



5

## Objectius i reptes

En l'Informe de Responsabilitat Corporativa 2010 de VidaCaixa Grup, s'hi recullen els principals objectius i reptes per al 2011 en matèria de gestió responsable de les seves societats -VidaCaixa, AgenCaixa i SegurCaixa Adeslas-.

Tot seguit es mostren els objectius i reptes de VidaCaixa Grup, excloent-ne els de SegurCaixa Adeslas, que reporta els seus a través del seu propi Informe Anual Integrat.

# Clients

El 2011, VidaCaixa Grup ha continuat desenvolupant la seva activitat per als segments de particulars, pimes, professionals autònoms i empreses, innovant en nous productes que s'adeqüen a les necessitats de cada col·lectiu

i a través d'un model bancassegurador complementat amb altres canals. L'activitat de previsió social es duu a terme tenint en compte principis i criteris de responsabilitat social i sostenibilitat.

## Lideratge en gestió sostenible de les inversions, solvència i control de risc

### Reptes del 2011

- Mantenir el compromís actiu: participació en fòrums, esponsorització d'esdeveniments i foment de la Inversió Socialment Responsable.
- Aprofundir en l'anàlisi de la cartera d'inversions segons els criteris SRI, no solament en les carteres de renda variable sinó també per a la renda fixa corporativa.
- Incrementar el diàleg amb les gestores amb revisions bianuals.
- Mantenir la incorporació de millores en el desenvolupament intern que permetin adaptar els progressos de VidaCaixa Grup i els que es produeixin a nivell de la indústria.

- Consolidar la posició ISR estratègica amb increments graduals.

- Continuar participant en els grups de treball del sector per al desenvolupament legislatiu, fent un èmfasi especial a reduir la càrrega de capital en els productes de vida a llarg termini.
- Participar en l'estudi de stress test i en els estudis complets o parcials que es realitzin sobre l'impacte quantitatiu QIS 5.
- Sol·licitar l'autorització del model intern davant la Direcció General d'Assegurances i Fons de Pensions.

### Resposta / actuacions 2011

- S'ha participat activament en activitats i esdeveniments relacionats amb el foment de la previsió i l'estalvi i la ISR, i s'ha continuat amb la feina de difusió entre clients i proveïdors de productes d'inversió (pàg. 49-53).
- Tota la cartera d'inversions està avaluada amb criteris ESG (pàg. 49).
- El 2011 s'han venut posicions en tres empreses del sector energètic (pàg. 49).
- Es disposa d'un model de gestió d'inversions per a fons i actius de renda fixa. Així mateix, s'han dissenyat indicadors específics de criteris ESG per a alguns dels principals fons de treball gestionats per al fons de pensions de la Generalitat de Catalunya (pàg. 49).

- Es modifica l'abast de l'objectiu establert el 2010 i s'inicien les accions necessàries per aconseguir l'objectiu del 2012.

- S'ha elaborat un nou mapa de riscos de VidaCaixa (pàg. 47).
- S'ha millorat l'aplicació de gestió de riscos per avançar en la seva valoració i integrar-ne la gestió en el disseny, subscripció, pricing, aprovisionament i reassegurança (pàg. 47).
- S'ha participat activament en les peticions d'informació de l'EIOPA, òrgan independent del Parlament Europeu i de la UE (pàg. 47).
- S'ha avançat en el procés de prevalidació del model intern de risc i en els grups de treball sectorial d'UNESPA (pàg. 50).

### Reptes per al 2012

- Desenvolupament de l'informe d'ISR per reportar-lo a les comissions de control.
- Millora en l'acompliment en alguns dels indicadors PRI relacionats amb la ISR.

- Fer un pas més en la gestió sostenible de les inversions, considerant els aspectes ISR, no solament com una categoria d'actiu, sinó en la seva consideració global en les carteres gestionades, és a dir, valorant el total dels actius de les carteres amb criteris ISR, a més dels purament econòmics i financers.

- Implantació dels futurs requeriments de solvència d'acord amb el projecte Solvència II.
- Continuar desenvolupant les millors pràctiques de gestió de riscos i control financer.
- Participar en els test d'estrès que s'impulsin des d'EIOPA.
- Continuar participant en els grups de treball d'UNESPA i de la Direcció General d'Assegurances i Fons de Pensions.

● Objectiu aconseguit   ● Objectiu parcialment aconseguit   ○ Objectiu no aconseguit

## Reptes del 2011

- Des del punt de vista del segment de persones grans, crear nous productes: rendes temporals i capitals diferits.
- Parar una especial atenció a les necessitats dels diversos segments de clients.
- Dissenyar nous productes vinculats a les necessitats de pimes i autònoms.

- Millorar la usabilitat de les consultes de productes d'assegurances a Línia Oberta.
- Millorar l'oferta de serveis i operatives d'assegurances i previsió per a telefonia mòbil.
- Continuar incorporant les noves tecnologies en la comunicació amb els clients: e-mailing, fullets digitals, funcionalitats per a telefonia mòbil.
- Incorporar la gamma d'assegurances al segment de Banca Personal en el portal web de "la Caixa".
- També en l'entorn portal Web de "la Caixa" i Línia Oberta, es preveu continuar amb la millora de la usabilitat de les consultes de productes d'assegurances.

## Resposta / actuacions 2011

- S'han comercialitzat un total de 12 nous productes d'estalvi i previsió, dels quals 5 són plans de pensions, 3 vida-estalvi i 4 vida-risc. S'ha adaptat l'oferta d'estalvi per a clients de banca personal i privada de CaixaBank, s'ha millorat l'oferta per a pimes i autònoms i per al col·lectiu de persones grans, s'ha llançat un nou producte per a les empreses, VidaCaixa Elecció, i una oferta multiram, juntament amb SegurCaixa Adeslas (pàg. 42-43).
- S'ha desenvolupat l'oferta de productes asseguradors per a emprenedors, microempresaris i particulars, amb l'objectiu de promoure, juntament amb MicroBank, el desenvolupament econòmic i la inclusió financera, a través de la comercialització de l'assegurança Seviam Obert (pag. 39).

- S'han invertit 15,3 milions d'euros en tecnologia i sistemes d'informació i 3 milions en R+D+I (pàg. 44).
- S'ha potenciat la utilització de dispositius i suports més sostenibles com l'USB, per informar els clients sobre els productes de VidaCaixa Grup (pàg. 66).
- S'ha introduït a CanalCaixa el fullet digital i es limita la impressió a ordinadors centrals.
- Ús d'e-mailing per a comunicats a clients en l'àmbit de la retenció i fidelització.
- S'ha ampliat l'accés a informació i contractació de productes a través de Línia Oberta al portal d'Internet de CaixaBank i del mòbil (pàg. 44-45).

## Reptes per al 2012

- Es preveu el desenvolupament i disseny de nous productes vinculats a les necessitats de pimes i autònoms.
- Desenvolupament del pla integral de l'oferta del segment "retirement".
- Manteniment del nivell d'oferta en el segment de gent gran.
- Recuperació dels nivells de vinculació en assegurances d'amortització de préstecs i innovació en l'oferta d'assegurances d'amortització de préstecs personals.

- Adaptació de les operatives de constitució i gestió en el nou terminal financer de plans de pensions, vida familiar i Seviam.
- Ampliació de les possibilitats de l'operativa "ready to buy" per a traspassos interns i externs en PPA.
- Millores en les plataformes per a "brokers" i prenedors de pòlisses col·lectives.

## Reptes del 2011

## Resposta / actuacions 2011

## Reptes per al 2012

### Seguretat i transparència en la relació amb els clients

- Revisar els contractes de prestació de serveis i vinculació amb Document de Seguretat.
- Realitzar l'auditoria interna el 2011 sobre temes de seguretat i prova dels plans de contingència dels sistemes de seguretat i comunicació de les dades del client.
- Revisar les clàusules de tractament i cessió de dades de tots els productes de la Companyia per a la seva homogeneïtzació i adaptació a la substitució de "la Caixa" per CaixaBank.
- Definir una política de comunicació comercial del Grup Assegurador, amb l'objectiu de garantir el compliment de la Llei General de Publicitat.
- Estendre el curs de formació sobre seguretat i confidencialitat a tota la plantilla.

- No s'han revisat els contractes de prestació de serveis i vinculació amb Document de Seguretat. S'ajorna per al 2012.
- S'ha dut a terme l'auditoria LOPD i les proves de contingència en els sistemes principals.
- Amb motiu del naixement de CaixaBank, s'ha procedit a adaptar les clàusules de cessió de dades de clients (pàg. 66).
- No s'ha produït cap sanció per vulneració de la LOPD o sobre incompliment de la normativa d'informació al client (pàg. 66).
- No es disposa d'una política de comunicació comercial per al Grup Assegurador, però VidaCaixa està adherida a la política de comunicació de "la Caixa".
- El 2011 s'ha realitzat el curs de formació sobre seguretat i confidencialitat a tota la plantilla (pàg. 66, 78-79).

- Es preveu revisar els contractes de prestació de serveis i vinculació amb Document de Seguretat.
- Reforçar la implantació del model de prevenció de delictes recollits en la reforma del Codi Penal.

### Ètica i transparència de la informació comercial

- Continuar en la mateixa línia de difusió dels Principis per a la Inversió Responsable (PRI).
- Valorar la possibilitat que el Grup Assegurador compleixi els requisits i s'adhereixi a un organisme d'Autocontrol reconegut pel Banc d'Espanya.

- S'ha continuat amb la difusió activa del PRI, en línia amb els anys anteriors (pàg. 66).
- Totes les campanyes a Canal Bancari s'envien a l'organisme d'Autocontrol a través de "la Caixa" (pàg. 66).

- Avançar en la difusió dels principis PRI.

### Accessibilitat als productes i serveis

- Mitjançant un programa de formació continuada, acostar el producte a les oficines de "la Caixa", facilitant així a tots els públics l'accés a informació de qualitat i transparència en matèria d'assegurances i previsió.

- S'ha millorat la informació i l'acció comercial en el canal bancassegurador a través de més de 800 sessions de formació mitjançant la nova xarxa d'executius comercials (pàg. 45).
- S'ha continuat millorant l'accessibilitat a la informació i a la comercialització de productes a través de tots els canals (pàg. 45-46).

- A nivell de formació de canal, es posarà en marxa una xarxa de coachs que actuaran com a gestors i dinamitzadors dels productes Premium per al segment de banca personal i privada.

## Reptes del 2011

- Avançar cap a un model comú de seguiment de la qualitat percebuda en tots els rams de la companyia.
- Agilitzar la resposta a consultes i reclamacions, de manera que els clients rebin la millor atenció en termini i contingut.
- Revisar periòdicament el dimensionament dels equips interns i externs per assegurar el manteniment del compliment dels nivells de servei amb les peticions de les oficines de "la Caixa".
- Potenciar l'expedient electrònic i reduir les transaccions de paper a través de la implementació del gestor documental filenet.

## Resposta / actuacions 2011

- S'han efectuat 5 estudis, incrementant el nombre d'enquestes a clients (pàg. 60).
- S'ha implantat el nou model de mesurament de la qualitat (pàg. 60).
- VidaCaixa Grup ha estat la companyia més ben valorada pels mediadors espanyols segons el Baròmetre ADECOSE (Associació Espanyola de Corredories d'Assegurances) (pàg. 63)
- VidaCaixa Grup s'ha situat globalment per sobre de la mitjana del mercat d'acord amb l'estudi Willis Quality Index (pàg. 63).
- S'ha reduït el temps mitjà de resposta de les cartes al director amb relació al 2010 (pàg. 63).
- Ha augmentat la valoració de la qualitat objectiva de la xarxa d'oficines de CaixaBank en indicadors de gestió com peticions ateses (pàg. 65).
- S'ha renovat la certificació ISO 9001 per a la gestió de fons i plans d'ocupació (pàg. 60).
- Implantació de l'expedient electrònic i reduir les transaccions de paper a través de la implantació del gestor documental filenet per a la documentació recurrent (s'ha aconseguit el 100%).

## Reptes per al 2012

- Continuar amb el model de qualitat percebuda, enquestant una mostra més elevada de clients per conèixer la seva opinió i treballar per millorar la seva satisfacció amb el servei prestat.
- Mantenir el nivell de satisfacció en mediadors (enquesta d'ADECOSE).
- Organització del Focus Group amb Directors de les Oficines de "la Caixa" amb l'objectiu de conèixer la seva percepció de la qualitat de servei prestat per VidaCaixa, treballant així en la millora del servei prestat i, per tant, en la millora dels valors de QCaixa.
- Consolidar l'expedient electrònic i reduir les transaccions de paper a través de la implementació del gestor documental filenet per a documentació històrica.

# Empleats

VidaCaixa Grup aposta per l'ocupació de qualitat i, per això, potencia el desenvolupament professional dels seus empleats i aspira cada any a convertir-se en un lloc millor per treballar.

## Reptes del 2011

## Resposta / actuacions 2011

## Reptes per al 2012

### Compromís amb l'ocupació de qualitat

- Formalitzar l'acord sobre condicions laborals dels empleats de la Companyia.
- Posar en valor el nou acord global d'homogeneïtzació de condicions laborals.
- Mantenir el desenvolupament paral·lel i compensat del negoci i la plantilla.

- L'acord laboral es va formalitzar el maig del 2011.
- El manteniment del desenvolupament s'ha garantit complint el pressupost i la plantilla aprovada (pàg. 67).

- Mantenir el repte del desenvolupament paral·lel i compensat del negoci i la plantilla.

### Selecció, acollida, retenció i satisfacció dels empleats

- Implantar el Pla d'Acollida en tota l'organització al llarg del 2011.
- Analitzar, definir i implantar el Pla de mesures de conciliació, sota l'àmbit de la certificació EFR, en tota l'organització.
- Implantar un Model de conciliació únic per a tota l'organització.

- S'ha implantat el pla d'acollida integral, destinat a nous empleats (pàg. 70).
- S'han mantingut les mesures EFR, a través de l'acord laboral, que efectivament afavoreixen la conciliació (pàg. 71).

- Implantar un pla d'acollida virtual per a tota l'organització.
- Mantenir la certificació EFR.
- Desenvolupar eines tecnològiques que facilitin i optimitzin els processos de selecció.
- Implantar un model de gestió de competències que impactin en matèria de selecció (definició de perfils homogenis basant-se en el diccionari de competències).
- Reprendre el model de treball de Best Place to Work.

### Formació i desenvolupament del talent

- Revisar la Política i Normativa Interna de Formació de la nova entitat.
- Definir i implantar el Pla de Formació 2011.
- Impartir la formació contínua als gestors comercials en els nous productes i en el desenvolupament de les habilitats de venda.
- Definir i implantar el programa de gestió del canvi segmentat per col·lectius.
- Analitzar, definir i iniciar la implementació d'un projecte que permeti desenvolupar les capacitats organitzacionals necessàries per a la consecució del Pla Estratègic.
- Redissenyar el Sistema de Gestió de competències per implantar-lo en la globalitat dels serveis centrals.

- S'ha definit la política i normativa interna de formació (pàg. 78).
- S'ha implantat el pla de formació (pàg. 78).
- S'han desenvolupat més de 200 cursos, que representen més de 15.000 hores lectives a més de 700 empleats (pàg. 78-79).
- S'ha continuat amb la implementació del programa de gestió del canvi (pàg. 78-79).
- A través del Pla de Formació, s'han treballat les capacitats organitzacionals. Amb la nova divisió del negoci, aquest projecte s'ha traslladat al 2012 (pàg. 78).
- S'ha conclòs un nou diccionari de competències actitudinals (pàg. 80).

- Revisar la política de formació en el perímetre de VidaCaixa Grup.
- Dotar els empleats d'un pla de formació que proporcioni les eines per a un òptim acompliment i la consecució d'objectius.
- Adaptar els processos de selecció, formació i avaluació d'acompliment amb el nou model de gestió per competències.
- Incorporar i continuar a través d'objectius QCI la implantació del Model de gestió de competències actitudinals.

● Objectiu aconseguit   ● Objectiu parcialment aconseguit   ○ Objectiu no aconseguit



## Reptes del 2011

## Resposta / actuacions 2011

## Reptes per al 2012

### Diàleg, participació i comunicació

- Dissenyar una intranet corporativa per a VidaCaixa Grup que abraci tota l'estructura de la nova companyia.
- Desplegar el quadre de comandament integral a tots els nivells (general, específic i personal) als serveis centrals del nou Grup, facilitant així la comunicació de l'estratègia i la seva materialització a través dels objectius individuals i departamentals.
- Implantar el pla de comunicació interna, palanquejada en la intranet corporativa de la nova companyia.

- S'ha definit el disseny de la nova intranet corporativa per a tot el personal de la companyia, orientat a les necessitats dels diferents col·lectius.
- L'estratègia, el Quadre de Comandament Integral (QCI) i el Quadre de Comandament Personal, ha arribat a tota la companyia. S'ha definit el mapa estratègic, així com objectius i indicadors generals i específics (pàg. 72-73).
- El pla de comunicació interna s'ha materialitzat principalment a través del Connecta't, la línia intermèdia i les comunitats de recursos humans (pàg. 72-74).

- Implantar la nova intranet corporativa, per poder "desconnectar" les aplicacions Lotus Notes.
- Consolidar i adaptar el QCI al nou perímetre de la companyia.
- Implantar un pla de comunicació interna que permeti transmetre els aspectes clau del pla estratègic, contribuir a la consecució d'objectius i alinear els esforços de les persones als objectius de la companyia.

### Mecanismes de compensació, avantatges i beneficis socials

- Definir una única política retributiva.
- Fer extensiu a tota la plantilla el sistema de retribució variable com a eina de compensació i d'alineament amb els objectius estratègics de la companyia i de cada unitat organitzativa.
- Completar l'homogeneïtzació dels mecanismes de compensació.

- Fruit de la divisió de companyies, aquests reptes han adquirit un abast diferent (pàg. 73).
- S'ha fet extensiu a tota la plantilla el sistema de retribució variable a través del Quadre de Comandament Personal (pàg. 73).
- Els mecanismes de compensació s'han homogeneïtzat. S'han revisat càrrecs, famílies i bandes salarials (pàg. 73).

- Consolidar una retribució variable com a eina de compensació i d'alineament amb els objectius estratègics.
- Treballar conceptes de compensació total com a posada en valor de la política retributiva de la companyia i com a exercici de transparència.
- Revisar els mecanismes de compensació a la nova companyia i al pla estratègic.

### Comprois amb els drets laborals

- Negociar i acordar amb la representació legal dels treballadors (RLT) un abast homogeni dels beneficis socials (condicions laborals) per als empleats en la nova entitat.
- Desenvolupar accions preventives.

- El maig del 2011 es va formalitzar un acord laboral amb la RLT que regula els beneficis socials.
- Es manté el sistema de compromís amb els drets laborals (pàg. 74).

- Aplicar de manera gradual l'acord, amb l'activitat de comunicació associada.
- Oferir una actuació formativa de reforç en matèria de prevenció de riscos laborals (PRL) a la totalitat de la plantilla.

### Cultura a favor de la innovació

- Posar a disposició de tots els empleats de serveis centrals i de la xarxa territorial, l'eina web de generació d'idees i el procés d'anàlisi d'aquestes.
- Reinventar el procés d'innovació, fomentant la generació d'idees relacionades amb el pla estratègic i augmentant la qualitat de les idees rebudes a través de la plataforma d'innovació i campanyes d'incentivació.

- S'han rebut un total de 408 noves idees per millorar el servei als clients i l'acció comercial, en línia amb els objectius del pla estratègic (pàg. 44).
- El maig del 2011 s'ha posat a disposició de tots els empleats de serveis centrals i de la xarxa comercial l'aplicació web d'idees, per a la qual cosa s'ha dut a terme la comunicació corresponent (pàg. 72, 77).

- Impuls del canal d'idees per a la participació activa de tots els empleats.

● Objectiu aconseguit   ● Objectiu parcialment aconseguit   ○ Objectiu no aconseguit

# Societat

VidaCaixa Grup, a través de la seva activitat de previsió social, desenvolupa una important funció social, ja que contribueix al desenvolupament d'una cultura a favor de l'estalvi i la previsió.


## Reptes del 2011

- Continuar promovent l'estudi i la difusió de la previsió i l'assegurament.
- Dialogar amb el grup d'interès d'empreses i corporacions al voltant de la previsió social empresarial en el marc de la Responsabilitat Corporativa.
- Patrocinar i organitzar diversos actes de difusió i promoció de la previsió social empresarial.
- Incrementar la presència a les xarxes socials.

## Resposta / actuacions 2011

- VidaCaixa Grup ha promogut i participat en més de 20 esdeveniments i jornades amb l'objectiu de difondre els beneficis de la previsió social, entre els quals destaquen: IV Fòrum de les comissions de control i la jornada sobre la reforma de les pensions públiques, entre d'altres (pàg. 51-53).
- VidaCaixa Grup ha continuat amb la seva participació activa en organitzacions sectorials per promoure la previsió social (pàg. 51-53).
- L'objectiu d'increment de la presència a les xarxes socials es trasllada al 2012.

## Reptes per al 2012


- Continuar promovent l'estudi i la difusió de la previsió i l'assegurament. 
- Patrocinar i organitzar actes per difondre la previsió social.
- Incrementar la presència a les xarxes socials.

### La funció social de l'activitat d'assegurament i de previsió

### Presència de la Companyia a la societat

- Potenciar la involucració dels empleats en la societat a través de Retorn.
- Avançar en l'acompliment a través dels principis del Pacte Mundial i els Principis d'Inversió Responsable.
- Mantenir l'enfocament social en els obsequis nadalencs del Grup.

- El 2011, a través de Retorn s'ha col·laborat amb 18 iniciatives d'organitzacions socials i mediambientals, amb la participació de 904 persones (pàg. 54).
- VidaCaixa Grup ha continuat col·laborant amb GAVI Alliance i l'Aliança Empresarial per a la Vacunació Infantil, i ha estès a més la participació amb la causa a empreses client i els seus empleats. Retorn hi ha contribuït amb 10.000 euros i s'ha destinat l'import dels regals nadalencs, 7.500 euros, a la causa (pàg. 54-55).

- Continuar amb la potenciació de Retorn, com a instrument per canalitzar la participació dels empleats.
- Avançar en l'acompliment dels principis del Pacte Mundial i del PRI. 

 Objectiu aconseguit  Objectiu parcialment aconseguit  Objectiu no aconseguit



# Medi ambient

El compromís a favor del medi ambient està integrat en l'estratègia de VidaCaixa Grup i en el comportament dels seus empleats, que són part activa en la seva millora.

## Estratègia i gestió de l'impacte ambiental


### Reptes del 2011

- Continuar implementant mesures per reduir el consum energètic.
- Potenciar l'ús de la videoconferència.
- Realitzar noves campanyes i comunicacions de sensibilització per reduir les emissions dels desplaçaments dels empleats al seu lloc de treball.
- Estudiar mesures per reduir la petjada de carboni.
- Celebrar una nova Jornada per a la millora del paisatge d'oficina.
- Mantenir la implementació de mesures dirigides a reduir el volum de residus generats.

### Resposta / actuacions 2011

- S'ha aconseguit reduir els consums relatius per empleat de paper i d'aigua. Per contra, s'ha incrementat lleugerament el consum energètic per empleat (pàg. 57-58).
- No s'ha avançat en aquest objectiu i queda pendent per a l'any que ve, a causa del procés de reorganització del Grup efectuat el 2011.
- S'ha incrementat el volum de reciclatge en plàstics, tòners, piles i material RAEE (pàg. 59).

### Reptes per al 2012

- Definir una política mediambiental aprovada per la direcció i transmesa a la plantilla. 
- Aprofundir en les actuacions encaminades a reduir la petjada de carboni.
- Creació d'un espai d'informació i comunicació accessible a nivell intern per difondre bones pràctiques ambientals i facilitar informació sobre els consums.

 Objectiu aconseguit  Objectiu parcialment aconseguit  Objectiu no aconseguit