

Informe de
Responsabilidad
Social Corporativa
2006



CAIFOR

Índice

01	Introducción	5
02	CaiFor y sus clientes	11
03	CaiFor y sus empleados	31
04	CaiFor y la sociedad	53
05	CaiFor y el medio ambiente	63
06	Informe de verificación e indicadores del Global Reporting Initiative (GRI)	71

01

Introducción

CaiFor estructura su compromiso con sus grupos de interés, clientes, empleados y sociedad sobre la base de sus valores corporativos: Confianza, Calidad y Dinamismo. Dichos valores son el eje de referencia y guía de la actividad de CaiFor, y son transmitidos a través del esfuerzo y el trabajo diario de cada uno de los integrantes de la plantilla del Grupo.

La definición de los valores de CaiFor se ha construido mediante la consulta al equipo directivo del Grupo, a los empleados de los Servicios Centrales y a los asesores comerciales de AgenCaixa. Por ello, se puede afirmar que son

compartidos por todos los integrantes de la plantilla y que, bajo su definición, se agrupan todas las características definitorias de CaiFor.

En consecuencia, con la entrega de este informe se transmiten los logros alcanzados por el Grupo en su relación con clientes, empleados, la sociedad y el medio ambiente en 2006, a la vez que se traslada el firme compromiso pasado, presente y futuro de CaiFor con el desarrollo socialmente responsable expresado a través de toda su actividad.

Los valores de CaiFor

Los valores corporativos guían la actividad de CaiFor y definen el marco de actuación de todos los integrantes de la plantilla y la relación de la entidad con los distintos grupos de interés. A continuación se presentan los valores y, lo que es más importante, su significado en CaiFor.

Confianza –basada en seguridad, solvencia, trato honesto y respeto a las personas–, Calidad –basada en eficiencia, servicio al cliente y profesionalidad– y Dinamismo –basado en agilidad de respuesta y capacidad de ajuste a las necesidades de los clientes y los principales canales de distribución (los mediadores y las oficinas de “la Caixa”)– son los valores corporativos de CaiFor.



Confianza

Mantener la confianza, no sólo de clientes y empleados sino también de las oficinas de "la Caixa" y los mediadores, es un objetivo principal de CaiFor. La confianza se gana día a día, se basa en la credibilidad y se sustenta en la seguridad y fiabilidad de los productos y servicios comercializados, ofreciendo la mejor relación entre valor y esfuerzo, con solvencia en la gestión. Para ello, CaiFor aspira a alcanzar en todo momento las más altas cotas de profesionalidad, haciendo bien la tarea, tomando las decisiones justas y cumpliendo las promesas adquiridas ante los clientes asegurados.

La confianza guía las relaciones del Grupo y se convierte en el marco de referencia de decisiones y actuaciones, como expresión de la vocación de servicio a los clientes, a las oficinas de "la Caixa" y a los mediadores. Por eso, se impulsa entre los integrantes de la plantilla un trato honesto y humano, cercano, siempre respetuoso y basado en el diálogo, intentando ser cada vez más claro y transparente en la relación y en los productos ofertados.

Calidad

Ante todo, CaiFor ofrece soluciones de calidad, con amplias coberturas, útiles e innovadoras, que dan respuesta a las necesidades de aseguramiento y de previsión social de los clientes y complementan adecuadamente la oferta de "la Caixa" y de los mediadores, aportando un elevado valor añadido.

Pero la atención del Grupo por la calidad no se limita a ofrecer los productos más adecuados. Impregna el quehacer diario, llevando a la organización a ofrecer a cada asegurado un servicio del más alto nivel, próximo, ágil y eficaz, que da respuesta a sus expectativas y que no genera dificultades a las oficinas de "la Caixa" ni a los mediadores.

CaiFor utiliza la innovación tecnológica como herramienta clave para la mejora de sistemas y procesos, pero no sólo eso. Se gestiona pensando en el cliente, manteniendo con él un diálogo claro y abierto, informándole con transparencia y haciendo el esfuerzo de situarse en su lugar para interiorizar de la manera más eficiente sus necesidades e inquietudes.

Esta voluntad de calidad en el servicio supone que cada uno de los integrantes de la plantilla del Grupo aporta al equipo lo mejor de sus competencias profesionales, continuamente actualizadas, comprometiéndose con el trabajo y desarrollando con eficiencia cada una de las tareas.

Dinamismo

CaiFor no se limita a vender productos, sino que procura ofrecer soluciones adaptadas a las necesidades y expectativas de cada una de las personas que le otorgan su confianza.

Para ello, CaiFor debe ser capaz de identificar, e incluso anticipar, las nuevas necesidades de aseguramiento y previsión, las cuales evolucionan según el momento y las circunstancias de cada persona y de la sociedad.

Más allá del cumplimiento puntual de la labor de aseguramiento, se orientan los esfuerzos para mantener una actitud innovadora, aportar nuevas ideas, y proponer y realizar mejoras en todos los productos y servicios de manera permanente. La preparación y la experiencia de la plantilla de CaiFor conforman la base ideal desde la que se alcanza esta indispensable proactividad.

Por otro lado, la capacidad de dar una respuesta ágil y adecuada a las expectativas de los clientes, incluso anticipándose a sus demandas, se

mantiene como un rasgo identificador de CaiFor y es uno de los factores más relevantes que

La gestión responsable en CaiFor

La gestión responsable se entiende en CaiFor como un proceso de mejora continua, cuya aspiración es avanzar en el logro de los compromisos adquiridos por la organización con sus grupos de interés: empleados, clientes, sociedad y medio ambiente.

Las acciones derivadas de estos compromisos se llevan a cabo bajo la guía de los valores de la organización –Confianza, Calidad y Dinamismo–, los cuales juegan un papel clave en la configuración del comportamiento responsable de todos los integrantes de la plantilla de CaiFor.

En 2006, CaiFor ha iniciado la puesta en marcha de un plan para avanzar en la gestión responsable, que se ha materializado a través de las siguientes actuaciones:

Retos de futuro en la gestión responsable

El plan de responsabilidad social corporativa, puesto en marcha en CaiFor en 2006, va a seguir desarrollándose en 2007 con la implementación de las siguientes actuaciones:

- Desarrollo de los valores de CaiFor entre todos los miembros de la organización.
- Desarrollo de iniciativas en aquellos ámbitos relevantes para los públicos de interés y donde existen oportunidades para mejorar la gestión responsable de CaiFor, como son:
 - Clientes:
 - Seguridad, solvencia, transparencia y confianza
 - Accesibilidad
 - Innovación y calidad de servicio

contribuyen a preservar la posición de liderazgo del Grupo en el mercado.

- La identificación y definición de los valores de CaiFor. En este proceso han intervenido los miembros del Comité de Dirección y un amplio y heterogéneo conjunto de empleados del Grupo provenientes de todas las áreas.
- La identificación de indicadores para el seguimiento y mejora de la gestión responsable de CaiFor. Este proceso, que finalizará en 2007, permitirá la incorporación de estos indicadores en el sistema de Cuadro de Mando Integral de CaiFor.
- La mejora en el reporting de las actuaciones en responsabilidad social corporativa, incorporando la metodología y los indicadores propios del GRI (G-3).

– Empleados:

- Diálogo con empleados
- Acogida, selección, formación y desarrollo profesional
- Conciliación de la vida laboral y familiar

– Sociedad:

- Función social del seguro y de la previsión social
- Diálogo y participación institucional

– Medio ambiente:

- La gestión ambiental
- Aplicación de buenas prácticas ambientales



Mecanismos de diálogo, aspectos relevantes y actuaciones de respuesta en gestión responsable

En la determinación de los aspectos más relevantes de la gestión responsable de CaiFor, la organización prioriza la atención sobre aquellos aspectos que son considerados como importantes por parte de instituciones y organismos internacionales, analistas, agencias de rating, los principales referentes del sector financiero y asegurador y, sobre todo, por sus clientes y empleados.

Por ello, CaiFor pone a disposición de sus distintos grupos de interés un conjunto de mecanismos de diálogo, detallados al inicio de cada uno de los cuatro capítulos del presente informe y entre los que destacamos:

- Los más de 700 empleados de CaiFor y la red de más de 5.000 oficinas de "la Caixa".
- Los canales de comunicación internos y externos, como la oficina de atención al cliente.
- El desarrollo de investigaciones y estudios sobre las necesidades de aseguramiento y previsión de las personas y de las empresas.

- El contacto, la participación y la colaboración con instituciones y organizaciones empresariales, sociales y educativas que desarrollan o tienen intereses en el ámbito del aseguramiento y la prevención.

A partir del análisis realizado se identifican las expectativas, las inquietudes y las necesidades, y se dibujan las líneas estratégicas y las actuaciones para darles respuesta, anticipando de esta manera la aparición de riesgos y optimizando las oportunidades.

Este enfoque es el que se utiliza en el presente informe para describir la gestión responsable de CaiFor, informando en detalle de las actuaciones más relevantes llevadas a cabo por la organización con sus clientes, con sus empleados, con la sociedad y con el medio ambiente durante el ejercicio 2006.

***Seguros de vida,
accidentes y hogar***

***Su familia,
su hogar,
su vida...***

***Hacemos su mundo
más seguro***



02

CaiFor y sus clientes

Introducción

Elementos clave de la relación del Grupo CaiFor con sus clientes

Los clientes del Grupo CaiFor

■ Confianza

La relación con los clientes basada en la responsabilidad, la ética y la transparencia

- Respeto a la intimidad y confidencialidad de los clientes
- Ética y transparencia de la información comercial

La gestión del negocio como base para generar confianza

- Criterios éticos en la gestión de inversiones
- Control interno y proyecto de Solvencia II

La relación de CaiFor con los medios de comunicación

■ Calidad

Presencia territorial del Grupo CaiFor

Accesibilidad

La satisfacción del cliente

- Seguimiento permanente de la calidad de servicio: encuestas de satisfacción
- Gestión de consultas y reclamaciones

■ Dinamismo

Nuevos productos para nuevas demandas

Innovación tecnológica constante como elemento clave de la calidad de servicio

- Innovación tecnológica clave
- Innovación tecnológica al servicio de los clientes



Introducción

CaiFor supera los 2,9 millones de clientes individuales y los 16.000 clientes corporativos y tiene una presencia diversificada y destacada en la actividad del aseguramiento y la previsión social, gracias a un modelo de gestión basado en el asesoramiento personalizado, una oferta de pro-

ductos con amplias y fiables coberturas que garantizan el cumplimiento de los compromisos adquiridos, y un servicio ágil, eficaz y de calidad con el que se responde a las expectativas de los asegurados.

Elementos clave de la relación del Grupo CaiFor con sus clientes

Para lograr formalizar los compromisos con sus asegurados, CaiFor pone a su disposición diversos canales de diálogo, a través de los cuales éstos expresan sus necesidades y expectativas.

Todos los temas son respondidos por CaiFor mediante diferentes actuaciones, que a continuación se detallan.

Mecanismos de diálogo con clientes	Temas relevantes para CaiFor	Actuaciones de respuesta
<p>Oficina de atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teléfono gratuito - Sistema de cartas al Director General - Correo electrónico <p>Comunicaciones recibidas en la oficina de atención al cliente en 2006:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 360 reclamaciones recibidas <p>438 profesionales en los Servicios Centrales</p> <p>332 Asesores Comerciales de AgenCaixa</p> <p>Red de 5.179 oficinas de "la Caixa"</p> <p>Más de 47.000 encuestas de satisfacción</p> <p>Análisis y estudios de mercado</p>	<p>Seguridad, fiabilidad, solvencia y transparencia</p>	<p>La protección de datos personales es un principio de actuación reconocido y consolidado en CaiFor</p> <p>Incorporación dentro del proceso de Due Dilligence realizado sobre los activos en los que invertir de un apartado sobre Inversión Socialmente Responsable (ISR)</p> <p>2.600 millones de euros han pasado la verificación de ISR</p> <p>Acuerdo con Analistas Internacionales en Sostenibilidad para evaluar bajo demanda el estado de sostenibilidad de las carteras de inversiones</p> <p>Sistema de control para identificar, clasificar y evaluar riesgos directos e indirectos</p> <p>Colaboración con UNESPA en el desarrollo de una Fórmula Estándar Española dentro del proyecto Solvencia II</p> <p>Participación en el segundo estudio de impacto en solvencia a nivel europeo (QIS 2)</p>
	<p>Accesibilidad y amplia gama de productos para cubrir las necesidades de aseguramiento y de previsión</p>	<p>Presencia en todo el Estado a través de las más de 5.000 oficinas de "la Caixa", de los más de 300 asesores comerciales de AgenCaixa, y para atender las necesidades particulares del negocio colectivo, más de 120 gestores y ejecutivos de cuentas</p> <p>Accesibilidad a los productos y servicios a través un servicio multicanal: oficinas, Internet, teléfono</p> <p>Amplia gama de productos dirigidos a todo tipo de clientes: infancia, gente mayor, nuevos residentes, pymes y empresarios autónomos, y clientes empresa y colectivos</p> <p>Desarrollo de innovadores productos y servicios para dar respuesta a las necesidades de aseguramiento y previsión social de los clientes: SegurCaixa Repatriación y SegurIngreso; nuevas prestaciones en el seguro de vida-riesgo individual Vida Familiar, nueva Libreta Futuro Inversión y nuevo VidaCaixa Convenios; y novedosos planes de pensiones: PlanCaixa Creciente, PlanCaixa Objetivo, PlanCaixa Invest 14, PlanCaixa Futuro 17 y PlanCaixa Triple 5</p>

Calidad de servicio

En 2006 la inversión en tecnología ha alcanzado los 16 millones de euros

Utilización de la tecnología móvil para mejorar la comunicación y transmisión de información a los asegurados y los proveedores

CaiFor dispone de un modelo propio para medir la calidad recibida por sus asegurados. Se realizan encuestas de calidad para medir el nivel de calidad de servicio recibido por todos sus clientes de seguros del hogar

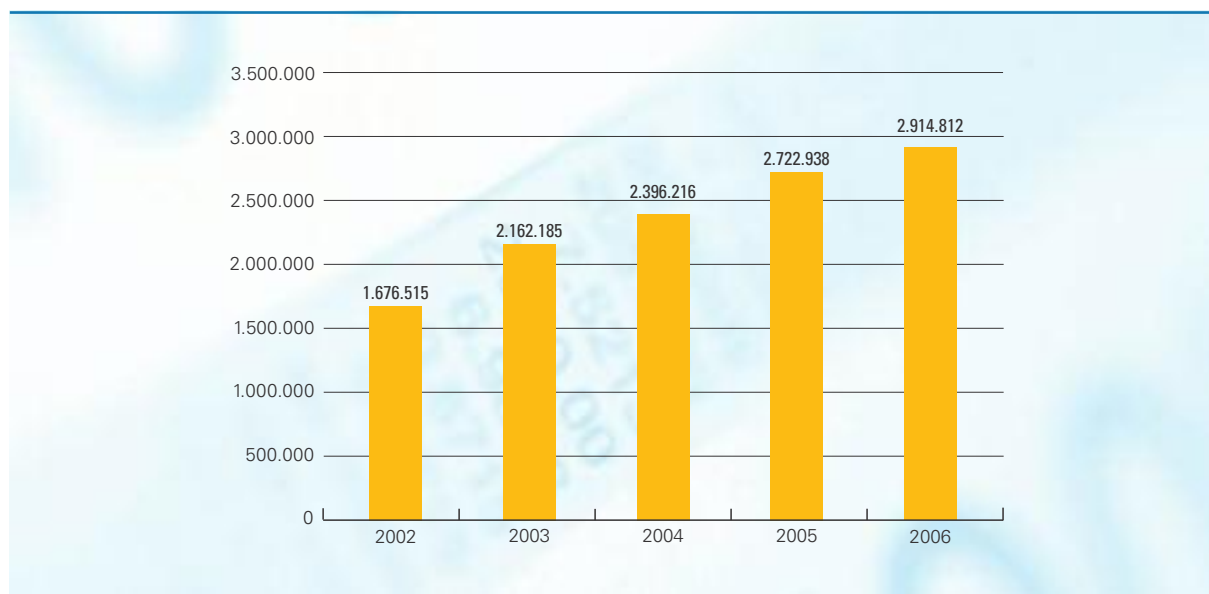
Los clientes del Grupo CaiFor

Cientes Individuales

CaiFor cuenta con una base de clientes individuales compuesta por más de 2,9 millones de personas, provenientes de todas las comunidades autónomas de España y de cerca de 200 países diferentes. La evolución en el número de

clientes ha sido constante desde el nacimiento del Grupo en el año 1992, incorporando en 2006 190.000 nuevas personas. Asimismo, cabe destacar que la antigüedad media de los clientes de CaiFor es de 5 años.

Evolución del número de clientes individuales de CaiFor



El abanico de productos individuales comercializados por CaiFor es amplio, siendo los seguros de vida-riesgo los que acumulan un mayor número de clientes, seguidos por los planes de pensiones y los seguros de vida-ahorro. Los se-

guros de no vida, comercializados por SegurCai-xa, han mantenido un positivo desarrollo comercial y cuentan también con un número significativo de asegurados.

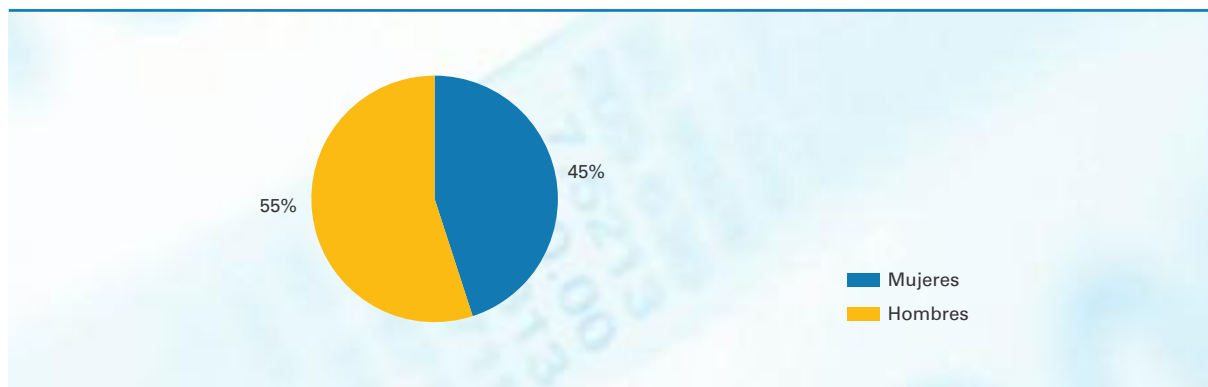
Clientes de los productos para particulares	Nº de clientes (en miles)	% sobre el total de CaiFor
Seguros de Vida-Riesgo	1.287	36%
Planes de Pensiones Individuales	791	22%
Seguros de Vida-Ahorro	658	19%
Seguros del Hogar	633	18%
Seguros de Accidentes	140	4%
Seguros de Salud	23	1%



La base de clientes individuales del Grupo CaiFor es muy heterogénea, ya que cuenta con clientes de todos los perfiles de edad, perfiles sociales y procedencia geográfica. Como consecuencia de este hecho, las coberturas demandadas son muy diversas, solicitando aque-

llas soluciones específicas en productos y servicios que mejor se adapten a sus necesidades en cada momento. CaiFor trabaja constantemente para detectar y analizar dichas necesidades y así poder ofrecer aquellos productos y servicios que mejor cobertura faciliten.

Perfil de los clientes individuales de CaiFor



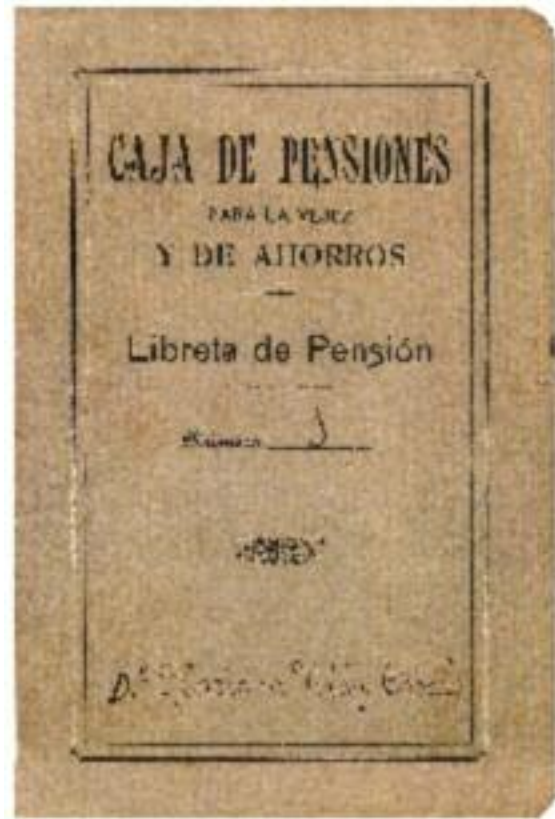
	TOTAL	Mujeres	Hombres
De 1 a 17 años	1%	1%	1%
De 18 a 25 años	6%	6%	6%
De 26 a 35 años	26%	26%	26%
De 36 a 45 años	27%	27%	27%
De 46 a 55 años	20%	20%	20%
De 56 a 64 años	12%	11%	12%
De 65 a 70 años	3%	3%	3%
De 71 a 80 años	4%	4%	4%
De 81 a 100 años	1%	2%	1%
Mayores de 100 años	0%	0%	0%

CaiFor y la gente mayor

Hace más de 100 años "la Caixa" emitió la primera Libreta Pensión, lo que demuestra que la previsión social ha sido una prioridad para la entidad desde su fundación.

CaiFor recogió el legado asegurador de "la Caixa" y, en este sentido, abastece a la sociedad de productos de ahorro con los que generar un capital para afrontar la jubilación con mayores garantías. Este hecho se ha convertido en objetivo principal.

***Siga ayudando a los suyos,
aunque usted falte***



CaiFor y los nuevos residentes

La entrada de personas procedentes de otros países en España ha sido un factor muy importante en los últimos años, puesto que ha modificado la distribución demográfica en nuestro país y ha añadido nuevas necesidades, propias de este colectivo de nuevos residentes.

Entre los cerca de tres millones de clientes individuales del Grupo se cuentan más de 180.000 clientes nuevos residentes, procedentes de cerca de 200 países distintos. CaiFor presta una especial atención a este colectivo, cada vez más numeroso en nuestro país; en este sentido, en la cartera de productos del Grupo, existen algunos seguros especialmente concebidos para satisfacer sus necesidades concretas, como son el **SegurCaixa Repatriación** y el **SegurIngreso**. En total, a través de estos dos productos en 2006 se dio cobertura a más de 60.000 clientes, realizándose un total de 81 repatriaciones, casi el doble que en el ejercicio anterior, a 19 países distintos, siendo Marruecos y Ecuador los principales destinos de repatriación.

Repatriaciones realizadas en 2006

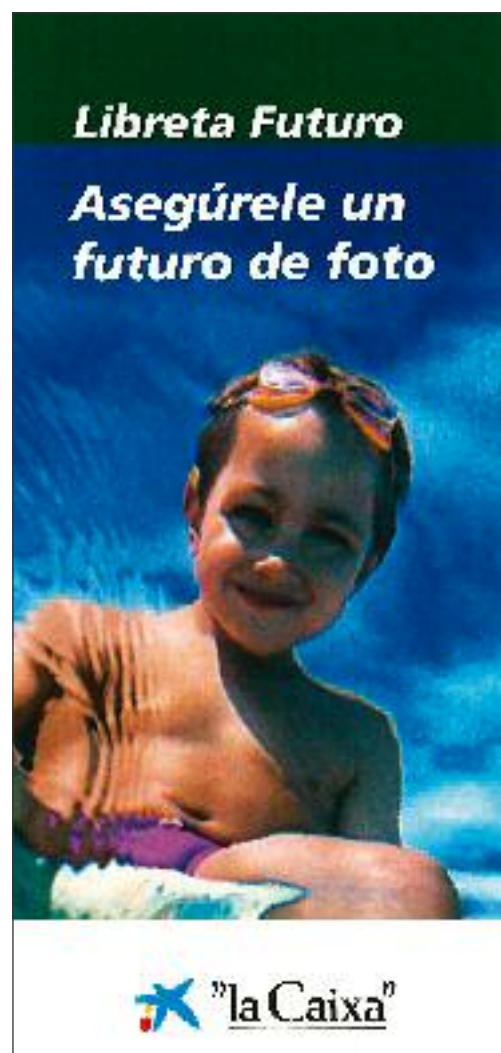


CaiFor y la infancia

La actividad aseguradora de CaiFor cuenta con productos para todas las edades y perfiles de clientes, incluso para la infancia. La **Libreta Futuro** es el seguro dotal del Grupo mediante el cual un adulto puede realizar aportaciones para generar ahorro para un menor, con el objetivo, por ejemplo, de financiar estudios, la compra de un primer vehículo, etc.

CaiFor y las Pymes y los empresarios autónomos

Las necesidades en materia aseguradora propias de las Pymes y de los empresarios autónomos son distintas a las de los grandes clientes corporativos y también a las de los clientes particulares. Por este motivo, VidaCaixa Previsión Social dispone de un equipo especializado dedicado al diseño y gestión de seguros y planes de pensiones específicamente desarrollados para este importante colectivo. El desarrollo de esta línea de actividad ha sido muy relevante a lo largo de los últimos ejercicios, reflejo de la firme apuesta realizada en este segmento.



Clientes Empresa y Colectivos

Por otro lado, el Grupo CaiFor, a través de VidaCaixa Previsión Social, división de VidaCaixa dedicada al negocio de empresas y colectivos, cuenta entre sus clientes corporativos con más de 4.900 grandes empresas, de las que 900 son subsidiarias de multinacionales y entre las que se cuentan 20 empresas cotizadas en el índice IBEX 35. Asimismo, VidaCaixa Previsión Social cuenta entre sus clientes con 80 organismos públicos y con más de 11.000 clientes Pymes y microempresas, un segmento por el que el Grupo está apostando de manera decidida. En total, la base de clientes del negocio colectivo está compuesta por más de 16.000 clientes.



■ Confianza

La relación con los clientes basada en la responsabilidad, la ética y la transparencia

Respeto a la intimidad y confidencialidad de los clientes

CaiFor cumple de forma rigurosa la legislación vigente en materia de intimidad y protección de datos de carácter personal. La entidad mantiene inscritos en el Registro General de Protección de Datos todos los ficheros de su responsabilidad que contienen datos de carácter personal, dispone de un documento de seguridad de obligado cumplimiento para todo el personal con acceso a los datos automatizados de carácter personal y a los sistemas de información, y ha adoptado las medidas técnicas y organizativas necesarias para mantener el nivel de seguridad requerido, según la naturaleza de los datos personales tratados, con el objeto de evitar su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado.

Ética y transparencia de la información comercial

CaiFor presta especial atención al cumplimiento de la normativa sobre publicidad y protección de los consumidores. También se asume el cumplimiento del Código General de Conducta Publicitaria de las Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO). Así, la publicidad no puede contener informaciones que sean falsas, ambiguas, inexactas, exageradas o que, de cualquier otra forma, puedan inducir a error con el fin de llevar a engaño a los clientes sobre los beneficios del contenido transmitido. Al igual que en años anteriores, en el ejercicio de 2006 no constan informaciones o resoluciones contrarias a entidades del Grupo CaiFor en materia de publicidad o información de productos.



IV mundialito de la inmigración y la solidaridad

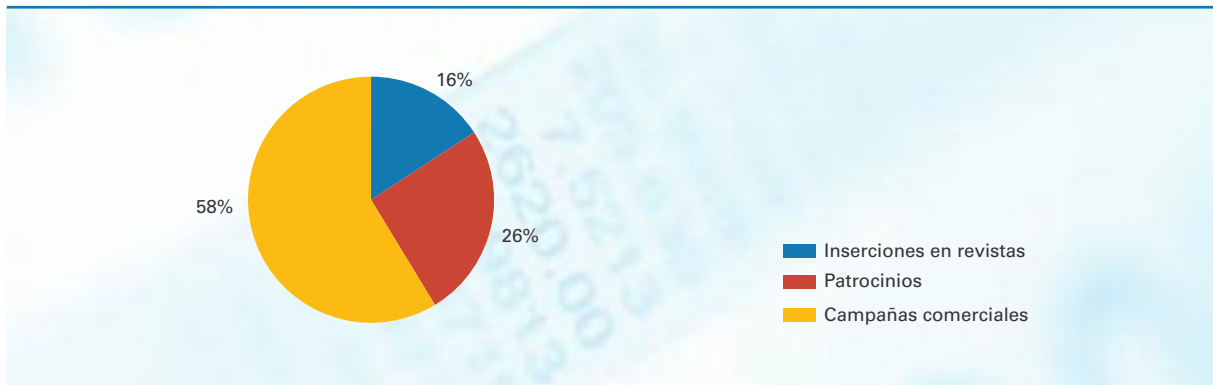


VidaCaixa

Durante el ejercicio 2006, la inversión publicitaria del Grupo CaiFor se dividió entre campañas comerciales, inserciones en revistas especializadas y patrocinios, con porcentajes del 58%, 16% y 26% respectivamente. La principal inversión se destinó a la publicidad de nuevos productos o campañas comerciales de los produc-

tos de CaiFor. Entre los patrocinios del año 2006 destaca el del *IV Mundialito de Fútbol de la Inmigración y la Solidaridad*, celebrado en Madrid durante el mes de julio, cuyo objetivo era promover la integración del colectivo de nuevos residentes.

Distribución Inversión Publicitaria en 2006



La gestión del negocio como base para generar confianza

Criterios éticos en la gestión de inversiones

Entre las iniciativas que se vienen aplicando en VidaCaixa en cuanto a la selección de fondos de inversión se refiere, se encuentra la incorporación dentro del proceso de *Due Dilligence* –cuestionario específico para el análisis cualitativo de un fondo– de un apartado concreto de Sustainable Responsible Investment (SRI), mediante el que se pretende conocer con mayor detalle cómo la gestora evaluada utiliza en su proceso

de inversión los conceptos de gestión socialmente responsable que se consideran importantes.

Además se pretende analizar si existen inversiones en el fondo que puedan incumplir los requerimientos de VidaCaixa y los fondos de pensiones, como son las inversiones en empresas armamentistas, en cuyo caso se paralizaría la inversión.

En la industria de fondos de inversión, existen gestoras que centran gran parte de su actividad en aplicar criterios de sostenibilidad en las inversiones. Hoy en día la oferta no es muy amplia y los fondos todavía se mueven en volúmenes reducidos. En VidaCaixa, se ha incrementado la inversión en este tipo de fondos de un modo gradual, controlando los límites legales de diversificación. Al cierre del ejercicio 2006, la inversión en estos fondos era de 61 millones de euros, con un incremento de 34 millones de euros. Es relevante destacar que, adicionalmente, 2.600 millones de euros de inversión del Grupo CaiFor han pasado la verificación SRI.



Como novedades, también en 2006 se firmó un acuerdo de colaboración con la consultora Analistas Internacionales en Sostenibilidad (AIS), la

La relación con los medios de comunicación

CaiFor adopta una política de comunicación con los medios basada en el rigor, la credibilidad y la transparencia en la información facilitada. Para llevar a cabo esta tarea de la forma más eficaz, CaiFor cuenta con personal dedicado a la gestión de la relación con los medios, que se canaliza y coordina a través de una agencia externa especializada.

mayor consultora independiente en análisis de sostenibilidad. Esta consultora emite un rating de sostenibilidad y evalúa el estado de sostenibilidad de una cartera de inversiones. Ello permite a VidaCaixa ofrecer a las Comisiones de Control de todos los fondos de pensiones la posibilidad de completar el informe sobre el estado de sus inversiones con una certificación independiente emitida por dicha consultora.

Control interno y proyecto de Solvencia II

CaiFor cuenta con un Sistema de Control Interno concebido para identificar, clasificar y evaluar los riesgos directos e indirectos susceptibles de originar pérdidas para el Grupo. Durante el ejercicio 2006, CaiFor ha colaborado activamente con UNESPA en el desarrollo de una Fórmula Estándar Española, en el marco del proyecto para el sector asegurador Solvencia II, un proyecto cuyo objetivo es la definición de un método que permita medir correctamente cuál es el nivel de capital exigido a cada aseguradora en función del riesgo asumido, de forma que dicho nivel se ajuste automáticamente a la situación específica de cada entidad. Asimismo, CaiFor ha participado de forma voluntaria en el segundo estudio cuantitativo de impacto en solvencia a nivel europeo (QIS 2), promovido por el Committee of European Insurance and Occupational Pensions Supervisors (CEIOPS), como paso previo a la calibración de los factores que incidirán en los nuevos requisitos de capital derivados del proyecto de Solvencia II.

Los canales de comunicación del Grupo están permanentemente abiertos para recibir las consultas y peticiones de información procedentes de los medios de comunicación y de los distintos grupos de interés, a los cuales se atiende siempre y con los que se mantiene una comunicación frecuente y fluida.

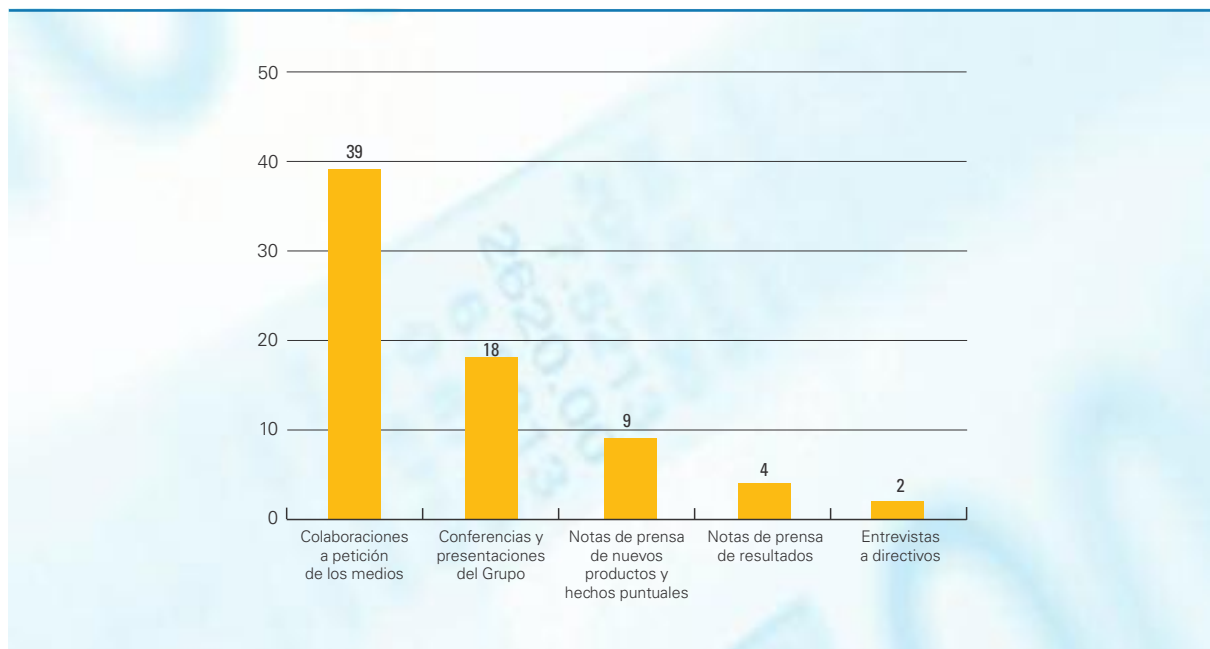


Por otro lado, en el archivo de notas de prensa del Grupo CaiFor, incorporado en la página web del Grupo (www.caifor.es), se puede consultar el

histórico de notas de prensa del Grupo y así acceder a la información más relevante de una manera ágil y directa.



Actos informativos realizados por CaiFor en 2006



Calidad

Presencia territorial del Grupo CaiFor

El Grupo CaiFor comercializa sus productos utilizando una estrategia bancoaseguradora que incorpora, a la vez, la multicanalidad. El principal canal de distribución de CaiFor son las más de 5.000 oficinas que "la Caixa" tiene distribuidas por toda la geografía nacional y donde se pueden contratar todos los productos comercializados por el Grupo.

Además de este canal de distribución, CaiFor cuenta con AgenCaixa, una red de ventas integrada por más de 300 asesores comerciales y 18 delegados comerciales especializados en la

venta de los seguros y planes de pensiones de CaiFor.

Con el objetivo de facilitar el acceso a la contratación de sus productos por el mayor número de clientes, gran parte de los productos que conforman la oferta del Grupo se pueden contratar y gestionar en Internet a través del servicio de banca *on-line* de "la Caixa", Línea Abierta. Finalmente, el Grupo también está desarrollando el canal de venta telefónico, especialmente por la entrada del Grupo en el negocio de autos.



Por lo que se refiere al negocio colectivo canalizado a través de VidaCaixa Previsión Social, la compañía cuenta con una red comercial propia, integrada por más de 120 gestores y ejecutivos de cuentas altamente especializados en ofrecer a los clientes colectivos del Grupo aquellos pro-

ductos y servicios que mejor se adaptan a sus necesidades particulares. Estos consultores prestan el servicio a los clientes corporativos desde la sede central del Grupo y desde la sede de VidaCaixa Previsión Social en Madrid, Valencia y Bilbao.

VidaCaixa Previsión Social: estructura



Además de esta red de consultores expertos y fruto de la adquisición en 2003 del negocio de Swiss Life (España), la compañía cuenta con una amplia red de contactos entre las principa-

les firmas dedicadas a la mediación de productos de previsión social complementaria en España, convirtiendo este canal de distribución en muy relevante para VidaCaixa Previsión Social.

Accesibilidad

El Grupo CaiFor garantiza la accesibilidad de sus clientes a los productos y servicios que comercializa gracias a la proximidad de la red de oficinas de "la Caixa", la red financiera más extensa del país. La expansión de esta red a lo largo de los últimos años ha permitido que la entidad esté presente en todas las poblaciones españolas con más de 20.000 habitantes, lo cual ha provocado un descenso continuado en el número de habitantes por oficina, permitiendo ofrecer a los clientes una atención óptima.

Por otro lado, "la Caixa" se ha marcado el objetivo de hacer totalmente accesibles el 100% de sus oficinas, con el fin de facilitar la accesibilidad a los servicios financieros. En la actualidad, más de 3.730 oficinas –lo que supone el 72% del total– ya lo son.



La satisfacción del cliente

Para CaiFor, ofrecer productos y servicios que cubran con calidad las necesidades de sus clientes es el principal objetivo. Por ello, es vital para el Grupo conocer las opiniones de sus clientes acerca de los productos y servicios que comercializa, así como ser consciente de sus necesidades, que evolucionan y se modifican de manera constante.

Para conocer estas necesidades, las reclamaciones y sugerencias recibidas de los clientes constituyen una fuente de información muy valiosa, a partir de la cual se pueden introducir mo-



dificaciones para corregir prestaciones en los productos e identificar los puntos a mejorar para optimizar el servicio ofrecido y mejorar de manera constante el nivel de calidad.

Seguimiento permanente de la calidad de servicio: encuestas de satisfacción

En caso de siniestro en el hogar, una vez finalizada la prestación del servicio de asistencia, se realizan encuestas de calidad con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción percibido por nuestros clientes e identificar oportunidades de mejora. En definitiva, se pretende escuchar al cliente y dar respuesta a sus expectativas relativas al nivel de servicio.

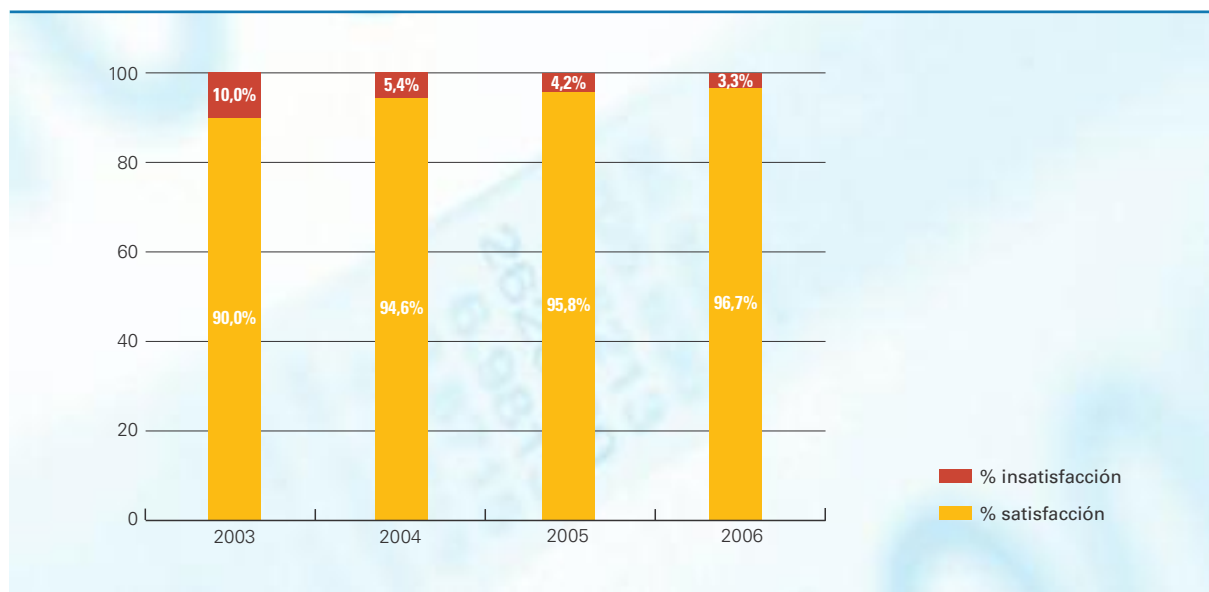
A lo largo del 2006 se han realizado cerca de 47.000 encuestas a clientes atendidos por siniestros del hogar, en las que se pregunta sobre el nivel de servicio ofrecido por la plataforma de operadores telefónicos y por los reparadores, por la rapidez del servicio o del pago de indemnizaciones, y en caso de que haya intervenido un perito, por la profesionalidad del trabajo llevado a cabo por el mismo. Estas encuestas se vienen realizando de modo sistemático desde el año 2003, con una mejora persistente en el nivel de servicio percibido.

	2005	2006
Número de encuestas de satisfacción realizadas	20.051	46.904

Este seguimiento del nivel de calidad se lleva a cabo también en otros servicios: a la hora de valorar el nivel de servicio prestado por los centros médicos en los que los clientes pasan reconocimientos previos a la suscripción de seguros de vida, el nivel de servicio percibido por los

clientes autónomos que han recibido una prestación por baja laboral, así como el servicio prestado a los mediadores que colaboran en el ámbito de negocio de VidaCaixa Previsión Social.

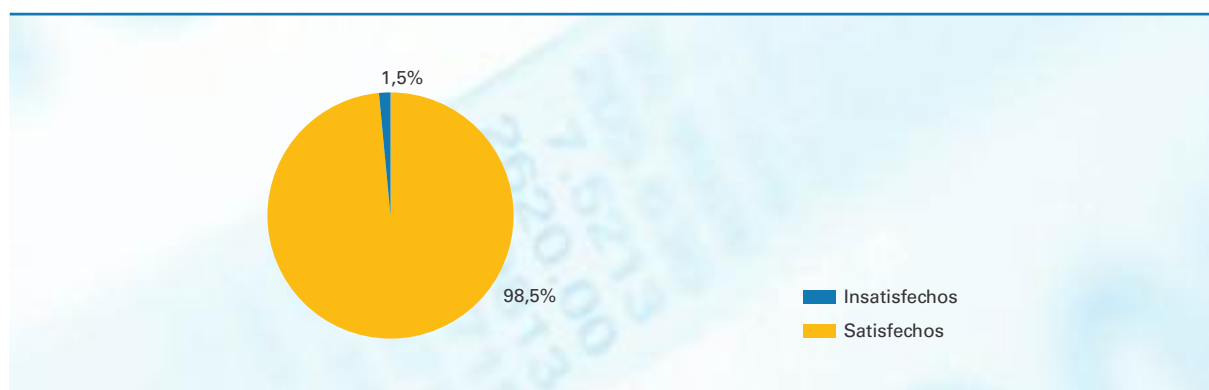
Nivel de satisfacción de los clientes del seguro del hogar



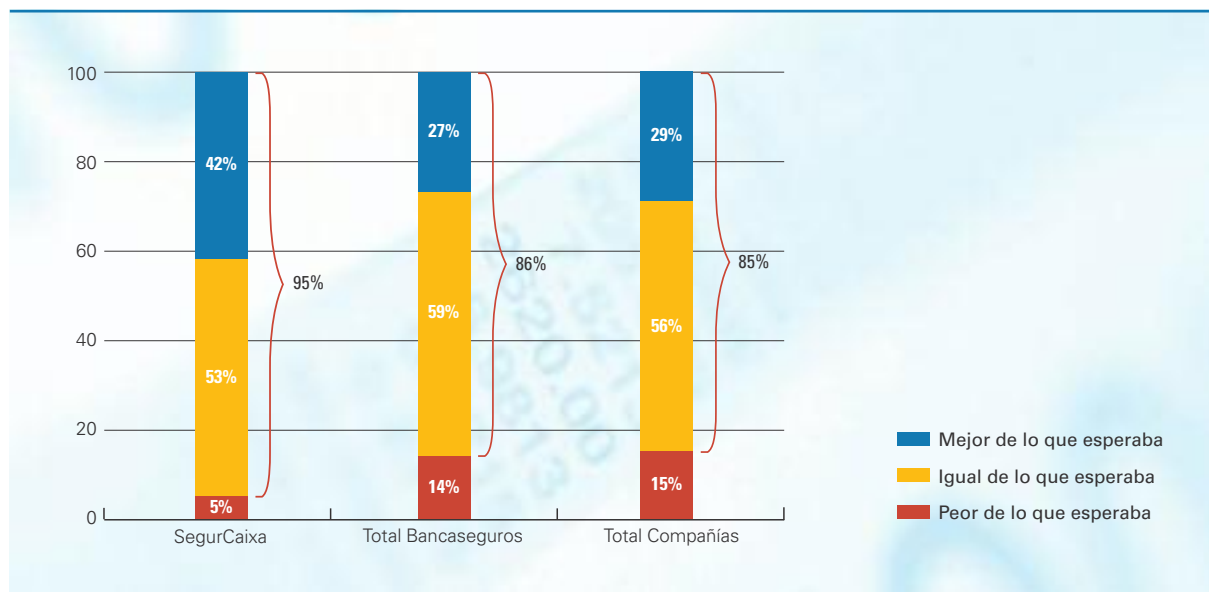
A modo de ejemplo ilustrativo de la voluntad de CaiFor por incrementar permanentemente el nivel de calidad del servicio ofrecido, en el mes de octubre la entidad independiente ICEA publicó el estudio integral de clientes con siniestro en seguro multirisgo del hogar. Dicho estudio incluía a 16 de las 32 primeras entidades del ranking sectorial en España y SegurCaixa fue la compañía que obtuvo una mejor puntuación.

Como puntos fuertes de la gestión se destacaron, por un lado, la rapidez y disponibilidad durante la comunicación del siniestro, así como la profesionalidad de las personas, y por otro, la solución de las reparaciones: eficacia, orden y limpieza, adecuación de la reparación a las expectativas de los clientes, así como el trato amable y educado que el cliente recibe del reparador o perito.

Porcentaje de satisfacción de clientes que visitan centro médico previo a la suscripción de un seguro de vida



El servicio que le ha ofrecido la compañía durante el siniestro, ¿ha resultado mejor, igual o peor de lo que usted esperaba?



Nota: El 95% de los clientes de CAIFOR consideran que el servicio que han recibido ha conseguido satisfacer sus expectativas: concretamente, un 53% ha recibido el servicio que esperaba y un 42% un servicio mejor de lo que esperaba, un porcentaje notablemente superior al 29% que se tiene para el total del mercado del hogar y al 27% de las compañías bancoaseguradoras.

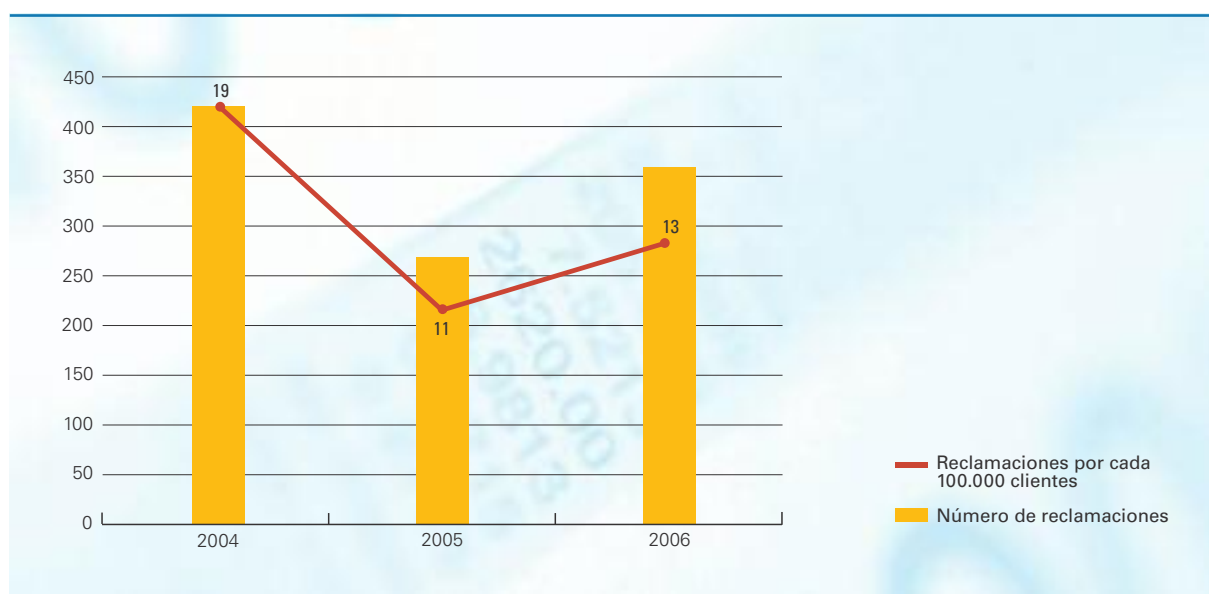
Fuente: Estudio elaborado por ICEA.

Gestión de consultas y reclamaciones

Otro de los aspectos clave es la gestión de reclamaciones. El Grupo tiene como objetivo contestar las reclamaciones en el mínimo plazo de tiempo posible (2 días si son reclamaciones telefónicas y 5 días si son reclamaciones escri-

tas). Se realiza un exhaustivo análisis de todas y cada una de las reclamaciones, identificando y planificando acciones de mejora cuando se considera que es preciso cambiar procedimientos para seguir mejorando la calidad.

Evolución del número de reclamaciones

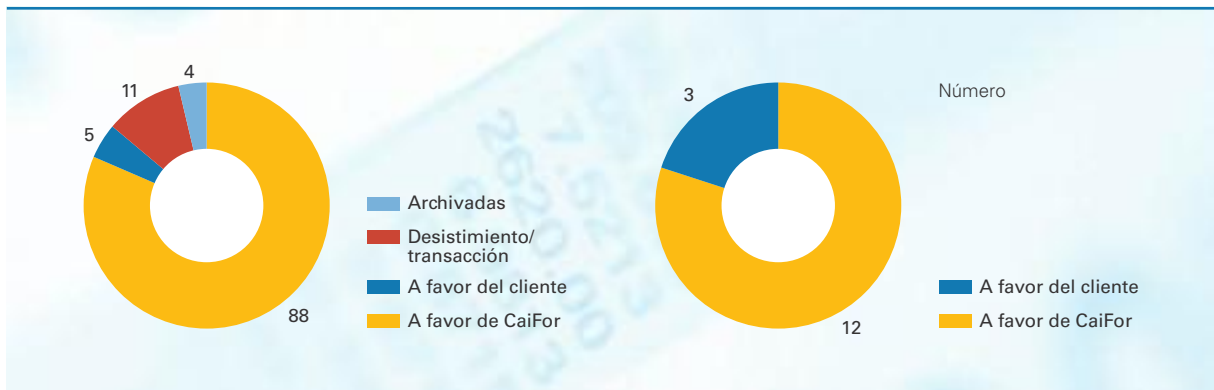


Con el objetivo de facilitar al máximo la gestión de las reclamaciones de los clientes, CaiFor tiene habilitados distintos canales de comunicación. Éstos son el teléfono, el sistema de envío de cartas al Director General, disponible en todas las oficinas de "la Caixa", y el correo electrónico, tanto a través de la página web de "la Caixa" como de CaiFor. En 2006 se recibieron 360 reclamaciones, lo que significa una ratio de 13 reclamaciones por cada 100.000 clientes.

Adicionalmente a los canales internos mencionados anteriormente, CaiFor pone a disposición de sus clientes el servicio del Defensor del Cliente de Seguros y la posibilidad de establecer reclamaciones ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). En este sentido, en 2006 se resolvieron un total de 123 reclamaciones presentadas ante estos organismos, de las que un 81% se resolvieron a favor de CaiFor, frente a un 5% que fueron resueltas a favor del cliente.

Reclamaciones presentadas ante el Defensor del Cliente

Reclamaciones presentadas ante la DGSFP



Dinamismo

Nuevos productos para nuevas demandas

El desarrollo de nuevos productos y servicios es un proceso en el que siempre se involucran varios departamentos de la organización. En línea con el objetivo de incrementar de manera continua el nivel de calidad de los productos y servicios ofrecidos, CaiFor presta una especial atención a los cambios en las necesidades de sus distintos perfiles de clientes para diseñar aquellos productos y ofrecer aquellos servicios que mejor se ajusten a ellas en cada momento. En este sentido, durante el ejercicio 2006 el Grupo introdujo en el mercado ocho nuevos seguros y planes de pensiones individuales, además de múltiples mejoras en los servicios ofrecidos.



**Una opinión médica
es importante**



En lo que se refiere a los seguros, en el mes de mayo VidaCaixa lanzó al mercado la nueva **Libreta Futuro Inversión**, un seguro de vida-ahorro con el que generar un ahorro a favor de un menor. Posteriormente, en el mes de julio, la compañía inició la comercialización de un nuevo seguro de vida-riesgo vinculado a los Préstamos de Abono Inmediato comercializados por "la Caixa", y durante el mes de octubre se lanzó el nuevo **VidaCaixa Convenios**, un seguro de riesgo para pequeñas y medianas empresas. Adicionalmente, en el mes de enero se incorporaron nuevas prestaciones en el seguro de vida-riesgo individual **Vida Familiar**.

Por otro lado, una vez más la actividad comercial del Grupo en el ámbito de los planes de pensiones individuales fue muy intensa, ya que se introdujeron en el mercado cinco nuevos planes de pensiones: **PlanCaixa Creciente**, **PlanCaixa Objetivo**, **PlanCaixa Invest 14**, **PlanCaixa Futuro 17** y **PlanCaixa Triple 5**.

En paralelo, durante el ejercicio 2006 se introdujeron innovadoras mejoras en los servicios del Grupo para mejorar la calidad ofrecida a los clientes, como puede ser, por ejemplo, la concertación y seguimiento telefónico de revisiones médicas ligadas a seguros de vida-riesgo.

Innovación tecnológica constante como elemento clave de la calidad de servicio

Innovación tecnológica constante

El uso de la tecnología para ofrecer mejores productos y servicios a sus clientes es un elemento principal en la estrategia corporativa de CaiFor. En este sentido, durante el ejercicio 2006 la inversión total realizada en tecnología fue de más de 16 millones de euros, canalizados en múltiples proyectos relacionados básica-

mente con la acción comercial, la mejora en la calidad de servicio al cliente y la eficiencia de los procesos. El resultado de estos proyectos, algunos ya concluidos y otros en fase de desarrollo e implantación, ha contribuido a la mejora de la eficiencia en los procesos de trabajo del Grupo CaiFor.

Inversión en innovación tecnológica



Innovación tecnológica al servicio de los clientes

Muchas veces las mejoras en el uso de la tecnología son percibidas de manera indirecta por los clientes; no obstante, durante el año 2006, CaiFor implementó diferentes innovaciones tecnológicas cuyo resultado en la mejora de calidad de servicio fue percibida de manera inmediata. Una de ellas consistió en la utilización de la tecnología del teléfono móvil, para comunicar vía SMS la cuantía de la indemnización diaria pagada en el caso de siniestros en el seguro de incapacidad laboral o en el seguro del hogar. Otro

ejemplo, en el mismo sentido, fue la utilización de una llamada telefónica grabada como sustituto de los cuestionarios de salud en papel en el caso de querer contratar un seguro de salud o de incapacidad laboral. Finalmente, durante el ejercicio 2006 se introdujeron mejoras en la página web de CaiFor, como el nuevo Glosario de Términos Aseguradores, y en la página web de "la Caixa", con la introducción de diversas nuevas funcionalidades relacionadas con el negocio de CaiFor.





03

CaiFor y sus empleados

Introducción

Elementos clave de la relación de CaiFor con sus empleados

Características de la plantilla del Grupo

■ Confianza

Programa de acogida para nuevos empleados

El diálogo con los empleados como fuente de generación de confianza

- El Programa Di+
- Tardes abiertas de formación en CaiFor
- Dirección y Liderazgo
- Canales de comunicación del Grupo con sus empleados

Servicios y beneficios sociales para los empleados del Grupo

- Plan de pensiones para los empleados del Grupo

Igualdad de oportunidades y no discriminación

■ Calidad

Política, procesos y criterios de selección externos e internos

Formación

- Sistema de Gestión por Competencias
- Inversión en formación
- Empleados formados
- Satisfacción de los empleados
- Titulación AgenCaixa

Políticas de compensación

Seguridad y salud en el trabajo

- Comités de seguridad y salud y delegados de prevención
- Formación
- Prácticas y campañas preventivas

Dinamismo

Desarrollo profesional

Diversidad

Conciliación de la vida personal y profesional

- La jornada laboral en el Grupo CaiFor
- Posibilidad de acogerse a jornada reducida

Libertad de asociación y reconocimiento de negociación colectiva

Introducción

La plantilla de CaiFor está formada por 770 profesionales, que detentan un alto nivel de motiva-

ción, formación y experiencia en el campo del aseguramiento y la previsión social.

Elementos clave de la relación de CaiFor con sus empleados

Para impulsar el desarrollo profesional de las personas que desarrollan su labor en CaiFor, se han mantenido diversos mecanismos de diálogo con los empleados a lo largo de 2006. A continuación se muestra el esquema de proceso de

diálogo que ha establecido CaiFor con sus empleados y los aspectos más relevantes, así como las actuaciones desarrolladas por la organización en este ámbito.

Mecanismos de diálogo con empleados	Temas relevantes para CaiFor	Actuaciones de respuesta
<p>Encuesta de clima laboral con una participación del 82% de la plantilla</p> <p>Encuesta de calidad interna con carácter semestral con un 72% de participación de la plantilla</p> <p>Buzón de sugerencias con más de 300 propuestas recibidas</p> <p>Revista interna</p>	<p>Diálogo con empleados</p>	<p>CaiFor concede una importancia relevante a la comunicación con sus profesionales, transmitiéndoles sus valores y escuchando sus demandas y necesidades</p> <p>Periódicamente, CaiFor realiza la encuesta de clima laboral (la última se realizó en 2005)</p> <p>Se ha puesto en marcha el programa Di+, para mejorar aquellos aspectos identificados en el último estudio de clima laboral, y el Programa Tardes Abiertas de Formación, consistente en charlas sobre temas innovadores de gestión y de desarrollo personal</p> <p>En 2006 se han iniciado dos nuevos programas para mejorar la dirección y el liderazgo de los responsables y mandos intermedios de Servicios Centrales y los conocimientos y habilidades de los Delegados de AgenCaixa</p>
	<p>Igualdad de oportunidades, diversidad e integración laboral</p>	<p>La igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres es un principio respetado en CaiFor, que se desarrolla en función de la adaptación de la persona al lugar de trabajo</p> <p>De las 91 promociones internas, 61 han correspondido a mujeres. De las 76 incorporaciones nuevas, el 60% ha correspondido a mujeres</p> <p>En CaiFor se integran empleados de siete nacionalidades distintas, aparte de la española</p> <p>En CaiFor trabajan 4 personas con discapacidad. Este aspecto se complementa con la realización de donaciones, contratación de servicios y compra de bienes a centros especiales de ocupación</p>
	<p>Conciliación de la vida laboral y familiar</p>	<p>CaiFor trabaja para facilitar la compatibilización de la vida laboral y familiar de sus empleados, mediante medidas de flexibilización horaria y posibilidad de acogimiento a la jornada reducida</p> <p>CaiFor ha invertido 1,3 millones de euros en servicios y beneficios sociales para sus empleados</p>

Selección, formación y desarrollo profesional

CaiFor aplica el principio de igualdad de oportunidades para la selección y promoción de sus empleados, basándose en aspectos relativos a la capacitación y adecuación de las personas al puesto de trabajo

La inversión total en formación ha superado los 700.000 euros y se han llevado a cabo más de 200 acciones formativas, alcanzando al 68% de los empleados de Servicios Centrales y al 100% de AgenCaixa

Se han desarrollado un total de 78 cursos para mejorar el desarrollo profesional, a los cuales han asistido un total de 152 empleados de CaiFor

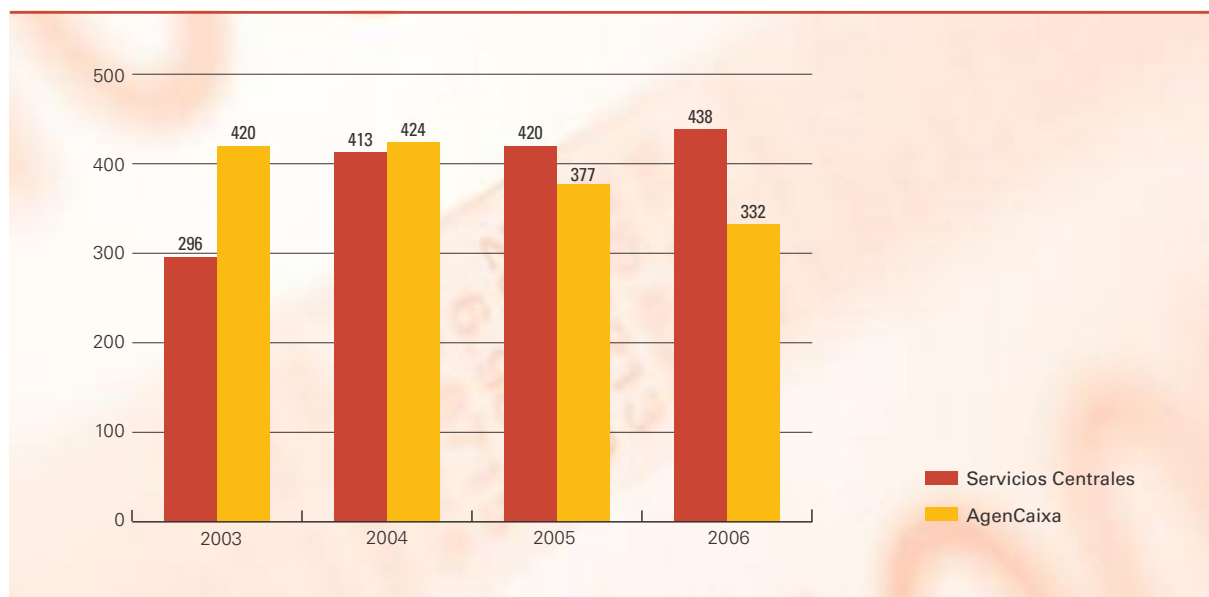
La retribución variable alcanza el 10% del salario bruto anual para los empleados de Servicios Centrales y el 42% del mismo para los empleados de AgenCaixa

Características de la plantilla del Grupo

La plantilla del Grupo CaiFor está formada por 770 profesionales, el 57% de los cuales desarrolla su actividad en los Servicios Centrales,

mientras que el 43% restante está integrado en AgenCaixa, la red de asesores comerciales especializados del Grupo.

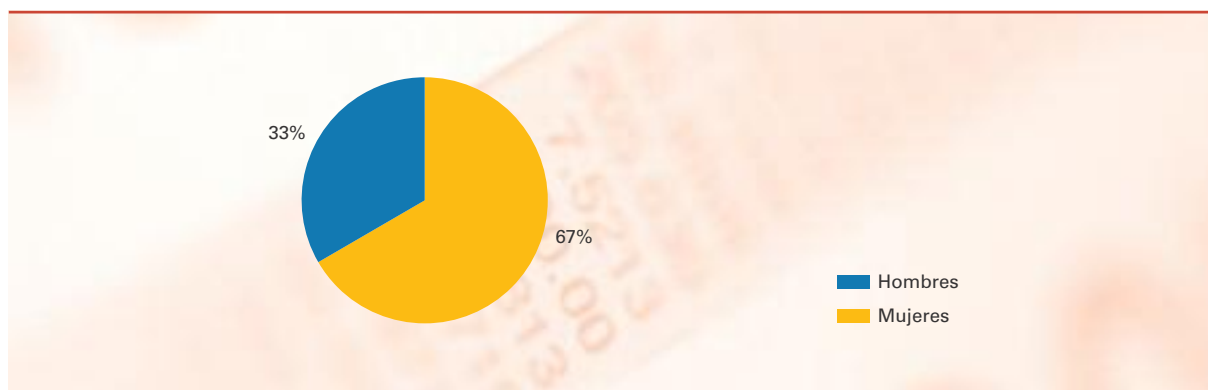
Evolución de la plantilla del Grupo



Dos terceras partes de la plantilla del Grupo CaiFor son mujeres y una tercera parte hombres, estando la Línea Media repartida prácticamente al 50% entre empleados de ambos sexos. Asimismo, el 40% de las Direcciones de Área son ocupadas por mujeres.

La plantilla del Grupo es joven pero con gran experiencia aseguradora, siendo la edad media 39 años. En los Servicios Centrales el promedio de edad de la plantilla es de 38 años, mientras que en la red de asesores de AgenCaixa es de 41 años.

Distribución de la plantilla por género en 2006



Distribución de la plantilla por franjas de edad

	Servicios Centrales	AgenciaCaixa	Total
Menor o igual que 30 años	96	17	113
Entre 31 y 40 años	212	159	371
Entre 41 y 50 años	92	113	205
Mayor que 50 años	38	43	81

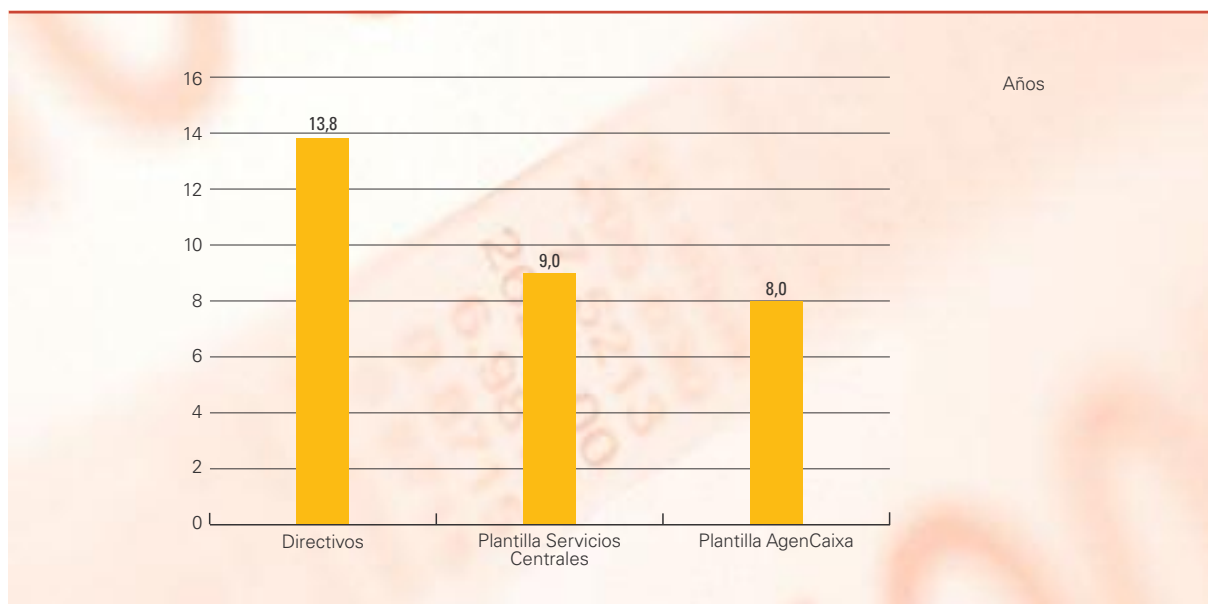
Por el hecho de ser un Grupo joven, cuyo nacimiento se produjo en 1992, la antigüedad media de la plantilla es relativamente baja. Los pue-

tos directivos son los que muestran un mayor promedio de antigüedad.



Entrega del reconocimiento por los 25 años de vinculación al Grupo por parte del Consejero Delegado, Sr. Tomás Muniesa y del Director General, Sr. Mario Berenguer al Sr. Salvador Busquets.

Antigüedad media de la plantilla

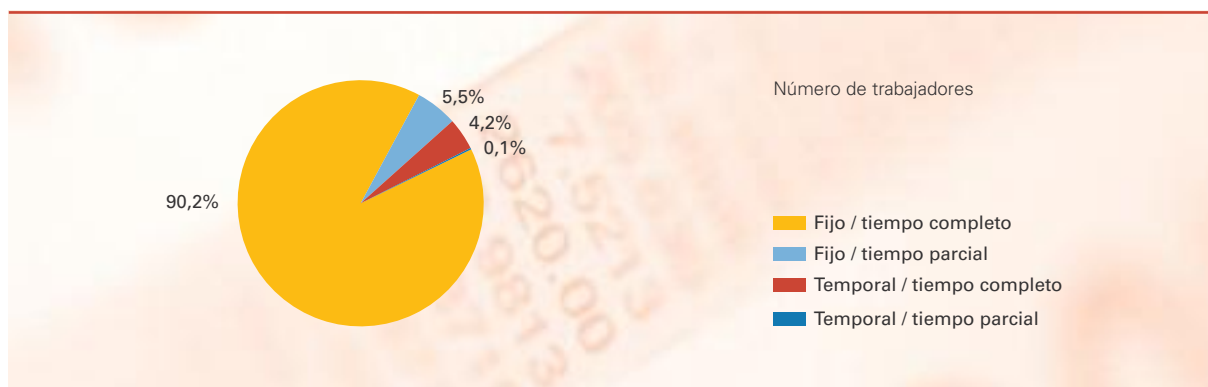


El 96% de los empleados del Grupo tiene un contrato laboral fijo, mientras que el 4% restante tiene contratos temporales.

En relación con la formación académica, el 65% de la plantilla del Grupo cuenta con titulación

universitaria. Concretamente en los Servicios Centrales del Grupo, el 78% del total de los integrantes ha cursado estudios universitarios, mientras que en el caso de AgenCaixa este porcentaje es del 48% de los asesores.

Tipo de contrato



Nivel de estudios de la plantilla de CaiFor

Nivel de Estudios	AgenCaixa	Servicios Centrales	Total
Hasta COU	172	94	266
Universitarios medios	23	27	50
Universitarios superiores	131	301	432
Másters	3	14	17
Doctorados	3	2	5
Totales	332	438	770

La positiva evolución comercial del negocio de CaiFor ha supuesto un constante incremento del volumen de recursos gestionados por em-

pleado. Así, en 2006 se alcanzaron 34 millones de euros de volumen de negocio gestionado por empleado.

Confianza

Programa de acogida para nuevos empleados

El Grupo CaiFor cuenta con un Programa de Acogida y Seguimiento para las nuevas incorporaciones que contempla los siguientes objetivos:

- Facilitar una rápida integración de los nuevos empleados al Grupo.
- Informar a los nuevos empleados sobre aspectos legales y formales, como la presentación de la compañía, los modelos de gestión del Grupo, etc.
- Situar al nuevo colaborador ante las funciones de su puesto e informarle de las relaciones



Nuevos empleados incorporados en los Servicios Centrales de Madrid.

que debe mantener con otras personas o funciones.

- Realizar un seguimiento para conocer cómo se está integrando la persona y si se están cumpliendo sus expectativas iniciales.

Esta iniciativa se concreta en un programa de nueve meses de duración, mediante el que se introduce a los nuevos colaboradores en aspectos relacionados con el proyecto empresarial, la estructura organizativa del Grupo, los modelos de gestión, etc. Además, este programa se acompaña de una trayectoria formativa que tie-

ne como objetivo facilitar la incorporación del nuevo empleado al puesto de trabajo, ofrecer los conocimientos necesarios acerca de los productos y servicios del Grupo y entender el funcionamiento del sector asegurador español.

En el caso de AgenCaixa, las nuevas incorporaciones reciben una exhaustiva formación técnica y comercial en seguros y planes de pensiones de un mes de duración, antes de incorporarse a sus puestos de trabajo. Esta formación se combina con prácticas en las propias oficinas de "la Caixa", donde reciben el apoyo de compañeros con mayor experiencia.



Nuevos empleados incorporados en los Servicios Centrales de Barcelona.

El programa de acogida también incorpora entrevistas de seguimiento a los cuatro y nueve meses de su incorporación, con el objetivo de conocer tanto el grado de satisfacción de los

nuevos empleados con el puesto de trabajo que desarrollan, como su grado de adaptación al Grupo.

El diálogo con los empleados como fuente de generación de confianza

Periódicamente se realiza en CaiFor el Sondeo de Opinión y Análisis de Clima Laboral, cuyas conclusiones son utilizadas para definir las directrices sobre las que cimentar la política de recursos humanos del Grupo.

Según los resultados ofrecidos por la última encuesta de clima realizada en 2005, en la que participó el 82% de la plantilla, en general, los empleados de CaiFor se sienten orgullosos de pertenecer a la empresa, desean mantener una vinculación en el futuro, se implican personalmente en el trabajo y se sienten ilusionados por conseguir los resultados definidos. La encuesta también refleja satisfacción con el grado de autonomía del que se goza para organizar las tareas, así como con el acceso a la formación requerida en cada puesto de trabajo.

El Programa Di+

El Programa Di+ es un programa de dos años de duración, cuya implementación se inició en 2006. Incorpora un conjunto de líneas de actuación, con iniciativas y proyectos orientados a desarrollar los aspectos susceptibles de mejora identificados tras el último estudio de clima laboral.

Dicho programa tiene como objetivos generales los siguientes aspectos:

- Mejorar el grado de satisfacción de los empleados.



- Lograr un mayor conocimiento de los objetivos empresariales y la estrategia de la compañía entre los empleados y buscar el compromiso de éstos con su consecución.
- Seguir trabajando para mejorar los sistemas de Dirección y Liderazgo.
- Generar un clima laboral más favorable.
- Impulsar la comunicación, el trabajo en equipo y la gestión del conocimiento.

El Programa Di+ incluye el proyecto “CaiFor Solidario”, una iniciativa de Responsabilidad Social Corporativa cuya base es la gestión y organización de actividades de carácter social, englobadas en tres ámbitos de actuación: la Sociedad, el Medio Ambiente y las Personas.

Tardes abiertas de formación en CaiFor

Asimismo, incluido dentro del Programa Di+, se ha desarrollado “El Programa de Tardes Abiertas de Formación en CaiFor”, en el que participan de forma voluntaria todos aquellos empleados que lo deseen. Las charlas organizadas en 2006 dentro de dicho programa han sido:

- “La eficacia del optimismo”, a cargo de Juan Luis Fernández, de la firma consultora Manum, en la que se expuso cómo la gestión emocional puede hacernos más eficaces en nuestra vida profesional y personal.
- “Innovación by example”, a cargo de Alfons Cornella, de la firma consultora Infonomía, quien mediante ejemplos ilustrativos demostró cómo mejoran las empresas más reconocidas del mundo a través de la innovación.



Dirección y Liderazgo

Con el objetivo de trabajar en el desarrollo del liderazgo en el Grupo, se han desarrollado dos programas. El primero de ellos es el “Programa de Desarrollo de Estilo de Liderazgo”, destinado en una primera edición a la mitad de los Directores de Área y Jefes de Departamento de CaiFor. Con esta acción se pretende potenciar la Línea Media de CaiFor como líderes que equilibran la gestión de las personas y del negocio, atendien-

do a través del *coaching* también necesidades y particularidades específicas.

El segundo es el “Programa de Desarrollo Integral de los Delegados de AgenCaixa (DIDA)”, que consiste en desarrollar conocimientos y habilidades enfocados a la dirección comercial, gestión de personas y equipos y conocimientos técnicos.



Canales de comunicación del Grupo con sus empleados

Establecer mecanismos de comunicación fluida con los integrantes de la plantilla es una prioridad en el Grupo CaiFor. En este sentido, uno de los canales de comunicación utilizados es la Encuesta de Calidad Interna efectuada en los Servicios Centrales, que se realiza con carácter semestral y en la que la plantilla valora la calidad de los productos y servicios de los distintos departamentos con que interactúa en su día a día. En 2006, la participación promedio fue del 72% y se obtuvieron interesantes conclusiones como resultado. En ella se ofrece la posibilidad de aportar comentarios o sugerencias. Así, en 2006 se recibieron alrededor de 80 sugerencias de mejora, que fueron trasladadas a los distintos departamentos responsables. En AgenCaixa se realizan también encuestas semestrales.

Por otro lado, el Grupo mantiene de manera ininterrumpida la posibilidad de que los empleados de AgenCaixa y del Servicio de Atención Telefónica realicen sugerencias a través del Buzón de Sugerencias. En total, en 2006 se anali-



zaron casi 300 sugerencias de mejora de múltiples tipos. Todas las sugerencias aceptadas son estudiadas, y muchas de ellas ya han derivado en importantes mejoras implementadas en 2006. A modo de ejemplo, 35 de las sugerencias recibidas de la red de asesores comerciales ya están en funcionamiento.

Por otro lado, CaiFor dispone de *Área Informativa*, la revista interna de los empleados del Gru-





po, de la cual se publican cuatro ejemplares al año y en la que se incluyen artículos relacionados con la evolución del Grupo y de interés general para la plantilla, como puede ser la presentación de los distintos departamentos, el relato de los últimos eventos acaecidos, las nuevas incorporaciones o, incluso, las aficiones más interesantes de algunos de los empleados del Grupo.

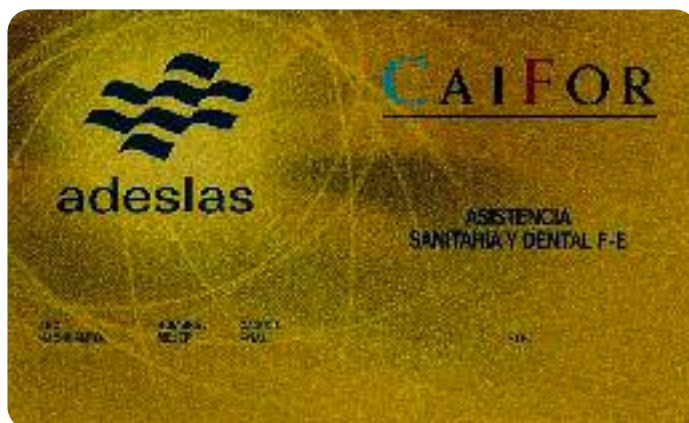
Asimismo, al finalizar cada ejercicio se organiza un evento de cierre del año, en el que el Consejero Delegado y el Director General del Grupo se dirigen a toda la plantilla para dar cuenta de los principales aspectos de la evolución del Grupo durante el ejercicio y apuntar las principales líneas de actuación del siguiente ejercicio.

Servicios y beneficios sociales para los empleados

Para CaiFor, el compromiso adquirido con sus empleados no se limita exclusivamente al abono de un salario, sino que se facilita el acceso de los colaboradores al siguiente abanico de beneficios sociales:

- Plan de pensiones colectivo.
- Seguro de asistencia sanitaria y dental.
- Seguro de vida colectivo.
- Ayuda económica para los empleados con hijos.
- Subvención de estudios universitarios e idiomas.
- Ticket Restaurante diario en jornada partida para empleados de los Servicios Centrales.

En 2006, los volúmenes de gasto en partidas relacionadas con los complementos a la retribu-



ción salarial de los empleados han supuesto un total de 1,3 millones de euros, lo que representa aproximadamente un 1% del resultado neto obtenido por el Grupo a lo largo del año.

Complementos salariales	Coste (miles de euros)	Empleados beneficiados
Plan de pensiones colectivo	332	882
Seguro de vida colectivo y sanitario	544	770
Ayuda económica para los empleados con hijos	73	195
Subvención de estudios universitarios e idiomas	17	37
Ticket Restaurante diario en jornada partida Servicios Centrales	365	395

Plan de pensiones para los empleados del Grupo

La previsión es la razón de ser de la actividad del Grupo CaiFor y, en este sentido, la previsión social complementaria del equipo humano de CaiFor es incentivada e impulsada de manera activa. Así, además del seguro de vida y de los seguros de salud, CaiFor ofrece a sus empleados la posibilidad de integrarse en un plan de pensiones colectivo de aportación definida que invierte en diversos tipos de activos financieros,

aplicando criterios de inversión socialmente responsables. Los empleados de CaiFor que ya son partícipes de dicho plan de pensiones colectivo deben aportar, como mínimo, el 1% del salario base, y con ello se aseguran que el Grupo complementará la aportación realizada con un 3% adicional de dicho salario base. A finales de 2006 el plan contaba con un total de 882 partícipes, entre empleados en activo y ex-empleados.



Miembros de la Comisión de Control del Fondo de Pensiones de los empleados del Grupo CaiFor.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

CaiFor actúa de manera decidida a favor de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y de la no discriminación por causa alguna. En este sentido, en 2006, de un total de 91 promociones internas, 61 correspondieron a mujeres. Asimismo, en el mismo año se produjeron

76 nuevas incorporaciones, de las que el 60% fueron mujeres. Por otro lado, cabe también destacar que en el Grupo CaiFor, y a igualdad de categoría profesional, no existen diferencias en la retribución bruta asignada a mujeres y a hombres.

Las mujeres en CaiFor

% de mujeres en el Equipo Directivo	26%
% de mujeres directivas con hijos a su cargo	69%
% de mujeres en puestos técnicos/administrativos/comerciales	70%

Calidad

Política, procesos y criterios de selección externos e internos

Los criterios de selección y promoción diseñados en CaiFor aseguran la igualdad de oportunidades entre todos los candidatos, sin distinciones de ningún tipo y atendiendo únicamente a aspectos relativos a la capacitación y adecuación de las personas al puesto de trabajo.

Además de la difusión externa, las ofertas de trabajo se publican internamente, a través de una base de datos accesible para todos los empleados del Grupo y del correo electrónico corporativo, ofreciendo a la plantilla la posibilidad de promocionar horizontal y verticalmente, así como afrontar nuevos retos profesionales den-

tro de la compañía. En 2006 han promocionado 8 personas a nivel horizontal.

Adicionalmente, y con el fin de fomentar el interés de jóvenes universitarios por nuestra compañía, CaiFor asiste a los Foros de Empresas que se celebran en diferentes universidades, a la vez que se realizan diversas presentaciones del Grupo a foros de estudiantes cercanos al momento de acceso al mundo laboral.

En 2006, se han incorporado al Grupo un total de 70 personas en los Servicios Centrales de CaiFor y 6 en AgenCaixa.



Nuevas incorporaciones y promociones internas	2006
Nº total de vacantes publicadas internamente	59
Nº total de nuevos profesionales incorporados	76
% mujeres sobre nuevas incorporaciones	61%
% hombres sobre nuevas incorporaciones	39%
Nº total de promociones horizontales realizadas	8
Nº total de promociones con cambio de categoría profesional	91
% empleados promocionados sobre total de la plantilla en los Servicios Centrales	21%
% mujeres sobre promociones internas	77%

Por último, y durante el ejercicio 2006, el porcentaje de rotación se situó en el 8% en los Servicios Centrales y en el 11% en la red de asesores comerciales de AgenCaixa. En 2006, un total de 91 empleados promocionaron de categoría profesional y cabe destacar que todas

las nuevas incorporaciones superaron el período de prueba establecido. En cuanto a la capacidad de retención del talento, el 66% de los jóvenes titulados superan los dos años de vinculación al Grupo.

Formación

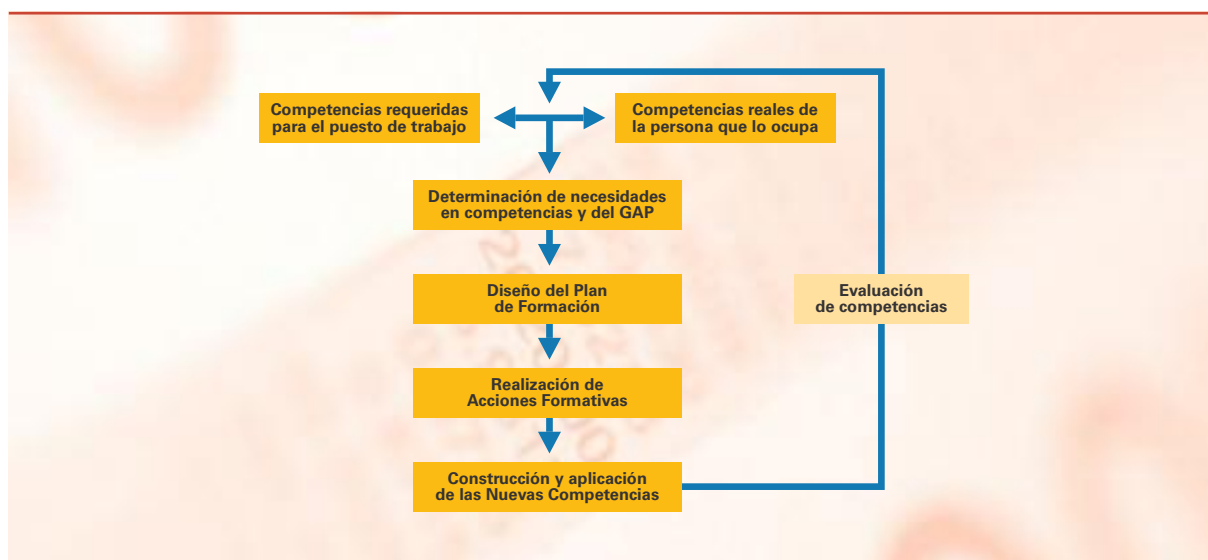
Asegurar que el desempeño y conocimientos de todas las personas que componen la plantilla de CaiFor sea coherente con la estrategia del Grupo, garantizar oportunidades de desarrollo, y construir y retener talento, son algunos de los desafíos en los que CaiFor trabaja de manera intensa. En este sentido, la Gestión por Competencias es una herramienta que contribuye a gestionar el Capital Humano del Grupo para la consecución de estos objetivos estratégicos.

Las competencias son el conjunto de conocimientos y actitudes que se deben aportar a un trabajo, para realizarlo con el adecuado nivel de eficiencia. Las distintas acciones formativas que se llevan a cabo en esta materia están orientadas al desarrollo de competencias en los ámbitos de sistemas de información y nuevas tecnologías, técnicas del sector asegurador, finanzas, contabilidad, legislación, marketing, gestión, recursos humanos e idiomas.

Sistema de Gestión por Competencias

La formación basada en competencias permite establecer una relación directa entre las habilidades requeridas para desarrollar un determinado puesto de trabajo y los contenidos de los programas de formación. En este sentido, CaiFor ha desarrollado un Plan de Formación a tres años que tiene como objetivos potenciar el crecimiento profesional y personal de los empleados del Grupo, para disponer así de los mejores Recursos Humanos y mejorar la calidad de nuestros productos y servicios. En consecuencia, se trabaja para minimizar el gap existente entre el nivel de competencias requerido en cada uno de los puestos y el nivel de capacitación en las mismas de las personas que los deben ocupar.

Sistema de Gestión por Competencias de CaiFor



Inversión en formación

Para desarrollar este plan de formación, además de organizar acciones de formación presenciales, el Grupo CaiFor también dispone de una plataforma de formación virtual propia, Aul@Forum, en la que pueden participar tanto los asesores de AgenCaixa como los empleados de los Servicios Centrales.

Inversión total en formación

Miles de euros

Servicios Centrales	AgenCaixa
391	327

Porcentaje invertido en formación sobre masa salarial

Servicios Centrales	AgenCaixa
1,9%	2,2%

Promedio invertido por empleado

En euros

Servicios Centrales	AgenCaixa
910	933

CaiFor ha asumido el total del coste de la formación realizada durante 2006. No obstante, 8 empleados han participado en acciones concretas organizadas por UNESPA, la organización patronal del sector asegurador, las cuales han sido objeto de subvención por parte de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo (antiguo FORCEM).



Empleados formados

A lo largo del ejercicio 2006, se desarrollaron un total de 184 acciones formativas organizadas a través de cursos presenciales y 24 acciones formativas en forma de cursos *on-line*. Un total de 643 empleados participaron de dichas acciones formativas, 293 procedentes de los Servicios Centrales y 350 de AgenCaixa. De este modo, el 67% de las personas en Servicios Centrales del Grupo recibió formación en 2006, mientras que en AgenCaixa el porcentaje fue del 100%.

Nº total de horas de formación

	Servicios Centrales	AgenCaixa
Formación presencial	7.992	4.972
Formación virtual	1.355	7.479
Total	9.347	12.451

Nº de formadores internos capacitados

Servicios Centrales	AgenCaixa
6	14

Nº de empleados que actúan de forma voluntaria como formadores

Servicios Centrales	AgenCaixa
3	103

Satisfacción de los empleados

Con el objetivo de conocer la valoración de los empleados que han asistido a las sesiones de formación acerca de los contenidos y la metodología de las mismas, se elaboran encuestas de satisfacción, cuyos resultados son una fuente de conocimiento con el que mejorar de manera continua la calidad de la formación realizada en el Grupo CaiFor. En una escala del 1 al 7, en 2006 la valoración obtenida por la formación realizada fue de 5,4.

Titulación AgenCaixa

Comprometidos con la formación de los asesores de AgenCaixa y con el objetivo de otorgar una validez formal al Plan de Formación que siguen todos ellos cuando se incorporan al Grupo, la UOC (Universitat Oberta de Catalunya) ha certificado dicho programa como "Plan de For-



mación de Técnico Comercial en Seguros", equiparándolo a un título de postgrado universitario. Durante el ejercicio 2006, un total de 18 personas han logrado la certificación, convirtiéndose en la primera promoción saliente.



Políticas de compensación

La política retributiva del Grupo CaiFor se adecúa a los estándares del sector y garantiza la igualdad de oportunidades y la equidad interna. Se dispone de dos sistemas de compensación diferentes, uno para el personal técnico de Servicios Centrales y otro para la red de asesores comerciales de AgenCaixa.

Dicha red cuenta con un sistema de compensación que combina retribución fija con una retribución variable en función del volumen de ventas realizadas y de los objetivos definidos. Mediante este sistema se busca optimizar el esfuerzo comercial efectuado por la red de ventas, a la vez que retribuir de manera justa el trabajo bien desempeñado.

Por otro lado, en los Servicios Centrales de CaiFor, además de la retribución fija, los empleados cuentan con un sistema de compensación variable para reconocer el desempeño destacado, el grado de compromiso y la responsabilidad adquirida. Esta compensación variable puede llegar a suponer un 10% del salario bruto anual y la consecución de la misma se establece en función del cumplimiento de objetivos individuales fijados una vez al año y revisados periódicamente, de objetivos departamentales y de los resultados generales del Grupo.

	Servicios Centrales	AgenCaixa
% total de empleados con retribución fija individual		100%
% total de empleados con retribución fija mínima en base a tablas salariales	5%	89%
% total de empleados sujetos a retribución variable en función de cumplimiento de objetivos individuales		100%
% total de empleados sujetos a retribución variable en función de resultados de empresa		100%
% de la retribución variable sobre la masa salarial	10%	42%

Seguridad y salud en el trabajo

CaiFor está firmemente comprometido con la seguridad y la prevención de riesgos laborales de sus empleados. En este sentido, el Grupo adopta

todas las medidas necesarias para asegurar las mejores condiciones de trabajo en términos de prevención de riesgos para sus trabajadores.

Absentismo por accidentes en el centro de trabajo	
Nº total de accidentes sin baja laboral	0
Nº total de accidentes con baja laboral	2
Nº total de accidentes con baja laboral <i>in itinere</i>	8
Nº total de jornadas perdidas	306
Absentismo por enfermedad y maternidad	
Nº total de bajas por maternidad	30
Nº total de bajas por enfermedad común	253
Nº total de jornadas perdidas	6.355

Comités de seguridad y salud y delegados de prevención

En CaiFor existen 3 comités de seguridad y salud, uno en el Grupo Asegurador, uno en AgenCaixa Barcelona y otro en AgenCaixa Madrid. En total, 12 personas forman parte de dichos comités. El comité de seguridad y salud es un órgano paritario y colegiado de participación, cuya función es la consulta regular y periódica de la empresa en materia de prevención de riesgos. Dichos comités se reúnen, como norma general, con una frecuencia trimestral o siempre que lo solicite alguna de sus representaciones.

Por otro lado, en SegurCaixa y en la delegación de AgenCaixa de Andalucía Oriental hay dos delegados de prevención designados por y entre los representantes del personal.

Formación

CaiFor tiene establecido un procedimiento de información y formación teórico-práctica en materia de prevención de riesgos laborales, cuyo objetivo es establecer las actuaciones para impartir la formación en materia preventiva a todos los trabajadores de la empresa en función del puesto de trabajo que ocupen.

Dicha formación es impartida por el Servicio de Prevención Ajeno, de modo presencial. Todos los empleados deben recibirla y los que no pueden asistir de manera presencial realizan el curso a distancia. Es muy importante que todos los empleados, sin excepción, lleven a cabo dicho curso de formación y el Servicio de Prevención Ajeno es el encargado de validar los cursos realizados a distancia. En 2006 se han efectuado un total de 76 cursos de formación.

Prácticas y campañas preventivas

CaiFor tiene implementado un sistema de prevención de riesgos para la salud cuyos objetivos son:

- Ayudar a conseguir una cultura común entre las diferentes áreas y niveles de la empresa, asegurando la correcta comunicación en lo que se refiere a la Prevención de Riesgos Laborales.
- Ayudar a la organización en el cumplimiento de los requisitos legales.
- Ofrecer directrices para poner en práctica y evaluar las estrategias de gestión de Prevención de Riesgos Laborales.

Es un objetivo prioritario para CaiFor conseguir una adecuada implantación del Sistema de Gestión, asegurándose así que éste:

- Es una herramienta integrada en la actividad de la gestión general de la empresa.
- Incluye todos los aspectos de la organización que tengan repercusión en la Prevención de Riesgos Laborales.
- Asegura que las actividades de la organización son acordes con la política en materia de prevención definida en forma de objetivos y metas.

El modelo de gestión se asienta en el concepto de "Seguridad Integrada", basado en la asunción por parte de todos los estamentos de la empresa de la responsabilidad en materia de Prevención de Riesgos Laborales. En la implantación del Sistema de Gestión participan de forma activa todos los empleados, desde sus respectivas competencias en la empresa.

Finalmente, CaiFor desarrolla anualmente la campaña preventiva contra la gripe y, periódicamente, simulacros de emergencia. En cuanto a la actividad asistencial, en 2006 se realizaron un total de 29 reconocimientos médicos y 50 vacunaciones contra la gripe.



Dinamismo

Desarrollo profesional

Durante el año 2006 se han gestionado 78 cursos, atendiendo necesidades específicas y concretas individuales de varios empleados. A

dichos cursos han asistido 152 personas, y se han invertido un total de 1.537 horas de formación.

	Cursos	Alumnos	Horas
Sistemas de información y nuevas tecnologías	9	14	206
Sector asegurador	28	71	614
Finanzas	26	41	502
Jurídica	10	20	141
Habilidades personales	5	6	74
Total	78	152	1.537

La formación de grado superior, postgrados, másters y, en general, cursos con una duración superior a 90 horas, es un tipo de formación por la que CaiFor apuesta como medida de desarrollo profesional de su equipo humano. Así, durante 2006 se han gestionado 5 acciones formativas de grado superior, a las que han asistido 7 personas y que han supuesto un total de 851 horas de formación. Cabe destacar que cada año un

empleado de CaiFor realiza el Máster en Dirección de Entidades Aseguradoras y Financieras, que organiza la Universidad de Barcelona. Además, en 2006 VidaCaixa ha esponsorizado la primera edición del Curso Superior de Gestión de Entidades Aseguradoras, organizado por la UIC (Universitat Internacional de Catalunya), al cual han asistido dos empleados de CaiFor.

Diversidad

En la plantilla de CaiFor se integran empleados de siete nacionalidades distintas, aparte de la española; en concreto, el Grupo emplea a personas procedentes de: Portugal, México, Suiza, Perú, Panamá y Argentina.

Adicionalmente, en el Grupo trabajan 4 personas con distintos grados de minusvalía. En referencia a la Ley de Inserción Social del Minusválido (LISMI) y a la reserva del 2% de plantilla para

trabajadores con minusvalías superiores al 33%, cabe mencionar que, frente a la dificultad de encontrar perfiles que se ajusten a las necesidades profesionales del Grupo, se está trabajando en el cumplimiento de la legislación vigente con las medidas alternativas previstas al efecto. Así, se realizan donaciones o contratación de servicios o compra de bienes a empresas cuya composición es de, como mínimo, un 70% de plantilla con minusvalías.

Conciliación de la vida personal y profesional

CaiFor es consciente de la importancia que tiene la conciliación de la vida laboral y la vida familiar y del reto que ello supone para nuestra sociedad hoy en día. En este sentido, el Grupo promueve activamente iniciativas para facilitar dicha conciliación, implementando una política de flexibilidad horaria que permite modificar el horario laboral, dentro de los límites estableci-

dos, con el objetivo de optimizar al máximo la capacidad de organización de su equipo humano.

La jornada laboral en el Grupo CaiFor

En los Servicios Centrales, la jornada laboral es de 1.700 horas anuales efectivas en jornada partida de octubre a mayo. El horario de entrada a primera hora del día es flexible, dando el mar-

gen de una hora entre las 8 y las 9 horas. La misma flexibilidad existe a la hora de la comida, pues la pausa puede ser de una o de dos horas. Adicionalmente, los viernes, la jornada de trabajo es continua de 8 a 15 horas. Igualmente, durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre, la jornada es continuada de 8 a 15 horas de lunes a viernes.

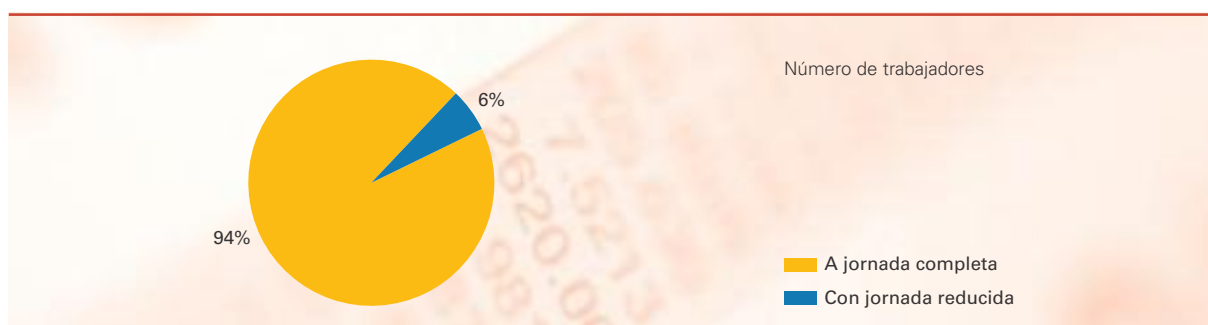
Posibilidad de acogerse a jornada reducida

En determinados casos particulares, desde el Grupo se ofrece la posibilidad a los empleados

de acogerse a la jornada reducida. A finales del año 2006, y por motivos diversos, casi el 6% de la plantilla, cerca de 45 personas, disponían de una jornada laboral reducida.

El 70% de las jornadas reducidas en 2006 lo fueron por motivo de maternidad, el 2% se solicitaron al objeto de cuidar a algún familiar con necesidad, mientras que el 28% restante respondieron a otros motivos.

Empleados por tipo de jornada laboral



Libertad de asociación y reconocimiento de negociación colectiva

Todos los empleados de CaiFor están cubiertos por el Convenio Colectivo. Asimismo, en el Grupo CaiFor existen diferentes pactos de empresa que mejoran de manera sustancial las condiciones laborales establecidas en los convenios sectoriales de los empleados.

En cuanto a los cambios organizativos, no hay un período fijo para ellos, pero se siguen los trámites presentes en el Estatuto de los Trabajadores. Para los cambios que supongan modificación sustancial de las condiciones de trabajo, se cumple con los 30 días de preaviso previstos en la legislación vigente.

En total hay 27 empleados que están involucrados en varios Comités de Empresa. Concretamente, en AgenCaixa S.A. existen dos comités, uno en Barcelona y otro en Madrid, un delegado de personal en la Delegación Comercial de Sevilla y dos Secciones Sindicales. La empresa Grupo Asegurador de "la Caixa" A.I.E. cuenta con un comité de empresa y un delegado sindical, y

en SecurCaixa S.A. existen dos delegados de personal. En los distintos comités de empresa tienen representación dos asociaciones sindicales: CCOO y UGT.

En 2006 se han realizado elecciones sindicales en AgenCaixa para la provincia de Barcelona, con un total de 135 electores –35 hombres y 100 mujeres–, en las que se eligieron 9 representantes sindicales.

Por otro lado, CaiFor ha considerado conveniente liberar totalmente a 2 de sus empleados (uno de SecurCaixa y otro de AgenCaixa) para facilitar su dedicación a la representación de los trabajadores. Por ello, ambas personas han sido liberadas de las obligaciones inherentes a su puesto de trabajo y dedican la totalidad de la jornada anual a ejercer funciones representativas.

Finalmente, cabe destacar que en 2006 no existió ningún incidente relativo a la libertad de asociación y de negociación colectiva.



04

CaiFor y la sociedad

Introducción

Elementos clave de la relación del Grupo CaiFor con la sociedad

■ Confianza

La función social de la actividad de aseguramiento y de previsión social de CaiFor

■ Calidad

Presencia y participación de CaiFor en la sociedad

■ Dinamismo

Contribución al desarrollo económico y social



Introducción

Ofrecer soluciones de previsión adecuadas a los diferentes momentos y circunstancias de las personas forma parte del código genético de CaiFor. Hace 100 años, "la Caixa" ya ofrecía a sus clientes la posibilidad de constituir un fondo de retiro para su vejez. Esta innovadora respuesta a una de las necesidades emergentes de la sociedad, en unos tiempos en los que no existía en España este tipo de prestación social, es el embrión de la actividad actual de CaiFor.

Ahora, como entonces, CaiFor mantiene los compromisos y promesas.

CaiFor, como entidad líder del país en términos de ahorro previsional gestionado y como grupo asegurador, realiza una actividad que tiene un

impacto inmediato en la sociedad, ya que casi tres millones de personas han depositado en el Grupo la confianza para hacer frente a los diferentes acontecimientos que les pueda deparar el futuro. Este hecho exige que la compañía adopte una actitud prudente y responsable tanto en la prevención de riesgos como en la fijación de expectativas, y reclama una gestión altamente profesional y eficiente.

Además de las actuaciones realizadas de manera directa, CaiFor, a través de la contribución del resultado de su actividad aseguradora, participa en la financiación de las diversas actividades sociales llevadas a cabo por sus accionistas "la Caixa" y Fortis.

¿Por qué esperar?



Planes de Pensiones

Elementos clave de la relación del Grupo CaiFor con la sociedad

Para concretar su compromiso con la sociedad, CaiFor, a través de sus canales de diálogo, ha mostrado una actitud proactiva para dar res-

puesta a las inquietudes relevantes planteadas por sus clientes, sus empleados y la sociedad.

Mecanismos de diálogo	Temas relevantes para CaiFor	Actuaciones de respuesta
770 empleados Contacto con instituciones públicas y privadas	La función social de CaiFor	Desarrollo de nuevos productos para dar respuesta a nuevas necesidades sociales
	Presencia y participación institucional de CaiFor en la sociedad	Promoción de instituciones dedicadas al estudio social Creación del programa CaiFor solidario Consolidación del programa de voluntariado corporativo Presencia y colaboración con instituciones sociales y académicas Contribución indirecta a las actividades de la Obra Social de "la Caixa" y de Fortis
	Contribución al desarrollo económico y social	Generación de 147 puestos de trabajo en los últimos cinco años 41,8 millones de euros de compras y contratación de servicios a proveedores diversos

Confianza

La función social de la actividad de aseguramiento y de previsión social de CaiFor

El compromiso de CaiFor con la sociedad forma parte de su identidad corporativa y se explicita a través de su actividad basada en el aseguramiento y la previsión social.

Los productos que CaiFor desarrolla, como el seguro de vida o los planes de pensiones, son instrumentos concebidos para dar respuesta a necesidades sociales universales, como son la protección frente a riesgos que pueden afectar a la vida o las pertenencias de las personas a lo largo de su vida o la cobertura ante el denominado riesgo de supervivencia, es decir, el ahorro finalista con el que hacer frente a la etapa de jubilación.

Muestra del papel desarrollado por los productos de CaiFor en la sociedad, son los más de 124.000

siniestros del hogar atendidos, las 240.000 prestaciones sanitarias gestionadas, los más de 1.000 capitales de vida abonados o las más de 20.000 prestaciones de jubilación tramitadas.

Otra muestra de la preocupación de CaiFor por ofrecer productos adaptados a las necesidades cambiantes de la sociedad es el constante lanzamiento de nuevos productos diseñados para cubrir las necesidades de colectivos específicos de personas.

En este sentido, cabe destacar los siguientes productos:

- SegurCaixa Repatriación y SegurIngreso, para el colectivo de nuevos residentes.

- Planes de pensiones con los que generar un ahorro complementario a la pensión pública de la Seguridad Social.
- El seguro de vida-ahorro PVI (Pensión Vitalicia Inmediata), que ofrece rentas vitalicias o temporales como complemento ideal a las prestaciones percibidas de la Seguridad Social.
- VidaCaixa Previsión Profesional, que ofrece una indemnización diaria en caso de incapacidad laboral de los profesionales que trabajan por cuenta propia.
- VidaCaixa Convenios, que garantiza a los empresarios individuales el cumplimiento de los

compromisos con sus empleados derivados de los convenios colectivos.

- Libreta Futuro, un seguro de vida-ahorro cuya finalidad es generar un ahorro a favor de un menor.
- Vida Familiar, un seguro de vida mediante el cual se asegura la viabilidad económica familiar en caso de que falte el tomador.

Es especialmente relevante el desarrollo que promueve el Grupo de la previsión social complementaria, ya que éste es un aspecto clave en el futuro del país.

Calidad

Presencia y participación de CaiFor en la sociedad

CaiFor siempre ha demostrado un compromiso con la sociedad, que va más allá del propio impacto que tiene la actividad aseguradora y de previsión que desarrolla. Dicho compromiso se concreta en la participación e involucración de sus empleados en actividades de marcado carácter social, en el desarrollo de actividades de colaboración con instituciones y organizaciones diversas, en el patrocinio de estudios y eventos con carácter social y en las actividades que des-

arrollan las Obras Sociales de sus accionistas "la Caixa" y Fortis.

La participación social de los empleados de CaiFor: CaiFor Solidario

En el marco del proyecto de desarrollo de los recursos humanos del Grupo Di+, en junio de 2006 se inició un programa de Responsabilidad Social Corporativa, abierto a todos los empleados de la organización, cuyo fin es promover el sentimiento de pertenencia a CaiFor, convirtiendo a la plantilla en protagonista de la acción social del Grupo. Dicho programa, denominado "Tú eliges", es una iniciativa de carácter voluntario que ofrece a los empleados del Grupo la posibilidad de gestionar directamente las iniciativas sociales de CaiFor promoviendo actuaciones en el medio ambiente, la sociedad y las personas, a través de un presupuesto especialmente asignado para este fin por la compañía.

Entre los principales objetivos del programa cabe destacar:



- Generar acciones y programas de marcado carácter social para impulsar la participación de los empleados de CaiFor.
- Promover y fomentar el desarrollo de valores socialmente responsables en la organización.
- Potenciar el compromiso real con la responsabilidad social corporativa a través de la toma de decisiones en algunas líneas de actuación con la sociedad.

Para gestionar este programa se ha creado un comité, denominado "CaiFor Solidario" e integrado por 18 personas procedentes tanto de los Servicios Centrales como de AgenCaixa, que ha

sido el encargado de definir las siguientes líneas de actuación:

- CaiFor y la sociedad: promueve la colaboración con organizaciones sociales y entidades sin ánimo de lucro, prestando especial atención a las propuestas de la Asociación de Voluntarios del Grupo Asegurador de "la Caixa". Entre las diferentes actividades desarrolladas en este ámbito cabe destacar el V Torneo de Navidad "Una canasta solidaria", cuyo objetivo fue recaudar donativos a favor de UNICEF para la puesta en marcha de un programa de promoción del deporte entre la infancia de Timor.



- CaiFor y los empleados: promueve el desarrollo de actividades relacionadas con las artes plásticas, el aprendizaje de idiomas y la organización de actividades musicales y deportivas. Entre las actividades desarrolladas en 2006, cabe destacar el apoyo a los equipos de fútbol

formados por empleados de CaiFor en Madrid y en Barcelona o la Carrera de las Empresas, celebrada en Madrid y en la que competían empleados de CaiFor bajo el lema "Por una vez, compite sólo por deporte".



Por último, cabe mencionar el desarrollo experimentado en 2006 por el programa de voluntariado corporativo de CaiFor. Dicho programa se vehicula a través de la Asociación de Voluntarios del Grupo Asegurador de "la Caixa" y está integrado dentro del programa de voluntariado corporativo de la entidad.

El programa nació en 2005 dentro del marco de la Obra Social de "la Caixa" y consiste en promover actividades de voluntariado entre los empleados de CaiFor en coordinación con la Obra Social de "la Caixa". En 2006, el programa ha incrementado el número de voluntarios adscritos, pasando de 9 a 17 voluntarios, y ha empezado a desarrollar actividades de colaboración con varias organizaciones y entidades sin ánimo de lucro.

Actividades de colaboración con instituciones y organizaciones

Un ejemplo ilustrativo de que CaiFor es una organización próxima y abierta a la sociedad, son las diversas actividades de relación y de colaboración con organizaciones y entidades de carácter público y privado. En este sentido, CaiFor participa de forma institucional en numerosas actividades, ya sea formando parte de dichas

entidades o bien promoviendo acciones de colaboración.

Entre las diferentes colaboraciones de CaiFor cabe mencionar:

- **Edad & Vida:** VidaCaixa es miembro promotor de la asociación Edad & Vida, una organización sin ánimo de lucro que persigue la mejora de la calidad de vida de las personas mayores y en la que están presentes empresas, instituciones universitarias y asociaciones. En el año 2006 el Grupo ha colaborado activamente en la realización y financiación del estudio "Capacidad de la vivienda en propiedad como instrumento de financiación de las personas mayores en España", desarrollado por los investigadores Joan Costa Font, Joan Gil Trasoí y Òscar Mascarilla Miró, del Centro de Análisis Económico y de las Políticas Sociales (CAEPS), de la Universidad de Barcelona.



- Investigación Cooperativa de Empresas Aseguradoras y Fondos de Pensiones (ICEA): es una asociación fundada en 1963, cuyo objetivo es estudiar e investigar materias relacionadas con el seguro. CaiFor es uno de los miembros de la asociación entre los que se encuentra un conjunto de entidades aseguradoras españolas adheridas, que representan el 92% del volumen de primas del sector español.
- Genève Association: se trata de una organización multinacional sin ánimo de lucro formada por los presidentes o consejeros delegados de 80 de las más importantes compañías aseguradoras de Europa, América del Norte, América del Sur, Asia, África y Australia. El objetivo principal es la investigación de la creciente importancia en términos económicos de la actividad aseguradora en los principales sectores.
- Centro del Sector Público – Sector Privado del IESE: VidaCaixa es patrono de esta asociación, a la cual apoya en su actividad de promoción e investigación del diálogo entre la Administración Pública y la Sociedad Civil y sus instituciones y el intercambio de ideas e iniciativas. Los resultados obtenidos se difunden a través de conferencias académicas, seminarios de investigación, publicaciones, foros y coloquios.

Participación en las actividades de la Obra Social de "la Caixa" y de Fortis

A través de la contribución al resultado global de "la Caixa" y de Fortis, CaiFor realiza de manera indirecta una aportación a los recursos con



los que se financian, por un lado, la extensa Obra Social de "la Caixa" y, por otro, los diversos programas de acción social de Fortis.

En total, en 2006, la Obra Social de "la Caixa" ha canalizado más de 302 millones de euros destinados a la financiación de programas sociales, de medio ambiente y ciencia, culturales y educativos, los cuales han beneficiado directamente a un total de 18,6 millones de personas en nuestro país.

Asimismo, Fortis desarrolló actividades en el ámbito de la responsabilidad social en 2006, centradas en la sostenibilidad de la cadena de suministro, la lucha contra el cambio climático y la inclusión social. Las actuaciones realizadas incluyen el trabajo de las fundaciones de Fortis, el diálogo con diferentes ONG, la relación de la entidad con el sector público y varias iniciativas de sponsorship. En 2006, la entidad destinó un amplio presupuesto a las donaciones y contó con 3.766 empleados llevando a cabo acciones de voluntariado, involucrados en 398 proyectos de diferentes características en países del Benelux.

Sustainable Supply Chains **Climate Change** **Social Inclusion**



Dinamismo

Contribución al desarrollo económico y social

El compromiso de CaiFor con la sociedad se materializa también a través de su contribución al progreso económico y social mediante su capacidad de generar empleo e inversiones.

CaiFor es la entidad líder del mercado español de previsión social complementaria, con un patrimonio gestionado en planes de pensiones y

seguros de vida que supera los 26.500 millones de euros. Asimismo, este hecho se traduce en su capacidad de generar actividad, lo que convierte a la entidad en un importante creador de empleo del sector asegurador español. En los últimos cinco años, CaiFor ha generado un total de 147 puestos de trabajo.

Nº de empleados del Grupo

	2001	2006
Servicios Centrales	285	438
AgenCaixa	338	332
Total CaiFor	623	770

Otra de las magnitudes importantes a destacar es el volumen de compras y de contratación de servicios de CaiFor, el cual ha alcanzado en 2006 la cifra de 41,8 millones de euros. En cuanto a la

gestión de los compromisos adquiridos con los más de 1.300 proveedores del Grupo, cabe subrayar que el cumplimiento de los mismos alcanza el 94% de ellos.

Proveedores por volumen de facturación

Más de 1.000 miles de euros	4
Entre 1.000 y 300 miles de euros	19
Entre 300 y 50 miles de euros	89
Menos de 50 miles de euros	1.246
Número total de proveedores	1.358



05

CaiFor y el medio ambiente

Introducción

Elementos clave de la relación del Grupo CaiFor con el medio ambiente

■ Confianza

El compromiso de CaiFor con el medio ambiente

■ Calidad

Impacto ambiental directo

- Consumo interno: indicadores e iniciativas de mejora
- Gestión y reciclaje de residuos
- Emisiones a la atmósfera

■ Dinamismo

Sensibilización ambiental



Introducción

CaiFor es consciente de la importancia de la preservación del medio ambiente y de la sensibilidad social que existe alrededor de esta cuestión. La organización tiene asumidos una serie de principios en relación con el respeto al medio

ambiente que están en línea con lo establecido en el marco legal, y además lleva a cabo de forma voluntaria una serie de actuaciones que van más allá del mismo.

Elementos clave de la relación del Grupo CaiFor con el medio ambiente

La sensibilidad de CaiFor hacia la preservación del medio ambiente se traduce en una serie de actuaciones que se canalizan de forma integra-

da desde la organización y que responden a las inquietudes sociales sobre el entorno.

Mecanismos de diálogo	Temas relevantes para CaiFor	Actuaciones de respuesta
770 profesionales Red de 5.179 oficinas de "la Caixa"	El compromiso ambiental de CaiFor	CaiFor tiene asumidos una serie de principios que reflejan su compromiso con el medio ambiente A lo largo de 2006 y de forma voluntaria, la organización ha llevado a cabo 12 actuaciones con el objetivo de minimizar el impacto de sus actividades sobre el medio ambiente
	Gestión del impacto ambiental	Los consumos más relevantes de CaiFor son la energía eléctrica y el papel. En ambos casos, CaiFor ha realizado en 2006 un seguimiento periódico de consumos y ha desarrollado un conjunto de actuaciones y medidas encaminadas a optimizar su uso

Confianza

El compromiso de CaiFor con el medio ambiente

CaiFor es sensible a los aspectos de su actividad que están relacionados con la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente. En consecuencia, la organización tiene asumidos los siguientes principios, que reflejan su compromiso con el entorno ambiental:

- Garantizar el cumplimiento de la legislación y normativa ambiental aplicable a sus actividades.
- Aplicar principios y buenas prácticas medioambientales en todas sus actuaciones.
- Formar y sensibilizar al equipo humano, haciéndole partícipe de la política medioambiental y priorizando la comunicación y la formación para lograr que la gestión medioambiental responsable implique a todos los miembros de la organización.
- Prevenir actuaciones contaminantes mediante la implantación gradual de las correspondientes medidas de mejora y la consideración de todos los aspectos necesarios para garantizar la protección del medio ambiente.

- Difundir la operativa en materia medioambiental entre todos los proveedores de bienes y servicios, y asegurarse del cumplimiento de la misma cuando lleven a cabo actividades en los centros de trabajo del Grupo.
- Poner a disposición de todas las partes interesadas la lista de acciones medioambientales.

Este compromiso de CaiFor se ha traducido en un conjunto de actuaciones, mayoritariamente voluntarias, que se han puesto en marcha a lo largo de 2006 con la finalidad de minimizar el efecto de su actividad sobre el entorno. Entre dichas actuaciones destacan las siguientes:

1. Puesta en marcha de un nuevo proceso de recogida de residuos con la implantación de nuevos contenedores.
2. Implantación de un nuevo proceso de depósito de residuos con incorporación de papeleras de doble uso.
3. Implementación de un nuevo proceso de depósito y recogida de plástico.
4. Instalación de puntos de recogida de pilas.
5. Establecimiento de mediciones periódicas del papel blanco y reciclado utilizado y de los residuos generados:
 - a. kg de papel generado
 - b. Número de pilas
 - c. Volumen de consumibles de impresión informáticos
 - d. kWh consumidos
 - e. kg de plástico
6. Renovación de las pantallas de luz de los Servicios Centrales de CaiFor.
7. Desarrollo de nuevas acciones encaminadas a fomentar el uso de las escaleras por parte de la plantilla, potenciando indirectamente el ahorro energético.



8. Ahorro energético en climatización a través de mensajes de concienciación en el uso responsable a los usuarios.

9. Publicación del *Catálogo de Buenas Prácticas Ambientales*, con el objetivo de sensibilizar a los empleados sobre la importancia de tener una actitud y una actuación responsables hacia el medio ambiente. Este instrumento facilita información y buenas prácticas sobre los siguientes temas:

- El uso responsable del material de oficina
- La gestión y el tratamiento adecuado de residuos
- El ahorro energético

Calidad

Impacto ambiental directo

Consumo interno: indicadores e iniciativas de mejora

CaiFor tiene la voluntad de dar una respuesta integral a los aspectos ambientales que se derivan de su actividad. Si bien los impactos generados como consecuencia de la actividad de CaiFor no son muy significativos, la organización los tiene en cuenta en su gestión y posterior seguimiento. En este sentido, los consumos más relevantes son los de energía eléctrica y papel.

Con el objetivo de minimizar el impacto, en 2006 se han invertido más de 32.000 euros en medidas a favor del reciclaje efectivo, que se han dedicado principalmente a mejorar la recogida selectiva de papel, plástico y otros residuos.

Papel

El papel es el principal residuo generado por la actividad de CaiFor. A lo largo de 2006, el consumo total de papel por parte de los empleados de CaiFor ha sido de 29,3 toneladas. Este consumo supone un total de 38 kg por empleado y

- El ahorro de agua

10. Comunicación interna a través de la revista interna del Grupo, Área Informativa, de las mejoras realizadas.

11. Implementación del uso mayoritario del papel reciclado.

12. Inclusión de una cláusula, en los nuevos contratos con proveedores de Servicios Generales, que promueva el buen uso de los recursos y las buenas prácticas en materia de gestión ambiental por parte de los mismos.

un incremento del 19,44% respecto al año 2005. Este aumento del consumo de papel se debe fundamentalmente al incremento de empleados del año 2006. Para compensar el crecimiento del consumo se han llevado a cabo un conjunto de actuaciones, entre las cuales destacan:

- La introducción a finales de 2006 de papel reciclado en convivencia con el papel blanco tradicional, lo cual ha supuesto que, del total de papel consumido, el 6,7% haya correspondido a papel reciclado.
- La incorporación de servicios para reducir el consumo de papel, como el envío y recepción de faxes escaneados por ordenador.
- La sustitución de equipamientos tradicionales de impresión por nuevos equipos multifuncionales que facilitan el escaneado de documentos, evitando de esta manera la impresión en papel.

Asimismo, CaiFor trabaja a favor de la sensibilización de sus empleados hacia conductas socialmente responsables en materia de preservación ambiental. En este sentido, a través del *Catálogo de Buenas Prácticas Ambientales*—a disposición de todos los empleados—, se promueven diversas acciones como la impresión y fotocopia

de documentos a doble cara o la reutilización de papel copiado o impreso únicamente por una cara, además de la priorización del escaneado de documentos por delante de la impresión en aquellos casos en que esto sea posible.



Agua

El consumo de agua de los edificios de Servicios Centrales de CaiFor se aprovisiona directamente de la red municipal. En 2006, se han consumido un total de 3.179 metros cúbicos en el edificio de CaiFor en Barcelona.

Energía eléctrica

CaiFor se ha fijado el objetivo de racionalizar el consumo de energía en sus sedes corporativas. En este sentido, en 2006 las iniciativas asumidas

por la organización han ofrecido resultados positivos a la luz de los indicadores de consumo total. Así, el consumo de energía eléctrica ha experimentado una reducción de un 9,6% con respecto al consumo del año 2005, siendo la energía eléctrica total consumida en 2006 de 1,29 millones de kWh en los edificios de Servicios Centrales de Barcelona y Madrid. Dichos datos suponen una reducción de 312 kWh de consumo de energía eléctrica por empleado, lo cual es consecuencia directa del establecimiento de diferentes medidas para concienciar sobre el ahorro de energía.

CATÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES Consejos para el ahorro de agua

Al contrario de lo que pueda parecer, el consumo de agua en oficinas no es insignificante. El consumo medio por persona y día en una oficina es de 83 litros, la Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que la cantidad adecuada de agua para consumo humano es de 100 litros/habitante/día.

✓ Si detectas alguna fuga de agua en algún grifo o cisterna, cuba o cisterna, ponte a Servicios Generales (junta) que gotea o que se pierde hasta 20 litros al día.

✓ Evita utilizar el váter como papelería, con cada descarga se consumen entre 2 y 10 litros de agua.

✓ Siempre que sea posible, haz uso de los sistemas con doble pulsador. Algunos sistemas de un solo pulsador permiten parar el descargo de agua pulsando dos veces seguidas.

VidaCaixa AgenCaixa SegurCaixa

Consumo de gasoil

El consumo de gasoil es muy bajo, dado que CaiFor no dispone de grupos electrógenos propios. Únicamente hay uno en la sede de los Servicios Centrales de Barcelona, el cual se utiliza con carácter muy excepcional.

Gestión y reciclaje de residuos

Los residuos generados por la actividad propia del Grupo CaiFor suponen un impacto menos significativo sobre el medio ambiente que si se tratara de una empresa del sector industrial. A

pesar de ello, la organización se asegura de que el tratamiento y la gestión de los mismos se lleven a cabo de acuerdo con la normativa vigente. En este sentido, en los edificios de Servicios Centrales se han dispuesto elementos de recogida selectiva para papel, cartón y plástico. Para el resto de elementos contaminantes, como pueden ser pilas, baterías, fluorescentes, cartuchos de tóner, equipos informáticos y equipos de comunicación, se han establecido acuerdos con gestores especialistas autorizados que se encargan de su correcta gestión y posterior reciclaje.

Residuos generados en los Servicios Centrales para su reciclaje

Tipo de residuo	2006
Papel (kg)	22.612
Plástico (kg)	896
Cartuchos de consumibles de impresión (unidades)	453
Pilas (kg)	23

Emisiones a la atmósfera

La actividad propia de CaiFor no tiene un impacto directo significativo sobre el medio ambiente en cuanto a emisiones a la atmósfera se refiere. Pese a ello, las emisiones indirectas se derivan fundamentalmente del consumo eléctrico y de la realización de viajes por parte de sus trabajadores.

Con respecto a la realización de viajes, el kilometraje total incurrido por los empleados del

Grupo en 2006 fue de 463.000 km. Por otro lado, el grupo electrógeno de la sede de los Servicios Centrales del Grupo en Barcelona estuvo funcionando durante un total de 26 horas en 2006. Teniendo en cuenta que su consumo de gasoil es de 40 litros por hora, el consumo total de gasoil fue de 1.040 litros.



Dinamismo

Sensibilización ambiental

CaiFor es consciente de la importancia que tiene la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente. Para tangibilizar dicho compromiso, CaiFor lleva a cabo una labor de sensibilización específica para que sus empleados sean los que ejecuten los compromisos asumidos voluntariamente por la organización.

2006 ha sido el primer año en que se ha iniciado un proceso de sensibilización interno, basado en 12 acciones, que ha consistido en la publicación y difusión interna del *Catálogo de Buenas Prácticas Ambientales*. La distribución de dicho

catálogo a toda la plantilla, realizada a través del correo electrónico, se aprovechó para motivar la puesta en marcha de las 12 acciones, a la vez que se transmitió el mensaje de que un pequeño gesto de cada uno de los empleados puede parecer insignificante, pero aunándolos todos seguro que el impacto será muy relevante.

Adicionalmente, todos los empleados tienen acceso a través de los sistemas de información corporativos a contenidos sobre medidas y actuaciones para preservar el medio ambiente.

06

Informe de verificación e indicadores del Global Reporting Initiative (GRI)

El presente Informe de Responsabilidad Social Corporativa de CaiFor ha sido elaborado de acuerdo con las directrices de la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative, publicada en 2006 y conocida como G3.

Consideramos que el Informe de Responsabilidad Social 2006 de CaiFor reúne los requisitos asociados a la Calificación A de Aplicación de G3, lo cual implica que cumple con las especificaciones asociadas al nivel A de G3 en cuanto a Perfil, Enfoques de Gestión e Indicadores de Desempeño.

El presente Informe de Responsabilidad Social Corporativa de CaiFor no ha sido verificado externamente, pero existe la voluntad de proceder a la verificación del Informe de Responsabilidad Social Corporativa en el futuro.

	Nivel de calificación	C	C+	B	B+	A	A+
Desarrollo del estándar	Perfil G3	Informan sobre: 1.1, 2.1-2.10, 3.1-3.8, 3.10-3.12, 4.1-4.4, 4.14-4.17	Informe verificado externamente	Reportar de todos los criterios listados para el nivel C y además: 1.2., 3.9-3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17	Informe verificado externamente	El mismo requerimiento que para el nivel B	Informe verificado externamente
	Enfoque de gestión G3	No se requiere		Enfoque de gestión para cada categoría de indicadores		Enfoque de gestión para cada categoría de indicadores	
	Indicadores de desarrollo y suplementarios del sector (G3)	Reportar un mínimo de 10 indicadores de desarrollo, incluyendo al menos uno de cada de los indicadores: social, económico y ambiental.		Reportar un mínimo de 20 indicadores de desarrollo, al menos uno de cada de los indicadores: económico, medioambiental, derechos humanos, trabajo, sociedad y responsabilidad de producto.		Dar respuesta a todos los indicadores centrales de G3 y del Suplemento con respecto al principio de materialidad: a) informando de cada indicador; b) explicando la razón para su omisión.	

CONTENIDOS GRI G3		
1. Estrategia y análisis		Páginas del Informe
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia	Carta del presidente del Informe Anual + 7
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	12-13, 33-34, 55, 64
2. Perfil de la organización		
2.1	Nombre de la organización	Informe Anual
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	13-16 + Informe Anual
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (JVs)	Informe Anual
2.4	Localización de la sede principal de la organización	Informe Anual
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria	21-22
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Informe de Gobierno Corporativo
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios)	13-17 + Informe Anual
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido: <ul style="list-style-type: none"> • Número de empleados • Ventas netas (para organizaciones sector privado) o ingresos netos (para organizaciones sector público) • Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (organizaciones sector privado) • Cantidad de productos o servicios prestados 	34-37 + Informe Anual
2.9	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos: <ul style="list-style-type: none"> • La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones • Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado) 	“Los cambios significativos producidos en 2006 aparecen reflejados en los distintos capítulos del Informe de RSC y el Informe Anual”
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo	Carta del presidente del Informe Anual
3. Parámetros de la memoria		
3.1	Período cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año natural)	Carta del presidente del Informe Anual
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere)	Carta del presidente del Informe Anual
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.)	Carta del presidente del Informe Anual
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido	Interior contraportada
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de la materialidad • Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria • Identificación de los grupos de interés que se prevé que utilicen la memoria 	7-8, 12-13, 33-34, 55, 64
3.6	Cobertura de la memoria (p. ej.: países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores)	Carta del presidente del Informe Anual
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	“No existen limitaciones del alcance o cobertura del Informe”
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (<i>joint ventures</i>), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones	“El perímetro del Informe es el Grupo CaiFor”

3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria	"En todos los capítulos del Informe"
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reformulación de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reformulación (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los períodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración)	"No se ha producido reformulación"
3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria	"No se han producido cambios significativos"
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria	Tabla de indicadores del GRI
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación	"El Informe no ha sido verificado externamente"
4. Gobierno, compromisos y participación de grupos de interés		
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización	Informe de Gobierno Corporativo
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen)	Informe de Gobierno Corporativo
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos	Informe de Gobierno Corporativo
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno	Informe de Gobierno Corporativo + 41-42
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental)	Informe de Gobierno Corporativo
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	Informe de Gobierno Corporativo
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigibles a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos	Informe de Gobierno Corporativo
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación	Informe de Gobierno Corporativo + 5-7
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios	Informe de Gobierno Corporativo
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social	Informe de Gobierno Corporativo
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	19
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe	56-59

4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a los que la organización apoya y en los que: <ul style="list-style-type: none"> • Esté presente en sus órganos de gobierno • Participe en proyectos o comités • Proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios • Tenga consideraciones estratégicas 	58-59
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido	8
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete	8
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés	7-8, 12-13, 33-34, 55, 64
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria	7-8, 12-13, 33-34, 55, 64

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN Y/O DIRECCIÓN	
Dimensión económica	Páginas del Informe
Desempeño económico	Informe Anual
Presencia en el mercado	Informe Anual
Impacto económico indirecto	Informe Anual
Dimensión ambiental	
Materiales	66-68
Energía	66-68
Agua	66-68
Biodiversidad	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
Emisiones, vertidos y residuos	68-69
Productos y servicios	64-66
Cumplimiento normativo	64-66
Transporte	69
Aspectos generales	64-66
Dimensión social - Prácticas laborales y ética en el trabajo	
Empleo	34-37, 44-45
Relación empresa/trabajadores	39-43
Salud y seguridad en el trabajo	48-49
Formación y educación	45-47, 50
Diversidad e igualdad de oportunidades	43
Dimensión social - Derechos Humanos	
Prácticas de inversión y aprovisionamientos	42-43
No discriminación	43
Libertad de asociación y convenios colectivos	51
Abolición de la explotación infantil	Dado el ámbito de actuación de CaiFor no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	Dado el ámbito de actuación de CaiFor no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo
Quejas y procedimientos conciliatorios	39-42
Prácticas de seguridad	48-49
Derechos de los indígenas	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
Dimensión social - Sociedad	
Comunidad	53-61
Corrupción	19
Política pública	Informe de Gobierno Corporativo
Comportamiento de competencia desleal	No hay procedimientos abiertos contra CaiFor por prácticas de anticompetencia

Cumplimiento normativo	Informe de Gobierno Corporativo
Dimensión social - Responsabilidad de producto	
Salud y seguridad del cliente	17-18
Etiquetado de productos y servicios	17-18
Comunicaciones de marketing	17-18
Privacidad del cliente	17-18
Cumplimiento normativo	17-18

INDICADORES GRI G3			
INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO		Tipo	Páginas del Informe
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos	C	42-43, 59, 60 + Informe Anual
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	C	“No existen consecuencias financieras directas a corto plazo para las actividades del Grupo CaiFor debido al cambio climático”
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	C	42-43
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	C	46
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	A	“La retribución mínima del personal que trabaja en el Grupo CaiFor está por encima del mínimo fijado por la Ley y mayoritariamente se sitúa por encima de la mínima del convenio sectorial. El salario base está regulado por las tablas establecidas en el convenio sectorial y representa 1,72 veces el salario mínimo legal”
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	C	60
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	C	“En el Grupo CaiFor no existen procedimientos específicos para la contratación local de altos directivos”
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie	C	No existen inversiones en infraestructuras y servicios prestados para el beneficio público derivado de compromisos comerciales
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos	A	55, 60 + Informe Anual
INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL			
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen	C	66-68
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	C	66-69
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	C	66-68
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	C	66-68
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	A	65-69
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas	A	64-68
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas	A	64-68
EN8	Captación total de agua por fuentes	C	67-68

EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	A	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	A	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas	C	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas	C	Indicador no aplicable al Grupo CaiFor ya que no realiza ninguna actividad nociva en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	A	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	A	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie	A	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	C	69
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	C	69
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	A	64-66, 69
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso	C	Indicador no aplicable al Grupo CaiFor ya que no produce emisiones significativas de sustancias destructoras de la capa de ozono
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	C	Indicador no aplicable al Grupo CaiFor dado su bajo nivel de consumo de combustibles fósiles
EN21	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino	C	Indicador no aplicable al Grupo CaiFor ya que durante 2006 no ha realizado ningún vertido significativo de aguas residuales
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	C	68
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	C	Indicador no aplicable al Grupo CaiFor ya que durante 2006 no se ha producido ningún derrame accidental significativo
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	A	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante	A	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	C	66-68

EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	C	Indicador no aplicable al Grupo CaiFor ya que comercializa únicamente productos de aseguramiento y previsión social
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	C	"Durante el pasado ejercicio 2006 el Grupo CaiFor no ha sido objeto de multas o sanciones judiciales relacionadas con el cumplimiento de la normativa ambiental"
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	A	69
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	A	66-68
INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL - Prácticas laborales			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	C	34-37
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	C	34, 44-45
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosados por actividad principal	A	42-43
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	C	51
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos	C	51
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo	A	48-49
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo, por región	C	48-49
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	C	48-49
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	A	48-49
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	C	46
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	A	50
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	A	50
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	C	Informe de Gobierno Corporativo
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	C	43

INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL - Derechos Humanos			
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	C	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	C	Información no disponible, no obstante ver página 60
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados	A	"En los valores del Grupo CaiFor se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés"
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	C	"Durante el pasado año 2006 no se ha producido en el Grupo CaiFor ninguna incidencia por discriminación"
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y el de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos	C	"El Grupo CaiFor no ha identificado situaciones de riesgo en este sentido"
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	C	"Dado el ámbito de actuación del Grupo CaiFor no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo"
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	C	"Dado el ámbito de actuación del Grupo CaiFor no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo"
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades	A	"En los valores del Grupo CaiFor se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés"
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	A	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL - Sociedad			
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa	C	55-56
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	C	Informe de Gobierno Corporativo
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización	C	100%
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	C	Informe de Gobierno Corporativo
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i>	C	"El Grupo CaiFor no está posicionado en relación a la participación en el desarrollo de políticas o actividades de <i>lobby</i> "
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	A	Informe de Gobierno Corporativo
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	A	"No hay procedimientos abiertos en contra del Grupo CaiFor por prácticas de anticompetencia"

SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	C	17
INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL - Responsabilidad del producto			
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación	C	17
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	A	17-18
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos	C	17-18
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	A	17-18
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	A	17-18, 23-26
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	C	17-18
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	A	17-18
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	A	17
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	C	17



INDICADORES DEL SECTOR FINANCIERO		
INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL		Páginas del Informe
CSR1	Política de RSC	5-7
CSR2	Organización de RSC	5-7
CSR3	Auditorías de RSC	El informe no ha sido verificado externamente
CSR4	Gestión de asuntos sensibles (corrupción, aportaciones a partidos políticos, lavado de dinero, financiación de terrorismo...)	Informe de Gobierno Corporativo
CSR5	Incumplimiento (normativas, reglamentos, estándares, leyes...)	Ver indicadores EN28, EN30, HR4, SO4, SO7, SO8, PR2, PR4, PR7, PR8, PR9
CSR6	Diálogo con <i>stakeholders</i> (incluye premios de matiz social)	12-13, 33-34, 55, 64
DESEMPEÑO SOCIAL INTERNO		
INT1	Política de RSC en el seno de la de RRHH (igualdad, libertad de asociación, formación, despidos, salud laboral...)	31-51
INT2	Rotación de empleados y creación de empleo	44-45
INT3	Satisfacción de los empleados	39-42
INT4	Remuneración del <i>senior management</i> y consejo de administración	Informe Anual + Informe de Gobierno Corporativo
INT5	Remuneración variable vinculada a la sostenibilidad	No existe una relación directa
INT6	Ratio salarial hombres/mujeres	43
INT7	Perfil de empleados (género, discapacidad...)	34-37, 43
DESEMPEÑO HACIA LA SOCIEDAD		
SOC1	Contribuciones filantrópicas y caridad, y mecenazgo	59
SOC2	Valor Económico Añadido	Informe Anual
PROVEEDORES		
SUP1	Seguimiento de los principales proveedores	55, 60
SUP2	Satisfacción de los proveedores	Información no disponible
BANCA MINORISTA		
RB1	Aspectos sociales de la política de Banca Minorista (productos de exclusión social...)	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
RB2	Perfil de la política de financiación (sectores, pymes...)	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
RB3	Criterios sociales o de sostenibilidad en la política de financiación (productos con matices sociales...)	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
BANCA DE INVERSIÓN		
IB1	Aspectos sociales y medioambientales de la política de Banca de Inversiones	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
IB2	Perfil global de los clientes de Banca de Inversiones	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor
IB3	Transacciones con alto contenido socio-medioambiental	Indicador no aplicable a las actividades del Grupo CaiFor

GESTIÓN DE ACTIVOS		
AM1	Aspectos sociales de la política de Gestión de Activos	18-19
AM2	Activos bajo gestión con matices de sostenibilidad	18-19
AM3	Fomento de la Inversión Socialmente Responsable	18-19
SEGUROS		
INS1	Aspectos sociales de la política de gestión de seguros	55-56
INS2	Perfil de los clientes	13-17
INS3	Reclamaciones de los clientes	25-26
INS4	Seguros con matices de sostenibilidad	55-56
INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL		
F1	Descripción de las políticas medioambientales aplicadas a las líneas de negocio básicas	64-66
F2	Descripción de los procesos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales en las líneas de negocio básicas	Información no disponible
F3	Establecimiento de los umbrales a partir de los cuales se aplican los procedimientos de evaluación de riesgos medioambientales a cada línea de negocio básica	Información no disponible
F4	Descripción de los procesos de implementación y cumplimiento por parte de los clientes de los aspectos medioambientales detectados en los procesos de evaluación de riesgos	Información no disponible
F5	Descripción de los procesos para mejorar la competencia de los empleados a la hora de abordar los riesgos y oportunidades medioambientales	69
F6	Número y frecuencia de las auditorías que incluyen el examen de los sistemas y procedimientos de riesgos medioambientales vinculados a las líneas de negocio básicas	Información no disponible
F7	Descripción de la interacción con clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades medioambientales	64-66
F8	Porcentaje y número de compañías mantenidas dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha intervenido en cuestiones medioambientales	Información no disponible
F9	Porcentaje de activos sujetos a un control medioambiental positivo, negativo y de excelencia	Información no disponible
F10	Descripción de la política de voto en materias medioambientales aplicable a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto	Información no disponible
F11	Porcentaje de activos bajo gestión sobre los que la organización informante dispone de acciones con derecho a voto o recomendación de voto	Información no disponible
F12	Valor monetario total de productos y servicios específicos medioambientales desglosados por líneas de negocio básicas	Información no disponible
F13	Valor de la cartera para cada línea de negocio desglosado por regiones y sectores específicos	Información no disponible

Para más información:

General

CaiFor

General Almirante, 2-4-6 08014, Barcelona
Teléfono: 93 227 87 00 / Fax: 93 298 90 05
Dirección en Internet: www.caifor.es

Responsabilidad Social Corporativa

Jesús M^º García Martínez

Subdirector de Organización y Recursos Humanos
General Almirante, 2-4-6 08014, Barcelona
Teléfono: 93 227 87 31 / Fax: 93 298 90 04

Si desea hacernos llegar algún comentario o realizar cualquier consulta sobre este Informe, ponemos a su disposición la siguiente dirección: rsc_caifor@caifor.es

Otras publicaciones:

Informe Anual CaiFor 2006

CaiFor, S.A.

Domicilio Social: General Almirante, 2-4-6 – 08014 Barcelona, España
Número de identificación fiscal: A 58333261
Teléfono: (34) 93 227 87 00
Fax: (34) 93 298 90 05
Dirección en Internet: www.caifor.es

