



VidaCaixa Grupo



2011

Informe Anual Integrado

2011

Informe Anual Integrado

Alcance del informe

El presente Informe Anual Integrado corresponde a VidaCaixa Grupo con un périmetro de consolidación en función de la naturaleza de la información facilitada:

La información económica y financiera toma como base las cuentas anuales consolidadas de "VidaCaixa Grupo, S.A.U. y sociedades dependientes". Las cuentas anuales y el informe de gestión consolidados del ejercicio 2011, junto con el informe de auditoría fechado el 9 de marzo de 2012, en el que se expresa una opinión favorable, pueden consultarse en la página web corporativa de VidaCaixa Grupo: www.vidacaixa.com

Más información sobre el alcance y materialidad del informe, así como los contenidos e indicadores GRI, pueden consultarse en el apartado "Anexo" integrado en el presente informe.

Índice

1. Carta del Presidente	5
2. Presentación de VidaCaixa Grupo	6
3. Gobierno corporativo	16
4. Generación de valor	24
5. Objetivos y retos	82
6. Anexo	91



Ricardo Fornesa Ribó
Presidente de VidaCaixa Grupo

Carta del Presidente de VidaCaixa Grupo

A pesar de las dificultades de la coyuntura económica, 2011 ha sido un año muy bueno para VidaCaixa Grupo: además de conseguir unos excelentes resultados, hemos consolidado un año más nuestra posición como compañía líder en el mercado español de previsión social complementaria, es decir, en seguros de vida-ahorro y planes de pensiones.

Como hecho relevante en este año, cabe destacar la alianza estratégica entre “la Caixa”, accionista único de VidaCaixa Grupo, y Mutua Madrileña, compañía aseguradora de referencia en España, para la adquisición por parte de ésta del 50% de la compañía de seguros de no-vida SegurCaixa Adeslas, integrada al 100% en VidaCaixa Grupo hasta julio de 2011.

Tras este acuerdo, en VidaCaixa Grupo hemos alineado nuestros esfuerzos con una visión muy definida y focalizada: convertir al Grupo en el líder y referencia en el mercado español de “retirement” y aseguramiento de la vida de las personas. En VidaCaixa Grupo entendemos por “retirement” el conjunto de acciones que conllevan que los clientes puedan generar una situación de confort a partir de la jubilación, tanto a través de un patrimonio que dé cobertura de ingresos como a través de los servicios complementarios posteriores a la misma. Para ello, afrontamos los retos de acuerdo con nuestros valores corporativos, confianza, calidad y dinamismo, con el fin de contribuir a la generación de valor compartido tanto para nuestro accionista “la Caixa”, como para el resto de nuestros grupos de interés -empleados, clientes, accionista, sociedad, medio ambiente-.

Los excelentes resultados conseguidos en 2011, reportados en el presente informe anual integrado, han sido posibles gracias a nuestras fortalezas, centradas en dar respuestas específicas a las necesidades aseguradoras y de previsión de nuestros clientes, nuestro modelo comercial que combina el canal bancoasegurador junto con otros canales de comercialización, la calidad de servicio, el asesoramiento profesional, la innovación y la gestión responsable de nuestras inversiones.

Estos elementos, unidos a una gestión eficiente y contenida de los costes, nos han permitido incrementar el volumen de primas por encima de los 6.500 millones de euros y los recursos gestionados hasta los 40.029 millones de euros, en ambos casos con crecimientos superiores a un 20% sobre el ejercicio anterior. Gracias a ello, hemos alcanzado un beneficio neto recurrente de 279,5 millones de euros, un 12% más que en 2010. Asimismo, destacar que la gestión sostenible de la actividad ha situado nuestro margen de solvencia en un 190%, un 8% más que en 2010, ampliamente por encima del requisito legal exigido.

En VidaCaixa Grupo hemos continuado fieles a nuestros compromisos a favor de la sostenibilidad y, en este sentido, hemos ratificado nuestra adhesión a los principios del Pacto Mundial y a los principios de inversión responsable de Naciones Unidas. A través de ellos, gestionamos todas nuestras inversiones de acuerdo con criterios ambientales, sociales y de buen gobierno, esforzándonos siempre por optimizar el consumo de recursos y difundiendo entre nuestros clientes y proveedores dichos principios para que los adopten.

Como novedad en este informe, se recoge de forma integrada la información económica, social y ambiental y de buen gobierno corporativo. Presentar este informe integrado permite mostrar de una manera más clara y transparente cómo contribuimos con nuestra gestión a la generación de valor compartido.

Les animo a la lectura de este primer informe, a través del cual podrán conocer mejor cómo se desempeña la actividad en VidaCaixa Grupo, desde una perspectiva global.



Ricardo Fornesa



2

Presentación de VidaCaixa Grupo

La actividad aseguradora y de previsión forma parte de “la Caixa” desde su fundación, hace más de 100 años. VidaCaixa Grupo ha tomado el testigo de “la Caixa” y desarrolla esta actividad en el mercado español.

2.1

Datos más relevantes

	2010	2011	Variación (%)
CUOTA DE MERCADO (en porcentaje)			
Seguros de vida-ahorro (provisiones)	14,8	17,4	2,6
Seguros de vida-riesgo (primas)	10,1	10,8	0,7
Planes de pensiones (derechos consolidados)	16,2	16,3	0,1
Previsión social complementaria (provisiones)	15,7	16,7	1,0
PRINCIPALES CIFRAS DE NEGOCIO			
Primas y aportaciones (millones de euros)	5.245	6.502	23,9
Seguros de vida-ahorro	3.323	4.646	39,8
Seguros de vida-riesgo	401	423	5,4
Planes de pensiones	1.521	1.433	-5,8
Ahorro gestionado (millones de euros)	33.297	40.028	20,2
Resultado neto consolidado sin extraordinarios (millones de euros)	249	280	12,1
Exceso de solvencia sobre mínimo legal exigido (en porcentaje)	182	187	5
ROE recurrente (resultado atribuido recurrente / fondos propios medios) (en porcentaje)	20,8	15,3	-5,5
Ratio de eficiencia (gastos de explotación / margen) (en porcentaje)	14,6	14,4	-0,2
Rating medio de la cartera de inversiones	A+	A+	—
ACTIVIDAD COMERCIAL			
Clientes	2.901.633	2.943.572	1,4
Nivel de satisfacción global (en porcentaje):			
Seguros de riesgo y ahorro colectivos	94,9	95,4	0,5
Planes de pensiones colectivos	95,8	94,4	-1,4
PLANTILLA			
Empleados	805	864	7,3
Rotación en servicios centrales (en porcentaje)	0,9	1,0	0,1
Mujeres sobre total plantilla (en porcentaje)	63	62	-1,0
Mujeres en el equipo directivo (en porcentaje)	28	33	5,0
SOSTENIBILIDAD			
Cartera de inversiones gestionada con criterios ASG (en porcentaje)	100	100	=
Consumo de energía por empleado (en GJ)	4,2	4,9	16,7
Consumo de papel por empleado (en kg)	32	31	-3,1
Actividades de Retorn	16	18	12,5

VidaCaixa Grupo

En 2011, con la reorganización de “la Caixa”, VidaCaixa Grupo se integró en el Grupo CaixaBank, el instrumento bancario de la entidad, complementando de esta manera su catálogo de productos y servicios financieros, a través de una amplia oferta con soluciones personalizadas en el negocio asegurador de vida y pensiones, para sus clientes particulares, pymes y autónomos y grandes empresas, a través de una estrategia de distribución bancoaseguradora y multicanal.

VidaCaixa Grupo es líder del sector en el negocio de previsión social complementaria, que aglutina los seguros de vida y los planes de pensiones, con una cuota de mercado del 16,7%.

En línea con los principios y la estrategia de CaixaBank, VidaCaixa Grupo asume el compromiso con las personas y con el entorno, con el objetivo de crear valor compartido para la entidad y sus grupos de interés -empleados, clientes, accionista, sociedad, medio ambiente-.

Para ello, VidaCaixa Grupo estructura su compromiso con sus diferentes grupos de interés sobre la base de sus valores corporativos, que fueron definidos en 2006: confianza, calidad y dinamismo, valores que están integrados en la gestión de la compañía.

Estos valores constituyen la identidad del Grupo y a través de ellos se crean día a día los vínculos de relación con los grupos de interés.

Los valores de VidaCaixa Grupo impregnan la gestión de la compañía y dan contenido a la transparencia y buenas prácticas que presiden el gobierno corporativo, garantizando comportamientos eficientes, responsables y sostenibles, desde el punto de vista económico, ambiental y social.

El modelo de gestión de VidaCaixa Grupo tiene como guía la definición de Responsabilidad Corporativa realizada por la Comisión Europea, en la que las empresas son responsables de su impacto en la sociedad. De acuerdo con esta definición, las empresas deben contar con un proceso de integración de los aspectos sociales, medioambientales, éticos y humanos en sus operaciones de negocio y en su estrategia, en estrecha colaboración con sus grupos de interés y con los objetivos de:

- Maximizar la creación de valor compartido.
- Identificar, prevenir y mitigar posibles impactos adversos.

Para mayor detalle, ver Informe de Responsabilidad Corporativa de SegurCaixa Holding 2008 . http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/pdf/informeanual/2008/rc/informe_rc_2008_cast.pdf



Valores de VidaCaixa Grupo

CaixaBank es el accionista único de VidaCaixa Grupo

En 2011 se cerró el acuerdo entre CaixaBank y Mutua Madrileña para la adquisición, por parte de esta última del 50% de SegurCaixa Adeslas

VidaCaixa Grupo –anteriormente denominado SegurCaixa Holding y CaiFor– inició su actividad en diciembre de 1992.

El 11 de julio de 2007, Criteria CaixaCorp, S.A. pasó a poseer el 100%. En febrero de 2009, y en respuesta a la nueva estructura accionarial, CaiFor cambió su denominación social por SegurCaixa Holding.

El 7 de junio de 2010, Criteria CaixaCorp, S.A. adquirió, a través de SegurCaixa, el 99,77% del capital social de la Compañía de Seguros Adeslas, primera compañía aseguradora en el sector de seguros de salud español. Con esta operación, el Grupo se situó como referente indiscutible en el sector español de seguros de vida y de salud.

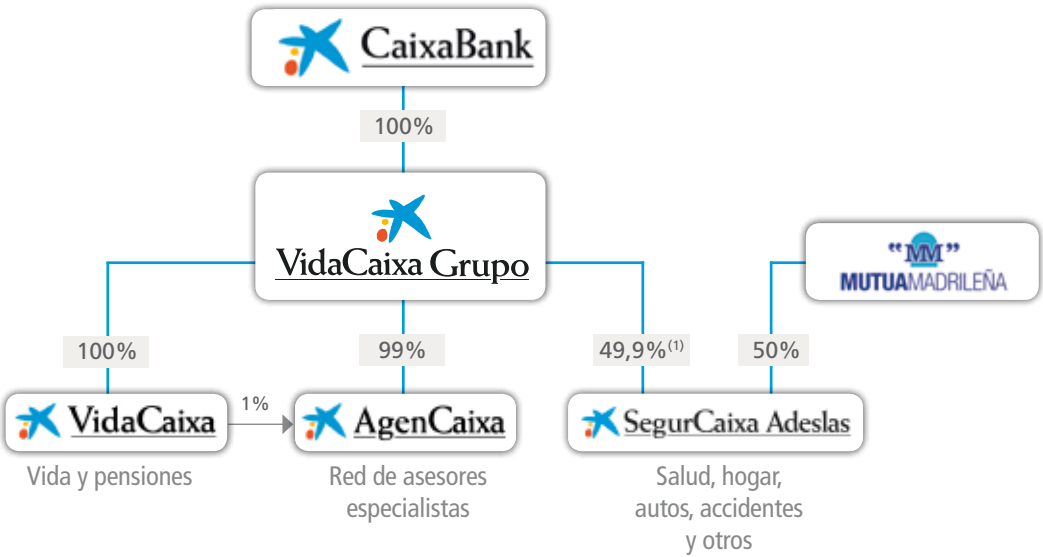
A finales de diciembre de 2010, SegurCaixa Holding cambió su denominación social por VidaCaixa Grupo, S.A.

En julio de 2011, como resultado de la reorganización de “la Caixa” se produce el nacimiento de CaixaBank, entidad bancaria a través de la cual “la Caixa” ejerce su actividad financiera desplegando su modelo bancoasegurador y convirtiéndose en el accionista único de VidaCaixa Grupo.

Por último, a mediados de julio de 2011, se cerró el acuerdo entre CaixaBank y Mutua Madrileña para la adquisición por parte de ésta del 50% de SegurCaixa Adeslas, la compañía de seguros no-vida de VidaCaixa Grupo que incluye el negocio de salud proveniente de Adeslas. Tras este acuerdo, Mutua Madrileña se convierte en accionista de control de SegurCaixa Adeslas con el 50%, VidaCaixa Grupo mantiene el 49,92% y el 0,08% restante se encuentra en manos de accionistas minoritarios.



VidaCaixa Grupo nació con la vocación de ofrecer el mejor servicio asegurador en España. Para ello, el Grupo desarrolla su actividad a través de las sociedades VidaCaixa y AgenCaixa y participa como accionista relevante en el capital de SegurCaixa Adeslas.



(1) Existe un 0,08% de accionistas minoritarios.

Sociedad holding	VidaCaixa Grupo, S.A.U. NIF A 60196946 www.vidacaixa.com
Compañía de seguros de vida y planes de pensiones	VidaCaixa, S.A. de Seguros Generales y Reaseguros NIF A 58333261 www.vidacaixa.com
Red de asesores especializados en pymes	AgenCaixa, S.A., Agencia de Seguros NIF A 78662319 www.agencaixa.com
Servicios comunes	Grupo Asegurador de “la Caixa”, A.I.E. NIF V 58263831
Datos de contacto Sede social	Juan Gris, 20-26 08014 Barcelona Tel. 93 227 87 00 Fax 93 298 90 05
Servicio de atención telefónica y web	Teléfono de consulta e información para clientes: 902 10 15 15 Teléfono de consulta para oficinas de “la Caixa”: 902 20 11 11 Web corporativa: www.vidacaixa.com

En el 2011 CaixaBank ha consolidado sus fortalezas financieras

CaixaBank

VidaCaixa Grupo es el grupo asegurador de CaixaBank, el banco cotizado a través del cual Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, “la Caixa”, ejerce su actividad financiera.

CaixaBank es un grupo financiero integrado con negocio bancario, actividad aseguradora e inversiones en bancos internacionales, así como participación en compañías líderes de su sector. La Entidad es líder en la mayoría de los segmentos de banca minorista en el mercado español y apuesta por el crecimiento, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

El Grupo trabaja para ofrecer el mejor y más completo servicio al mayor número posible de clientes y para fomentar el ahorro y la inversión. Asimismo, comparte con “la Caixa”, su accionista de referencia, el compromiso con las personas y el entorno, con la voluntad de crear valor para sus accionistas y de realizar una decidida aportación a la sociedad en general.

CaixaBank está presente en los índices de sostenibilidad más relevantes a nivel mundial: Dow Jones Sustainability Index (DJSI), FTSE4Good y Advanced Sustainable Performance Index (ASPI).

En 2011, CaixaBank inició el despliegue de su Plan Estratégico 2011-2014, en línea con el Plan Estratégico del Grupo “la Caixa” para el mismo período. Bajo el lema «Marcar la diferencia», tiene como objetivos consolidar el liderazgo en banca minorista en España, diversificar el negocio, profundizar en la internacionalización y mantener el compromiso con el tejido empresarial y con la sociedad, así como consolidar el reconocimiento y la confianza de los inversores, ofreciéndoles unas buenas perspectivas y una atractiva remuneración.

El 1 de julio de 2011 culminó la Reorganización del Grupo “la Caixa”, con la creación y salida a bolsa de CaixaBank. El primer año de su desarrollo, y a pesar de la elevada incertidumbre y volatilidad del entorno económico y financiero, CaixaBank ha conseguido unos resultados sólidos, consolidando el liderazgo en banca minorista, en solvencia y en liquidez, gracias al esfuerzo de los más de 26.000 empleados de la Entidad, a la gestión activa de los riesgos y al continuado esfuerzo en innovación.

En 2011, CaixaBank ha mantenido una intensa actividad centrada en consolidar la vinculación con sus cerca de 10,4 millones de clientes, prestando un servicio de calidad, innovador y adaptado a sus necesidades. La gran fortaleza comercial de CaixaBank ha permitido aumentar de forma sostenida las cuotas de mercado



CaixaBank cuenta con la red bancaria más extensa del sistema financiero español, con 5.196 oficinas

de los principales productos y servicios financieros (nóminas y pensiones domiciliadas, autónomos y comercios). El objetivo es reforzar el liderazgo de CaixaBank en banca de particulares, complementado con una oferta especializada dirigida a los distintos segmentos de negocio: banca de empresas, banca corporativa, banca de pymes, banca de inversión, banca personal y banca privada.

El volumen de negocio a 31 de diciembre de 2011 alcanzó los 427.252 millones de euros, 241.203 millones los recursos de clientes gestionados y 186.049 millones los créditos a la clientela, lo que pone de manifiesto el compromiso de Grupo CaixaBank de apoyar los proyectos personales y empresariales de sus clientes. CaixaBank mantiene el liderazgo en banca minorista en España, con una cuota de penetración del 21% en clientes particulares y del 34% en pymes.

La entidad cuenta con la red más extensa del sistema financiero español, con 5.196 oficinas, 8.011 cajeros y el liderazgo en banca online (con 6,9 millones de clientes a través de Línea Abierta), banca móvil (con 2,3 millones de clientes) y banca electrónica (con 10,5 millones de tarjetas).

CaixaBank ha reforzado su Core Capital en Basilea II, que se situó en el 12,5% a 31 de diciembre de 2011, frente al 8,9% a 31 de diciembre de 2010, consolidado su fortaleza financiera, diferencial en el sector financiero español.

La posición de liderazgo en solvencia, se complementa con unos excelentes niveles de liquidez, que alcanzó en 2011 los 20.948 millones de euros (7,7% de los activos totales), en su práctica totalidad de disponibilidad inmediata. La gestión de la liquidez es un elemento clave en la estrategia de CaixaBank, que permite reducir la dependencia de los mercados mayoristas y proporciona una importante estabilidad, a la vez que evidencia el gran sentido de anticipación del Grupo y la activa gestión de las fuentes de financiación.

La calidad del activo destaca en el conjunto del sector y se caracteriza por una prudente política de concesión, el elevado valor de las garantías y la diversificación. Así, la ratio de morosidad se situó en el 4,90% gracias a la exigente gestión del riesgo y a una muy intensa actividad de recobro, y mantiene un diferencial muy positivo frente al 7,84% de media del sector financiero en diciembre de 2011. La ratio de cobertura se situó al cierre de 2011 en el 60% (el 137% considerando las garantías hipotecarias). A 31 de diciembre de

2011, las provisiones para insolvencias constituidas se situaban en los 5.745 millones de euros, 3.910 millones de euros de fondos específicos y 1.835 millones de euros de fondo genérico. Estas elevadas coberturas han permitido afrontar los exigentes requerimientos de provisiones establecidas en las medidas de saneamiento del sistema financiero, aprobadas por el Gobierno español en los primeros meses del 2012.

Gran capacidad de generación de resultados

En cuanto a los resultados obtenidos, el balance de la intensa actividad comercial y de una estricta gestión de riesgo han permitido a CaixaBank alcanzar un sólido resultado recurrente neto atribuido al Grupo en 2011 de 1.185 millones de euros, un 12,8% menos respecto al 2010.

La gestión activa de los márgenes e ingresos por comisiones de las operaciones, la buena evolución de los ingresos recurrentes de las participaciones y la reducción de los costes, fruto de una estricta política de contención y racionalización, han permitido alcanzar un margen de explotación recurrente de 3.040 millones, una ratio de eficiencia del 51,5%, y el registro de fuertes dotaciones, que garantizan la calidad del balance.

También se han generado unas plusvalías netas de 907 millones de euros y se han registrado saneamientos extraordinarios netos por un total de 1.039 millones de euros, para incrementar la solidez del balance. Así, el resultado neto atribuido al Grupo CaixaBank ha alcanzado los 1.053 millones de euros, un 13,1% menos respecto al 2010.

Una entidad comprometida

De forma coherente a su compromiso social, la Entidad ha continuado trabajando en 2011 para favorecer la inclusión financiera y dar apoyo a los emprendedores. Así, a través de MicroBank, su banco social, ha formalizado 34.307 microcréditos por un importe total de 217,9 millones de euros. Desde su creación, hace 5 años, MicroBank ha concedido 128.203 préstamos, por un valor de 806 millones de euros, destinados a la financiación de diferentes tipos de proyectos, contribuyendo a la creación o consolidación de más de 42.000 puestos de trabajo.

Asimismo, CaixaBank colabora con la Obra Social “la Caixa”, la entidad que canaliza la

CaixaBank se mantiene fiel a los valores de “la Caixa” de liderazgo, confianza y compromiso social para afrontar los retos futuros

acción social del Grupo “la Caixa”, en la difusión de sus programas y actividades, poniendo a su disposición su amplia red de oficinas. En 2012, el presupuesto de la Obra Social se mantendrá en 500 millones de euros, la misma dotación de los últimos 4 años. Esta cantidad sitúa a la Obra Social “la Caixa” como la primera fundación privada de España y una de las más importantes del mundo.

Un año más, la prioridad será la atención a las principales necesidades de los ciudadanos con el desarrollo de programas sociales y asistenciales, a los que se dedicará el 66,3% del presupuesto (331,5 millones de euros). El apartado cultural acapará el 13,8% de la inversión (69 millones); los programas de Ciencia, Investigación y Medio ambiente supondrán el 13,5% (67,6 millones) y el apoyo a la educación y formación, el 6,4% (31,9 millones) de euros.

Retos de futuro

En línea con los objetivos de crecimiento del Plan Estratégico 2011-2014, se sitúa el Acuerdo de Integración alcanzado con Banca Cívica en marzo de 2012, formando así el primer grupo financiero en España, con unos activos de 342.000 millones de euros, más de 14 millones de clientes y una cuota de mercado media en España en depósitos del 14,0%, en crédito a la clientela del 13,4% y del 10,5% en total de activos.

CaixaBank, con una gestión diferenciada e innovadora, tiene como principal objetivo generar valor para la Sociedad y el resto de grupos de interés. De esta forma, se mantiene fiel a los valores del Grupo “la Caixa” de liderazgo, confianza y compromiso social, que le permiten afrontar los retos del futuro.



VidaCaixa Grupo ofrece una amplia oferta de productos en los negocios de seguros de vida -vida-ahorro y vida-riesgo- y planes de pensiones de forma diferenciada para los segmentos de particulares, pymes y autónomos, grandes empresas y para los clientes de banca personal y privada de CaixaBank.

Para ello, desarrolla una estrategia comercial bancoaseguradora, a través de la red de oficinas de CaixaBank, que se complementa con múltiples canales presenciales -gestores comerciales de AgenCaixa, mediadores y consultores de VidaCaixa Previsión Social- y canales directos -teléfono e internet-.

Actividad desarrollada por las entidades de VidaCaixa Grupo

VidaCaixa

En el ámbito de los clientes particulares, VidaCaixa comercializa por un lado, seguros de vida-riesgo vinculados o no a préstamos bancarios, un ramo en el que cuenta con más de un millón de clientes, por otro, la compañía dispone de un amplio abanico de productos de ahorro compuesto por los seguros de vida y los planes de pensiones. Entre los primeros, se encuentran los seguros de rentas vitalicias o temporales, los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS), los capitales diferidos, o los planes de previsión asegurados (PPA).

Asimismo, para el segmento de clientes de pymes y autónomos VidaCaixa pone a su disposición una oferta específica de productos de seguros de vida y planes de pensiones que ha permitido alcanzar más de 100.000 clientes y consolidar un crecimiento positivo a lo largo de los últimos años.

En el segmento de grandes empresas y colectivos, VidaCaixa opera bajo la marca VidaCaixa Previsión Social, ofreciendo una amplia gama de soluciones a medida en seguros de vida-riesgo, vida-ahorro y planes de pensiones, en función de las condiciones particulares de cada gran colectivo.

En 2011, 2,9 millones de clientes particulares y más de 50.000 empresas y colectivos tenían suscritos planes de pensiones y seguros de la compañía.

La compañía basa su modelo de negocio en la calidad técnica de las soluciones ofrecidas, la exhaustividad de la gama y la confianza generada con sus clientes a los que ofrecen protección y rentabilidad para sus ahorros a largo plazo e incluso vitalicio.

La estrategia bancoaseguradora del grupo se basa en los siguientes pilares:



AgenCaixa

AgenCaixa es la empresa del Grupo que integra a los gestores comerciales, que desarrollan su actividad en una red de oficinas propias, asesoran a los clientes y comercializan los productos y servicios de VidaCaixa y también de SegurCaixa Adeslas, especialmente en el ámbito de los trabajadores autónomos, microempresas y pymes.

SegurCaixa Adeslas

SegurCaixa Adeslas lidera el mercado de seguros de salud en España y destaca además su buena posición en seguros de hogar, autos y su renovada oferta de productos para pymes y autónomos.

VidaCaixa participa de los beneficios de SegurCaixa Adeslas a través de la consolidación del dividendo, atendiendo a la situación accionarial de la compañía. Más allá de esta participación en beneficios, el presente informe no detalla la actividad de esta compañía.

Para mayor detalle sobre SegurCaixa Adeslas, puede consultar el informe anual integrado de la compañía en www.segurcaixaadeslas.es

2.5

Líneas estratégicas

La nueva visión de VidaCaixa Grupo: “Ser la compañía líder y de referencia en el mercado español de “retirement”⁽¹⁾ y aseguramiento de la vida de las personas”

Tras la operación de venta de SegurCaixa Adeslas a Mutua Madrileña se ha definido un nuevo plan estratégico para VidaCaixa Grupo, que responde a la realidad societaria y del entorno actual.

Así, el plan estratégico de VidaCaixa Grupo 2012-2014 apuesta por el liderazgo en el mercado español del “retirement”⁽¹⁾ y el aseguramiento de vida, y se sintetiza en cuatro ejes:

- 1. Reenfoque en el negocio de vida y pensiones
- 2. Reforzar el foco en el canal bancaseguros
- 3. Explotar la actual oferta de productos
- 4. Explorar e impulsar otras oportunidades de negocio y del entorno que ofrece la coyuntura de mercado actual

Estos ejes se han concretado en una serie de iniciativas estratégicas de las que se desprenden todos los proyectos a impulsar y configuran la hoja de ruta de VidaCaixa Grupo para los siguientes años.

Asimismo, para gestionar y transmitir la estrategia de VidaCaixa Grupo a los empleados, se continúa aplicando desde hace 12 años el Cuadro de Mando Integral, a través del cual se consigue evaluar los resultados del Grupo y de las diferentes unidades organizativas hasta el nivel departamental y el Cuadro de Mando Personal, que evalúa los resultados a nivel individual.

A través de ambas herramientas, se ha llegado a establecer:

- 22 objetivos estratégicos
- 59 objetivos generales
- 485 objetivos específicos
- 3.710 objetivos personales

(1) Retirement es el conjunto de acciones que conllevan que los clientes puedan generar una situación de confort en el momento de la jubilación, tanto a través de un patrimonio que da cobertura de ingresos para la jubilación como a través de los servicios complementarios a la misma, todo ello, vehiculado a través de CaixaBank.



3

Gobierno corporativo

VidaCaixa Grupo se gestiona de acuerdo con los principios de transparencia, independencia y buen gobierno, con el fin de salvaguardar los intereses de todos sus grupos de interés. Para garantizar este compromiso, el Grupo dispone de un código ético y está adherida a los Principios del Pacto Mundial y a los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas.

Órganos de gobierno y de gestión

VidaCaixa Grupo, en línea con lo que establece el Buen Gobierno Corporativo del Grupo “la Caixa” y las recomendaciones del Código unificado de buen gobierno, garantiza la protección de los intereses de sus grupos de interés: empleados, clientes, accionista, sociedad, medio ambiente.

La gestión y control de VidaCaixa Grupo reside en el Consejo de Administración y sus comisiones delegadas -comisión ejecutiva, comisión de auditoría, comisión de retribución y nombramientos-.

VidaCaixa S.A. es la compañía filial del Grupo que canaliza todo su negocio asegurador de vida y pensiones y tiene la obligación de elaborar y auditar un informe de gobierno corporativo, el cual está depositado en la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Acceso al Informe de Gobierno Corporativo de VidaCaixa S.A.

<http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/pdf/gobiernocorporativo/informe-anual-gobierno-corporativo-y-anexo-2011.Pdf>

Adicionalmente, VidaCaixa Grupo pone a disposición para su consulta a través de su página web, un apartado específico dedicado al gobierno corporativo de la compañía.

Acceso al apartado de gobierno corporativo de VidaCaixa Grupo.

http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html

Consejo de Administración

Misión

La sociedad está regida y administrada por un Consejo de Administración. Es competencia de los Consejeros la gestión y representación de la sociedad.

El Consejo de Administración se reunirá cuantas veces lo exijan las necesidades sociales o lo impongan las leyes, previa convocatoria del Presidente, en la que se fijará el Orden del Día, con cinco días de anticipación a la fecha en que deba celebrarse la reunión. También se celebrará a requerimiento por escrito de dos o más Consejeros, debiendo el Presidente convocarlo dentro de los diez días siguientes a la fecha del requerimiento. Quedará válidamente constituido el Consejo de Administración cuando concurren a él la mitad más uno de sus miembros si el número de éstos fuera par y la mayoría de sus miembros si fuera impar. Los acuerdos se tomarán por mayoría absoluta de los Consejeros presentes o representados, salvo en los casos en que las leyes prevean otra cosa. En caso de ausencia o enfermedad del Presidente lo sustituirá el Vicepresidente y, a falta de Vicepresidente, el Consejero de más edad, entre los asistentes. Las actas del Consejo podrán ser aprobadas total o parcialmente por dos Consejeros designados por el propio Consejo, y con las firmas del Presidente ó Vicepresidente y del Secretario o Vicesecretario.



Composicion y asistentes

El Consejo de Administración de VidaCaixa Grupo, S.A. está integrado por 11 Consejeros:

Presidente	Ricardo Fornesa Ribó
Vicepresidente ejecutivo / Consejero Delegado	Tomás Muniesa Arantegui
Vicepresidente	Jorge Mercader Miró
Vocales	Joan María Nin Génova José Vilarasau Salat Manuel Raventós Negra Javier Godó Muntañola Miquel Valls Masseda Inmaculada Juan Franch Guillaume Sarkozy de Nagy-Bocsa Miquel Noguer Planas
Secretario	Adolfo Feijóo Rey
Vicesecretario	María Blanca Zamora García
Dirección	Mario Berenguer Albiac Director General de VidaCaixa Grupo, S.A.

Funcionamiento

El Consejo de Administración de VidaCaixa Grupo se reúne, de ordinario, con la frecuencia precisa para desempeñar eficazmente sus funciones, de acuerdo con el programa de calendario y asuntos que se establece a inicio del ejercicio, pudiendo cada Consejero proponer otros puntos del orden del día inicialmente no previstos.

El Consejo, una vez al año, evalúa la calidad y eficiencia del funcionamiento del órgano, el desempeño del presidente del Consejo y del primer ejecutivo de la compañía, así como el funcionamiento de sus comisiones.

En 2011, el Consejo de Administración de VidaCaixa Grupo se ha reunido un total de 8 ocasiones.

Comisión ejecutiva

El Consejo de Administración nombra una Comisión ejecutiva que está formada por tres miembros del Consejo de Administración. La comisión designa un presidente. Asimismo, la comisión ejecutiva tiene delegadas todas las facultades del Consejo de Administración, excepto de aquellas indelegables según la ley.

El secretario de la comisión ejecutiva actuará como tal bajo la designación del Consejo de Administración.

La comisión ejecutiva está formada por los siguientes miembros:

Sr. Ricard Fornesa Ribó	Presidente
Sr. Joan M. Nin Génova	Vocal
Sr. Tomás Muniesa Arantegui	Vocal

Comité de auditoría

Misión

Las principales funciones de este comité son:

- Informar a la Junta General sobre las cuestiones en materia de su competencia.
- Supervisar la eficacia del control interno de la sociedad, la auditoría interna, en su caso y los sistemas de gestión de riesgos.
- Supervisar el proceso de elaboración y presentación de la información financiera regulada.
- Propuesta al Consejo de Administración para su sometimiento a la Junta General del nombramiento de auditores de cuentas, de conformidad con la normativa aplicable a la sociedad.
- Establecer las relaciones oportunas con los auditores de cuentas para recibir la información sobre aquellas cuestiones que puedan poner en riesgo la independencia de éstos.
- Emitir anualmente con carácter previo a la emisión del informe de auditoría de cuentas, un informe en el que se expresará una opinión sobre la independencia de los auditores. Este informe deberá pronunciarse, en todo caso, sobre la prestación de los servicios adicionales a los que se hace referencia en el apartado anterior.

Composición y asistentes

El comité de auditoría está compuesto por 3 miembros. El presidente es designado por un periodo de 4 años, pudiendo ser reelegido una vez transcurrido un plazo de un año desde su cese.

Sr. Miquel Valls Masseda	Presidente
Sr. Manuel Raventós Negra	Vocal
Sr. Miquel Noguer Planas	Vocal

Funcionamiento

El comité de auditoría se reúne cuantas veces resulta necesario y es convocado por su Presidente, o bien a requerimiento del Presidente del Consejo de Administración, o de dos miembros del Comité. En 2011, se ha celebrado 2 comités de auditoría.

Los acuerdos se adoptan por mayoría de los miembros concurrentes, presentes o representados.

Comisión de nombramientos y retribuciones

Misión

En 2011, se ha creado la comisión de nombramientos y retribuciones, órgano delegado del Consejo de Administración de VidaCaixa Grupo.

Las principales funciones de la Comisión de nombramientos y retribuciones son:

- Elevar al Consejo de Administración las propuestas de nombramiento de Consejeros para que éste proceda a designarlos o las haga suyas para someterlas a la decisión de la Junta, e informar en general sobre los nombramientos de los Consejeros;
- Proponer al Consejo de Administración (a) el sistema y la cuantía de las retribuciones de los Consejeros, y (b) la retribución individual de los Consejeros ejecutivos y de las demás condiciones de sus contratos;
- Informar los nombramientos y ceses de Altos Directivos que el primer ejecutivo proponga al Consejo; y
- Considerar las sugerencias que le hagan llegar el Presidente, los miembros del Consejo, los directivos o los accionistas de la Sociedad.

Composición y asistentes

La comisión de nombramientos y retribuciones está compuesta por:

Ricardo Fornesa Ribó	Presidente
Tomás Muniesa Arantegui	Vocal
Manuel Raventós Negra	Vocal

Funcionamiento

A lo largo de 2011, la comisión de nombramientos y retribuciones ha celebrado un total de 2 reuniones.

Equipo de gestión

Comité de dirección

Vicepresidente ejecutivo - Consejero Delegado	Tomás Muniesa
Director General	Mario Berenguer
Subdirectores Generales	Jordi Arenillas (Económico-financiera) Ernesto Moreno (Inversiones) Eduardo de Quinto (Medios) Antonio Trueba (Comercial)
Director	Josep Montañés (Oferta y Operaciones)

Directores

Miquel Donoso	Tecnología información
Jesús María García	Organización y recursos humanos
Rocío Gutiérrez	Inteligencia de negocio y marca
Carlos Hernández	Ventas
José Antonio Iglesias	Marketing y desarrollo de segmentos
Carlos Lorenzo	Empresas
May Plana	Jurídica y auditoría
Marc Puig	Desarrollo corporativo y calidad



Comité de dirección de VidaCaixa Grupo. De izquierda a derecha: Josep Montañés, Eduardo de Quinto, Antonio Trueba, Tomás Muniesa, Mario Berenguer, Ernesto Moreno, Jordi Arenillas y Marc Puig (Secretario)

Seguimiento de las recomendaciones de buen gobierno

VidaCaixa Grupo inspira su desempeño en este campo en las recomendaciones sobre buen gobierno emitidas por la comisión especial, y conocidas como Código unificado de buen gobierno, del 19 de mayo de 2006.

En este sentido, el Consejo de Administración de VidaCaixa Grupo vela para que, en la medida de lo posible, en su composición el número de Consejeros dominicales constituyan una amplia mayoría del Consejo y que el número de Consejeros ejecutivos sea el mínimo necesario.

Los valores corporativos inspiran y guían el comportamiento de sus empleados en la relación con los grupos de interés

Toda la organización de VidaCaixa Grupo actúa de acuerdo con sus valores, -confianza, calidad y dinamismo- que inspiran su código ético y sitúan al Grupo en línea con los más altos estándares de gestión de la responsabilidad corporativa.

Código Ético

VidaCaixa Grupo cuenta con un Código Ético, que es de obligado cumplimiento por todos los miembros de la organización. Este Código es accesible a todos los grupos de interés de VidaCaixa Grupo, a través de la página web de la compañía.

En el mismo se establecen los principios y patrones de conducta, que incluyen el registro de operaciones y la elaboración de información financiera, además del cumplimiento de las normas y la transparencia en la relación con los grupos de interés.

En este sentido, la integridad, el trato honesto y el respeto a las personas, la información transparente y el asesoramiento de calidad a los clientes, la protección y uso adecuado de los bienes y activos de la compañía y el alineamiento con la responsabilidad corporativa y el respeto al medio ambiente constituyen los principios por los que se rige la conducta de todos los profesionales de VidaCaixa Grupo.

Hasta la fecha, se ha realizado formación específica sobre aspectos, como son el blanqueo de capitales y la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD), no descartándose en el futuro ampliar la formación sobre otros aspectos relevantes.



Reglamentos internos de conducta

VidaCaixa cuenta con dos reglamentos internos de conducta, uno como aseguradora y otro como gestora de fondos de pensiones, aplicables a todas las personas vinculadas al Grupo que desarrollan actividades relacionadas con el mercado de valores. Ambos reglamentos han sido aprobados por el Consejo de Administración de VidaCaixa y las personas sujetas a los mencionados reglamentos han de suscribirlos formalmente.

Ambos reglamentos cubren aspectos como las operaciones realizadas por cuenta propia de las personas sujetas, la posesión e información privilegiada y los conflictos de interés.

El Consejo de Administración de VidaCaixa Grupo ha designado un órgano de seguimiento encargado de supervisar la aplicación de estos reglamentos internos de conducta, que informa al Consejo de Administración y al comité de auditoría.

Para garantizar la correcta elaboración y transparencia de la información financiera, VidaCaixa Grupo dispone de un plan de formación específico para el colectivo de profesionales involucrados en esta función. Durante 2011, el plan ha cubierto las siguientes áreas:

- Contabilidad
- Gestión de riesgos
- Control interno
- Solvencia
- Auditoría interna
- Legal y fiscal
- Técnico-actuarial

Más información del Código Ético
http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/codigo_etico.html

Principales pactos y adhesiones

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

VidaCaixa Grupo, está comprometida con la integración de la gestión responsable en su estrategia. Para ello desde 2009, la compañía está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas, asumiendo sus principios basados en los derechos humanos, los estándares laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.



Principios de inversión responsable (PRI)

En 2009, el Grupo a través de su adhesión a los Principios de inversión responsable de Naciones Unidas, se convirtió en la primera aseguradora de vida y gestora de planes de pensiones estatal en asumir los criterios de inversión socialmente responsable en las inversiones del 100% de la cartera, integrando en la gestión de todas sus inversiones los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno (ASG), de acuerdo con lo que establecen los PRI.



Para mayor detalle sobre la aplicación del PRI y la evolución en 2011 ver el apartado “Gestión de las inversiones”, del presente documento.

Principios de Pacto Mundial de Naciones Unidas

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
3. Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
7. Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Principios de inversión responsable (PRI)

1. Incorporar las cuestiones ASG en los procesos de análisis y adopción de decisiones en materia de inversiones.
2. Ser propietarios de bienes activos e incorporar las cuestiones ASG a las prácticas y políticas.
3. Pedir a las entidades en que se invierte que publiquen las informaciones apropiadas sobre las cuestiones ASG.
4. Promover la aceptación y aplicación de los principios en la comunidad global de la inversión.
5. Colaborar para mejorar nuestra eficacia en la aplicación de los principios.
6. Informar sobre nuestras actividades y progresos en la aplicación de los principios.

GAVI Alliance

También desde 2009, VidaCaixa Grupo forma parte de la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil -GAVI Alliance- promovida por “la Caixa” y que tiene por misión facilitar el acceso a la vacunación de niños y niñas que viven en países de rentas bajas y mejorar los sistemas sanitarios de esos países. Por tercer año consecutivo, el Grupo ha destinado el importe para regalos navideños a dicha causa. En total han sido 7.500 euros en 2011, a lo que hay que añadir otros 10.000 adicionales aportados por los empleados de VidaCaixa Grupo a través de Retorn, la iniciativa de los empleados del Grupo que canaliza la colaboración con el entorno social y medioambiental. Asimismo y en línea con el año anterior, se ha extendido la participación en el programa al colectivo de empresas clientes de VidaCaixa Previsión Social.



Empresa Familiarmente Responsable (EFR)

Por último, VidaCaixa Grupo obtuvo en 2009 el reconocimiento de Empresa Familiarmente Responsable (EFR), otorgado por la Fundación Más Familia, por el compromiso de la compañía en la creación de un modelo de gestión que promueve el equilibrio entre empresa, trabajo y familia.



Para mayor detalle sobre EFR ver apartado de “Selección, acogida y satisfacción de los empleados” del presente documento.

Para más información sobre la colaboración con GAVI Alliance ver apartado “La implicación de los empleados de VidaCaixa Grupo en el entorno” en el presente documento.





Generación de valor

VidaCaixa Grupo desarrolla su actividad aseguradora y de previsión social con el objetivo de crear valor para sus grupos de interés –empleados, clientes, accionista, sociedad, medio ambiente– tomando en consideración el corto, medio y largo plazo en el diseño e implementación de su estrategia.

4.1

Apuesta por la responsabilidad y sostenibilidad

El Grupo desarrolla su actividad con el fin de generar valor para sus grupos de interés, apostando por la responsabilidad y la sostenibilidad

El Grupo aúna crecimiento y liderazgo sostenido en el tiempo, y apuesta por la competitividad y la creación de valor, como fundamentos para dar cumplimiento a los compromisos con sus grupos de interés.

Para ello, basa su actuación en los valores de confianza, calidad y dinamismo e integra los objetivos económicos, financieros, sociales, ambientales y de buen gobierno corporativo en su gestión diaria y estratégica.

Asimismo, cuenta con una serie de recursos y capacidades distintivas para ejercer la función social a través de su actividad aseguradora y de previsión:

- Un modelo de negocio basado en el canal bancoasegurador y que se complementa con otros canales de distribución para prestar de esta manera un servicio excelente y adaptado a las necesidades de sus casi 3 millones de clientes.

- Un equipo de profesionales altamente cualificados, motivados y orientados a dar respuesta a las necesidades de sus clientes.
- La apuesta por la innovación en productos y servicios en el ámbito del aseguramiento y la previsión social.
- Una gestión del negocio y de las inversiones basada en la aplicación de criterios de sostenibilidad de las inversiones, solvencia y control del riesgo.

VidaCaixa Grupo apuesta por el crecimiento sostenible y a largo plazo, que se sustenta en la confianza del gran colectivo de clientes del Grupo.



En el negocio de seguros de vida y planes de pensiones, donde el Grupo desarrolla su actividad y en el que es referente del mercado en nuestro país, los aspectos relacionados con la coyuntura económica como el ahorro financiero y el consumo de las familias, así como la demografía, el envejecimiento de la población, el entorno normativo y la competencia son tenidos muy en consideración. Tanto los riesgos como las oportunidades que de ellos se derivan están integradas en la estrategia de negocio y se gestionan de forma responsable y sostenible.

Evolución del entorno económico

En 2011 se ha puesto de manifiesto que la recuperación de las principales economías avanzadas va a ser previsiblemente más lenta e irregular de lo esperado. De acuerdo con las últimas previsiones del Fondo Monetario Internacional (FMI), el conjunto de países emergentes ha sufrido una leve ralentización en el crecimiento, reduciéndose la tasa del 7,5% en 2010 al 6,2% en 2011. Asimismo, la ralentización experimentada por el grupo de economías avanzadas ha sido más acusada, pasando de un 3,2% de crecimiento en 2010 al 1,6% en el año 2011.

El menor impulso de las economías desarrolladas ha tenido su origen en la crisis económica y financiera de finales de 2007, 2008 y 2009 y en el insuficiente desarrollo posterior.

En la zona del euro, a pesar que en 2010 la economía alcanzó una tasa de crecimiento del 1,8% en el PIB, en 2011 dicha tasa se ha reducido hasta el 1,5%.

En España, el comportamiento de los principales indicadores económicos y bursátiles ha sido peor que en la mayoría de los países de la OCDE. La recuperación de la actividad se ha ido debilitando a lo largo de un ejercicio, en que el PIB ha crecido en el primer trimestre un 0,9%, un 0,8% en el segundo y en el tercero y un 0,3% en el cuarto y se sitúa a nivel anual en el 0,7%.

La causa de este comportamiento ha radicado en la debilidad de la demanda interna, la ralentización del consumo de los hogares, el decrecimiento del gasto público hasta valores negativos, el mantenimiento de la inversión empresarial en mínimos y por último, el retroceso en la inversión en viviendas como resultado de la persistente situación de estancamiento del mercado inmobiliario.

En 2011, se ha constatado una ralentización en la recuperación de las economías avanzadas



El año 2011 se ha caracterizado por pérdidas generalizadas en todas las bolsas, incluidas las de países emergentes

El empeoramiento de la situación económica se ha reflejado en el mercado laboral a través de la destrucción de puestos de trabajo que se ha intensificado sobre todo en el segundo semestre, alcanzando a finales de 2011 una tasa de paro del 22,9% . En cuanto a la inflación, se ha situado cerca del 4% en los primeros meses del año debido al efecto del precio de las materias primas, pero posteriormente se ha ido moderando hasta situarse en el 2,8% al final de año.

Bolsas

El año 2011 se ha caracterizado por pérdidas generalizadas en todas las bolsas.

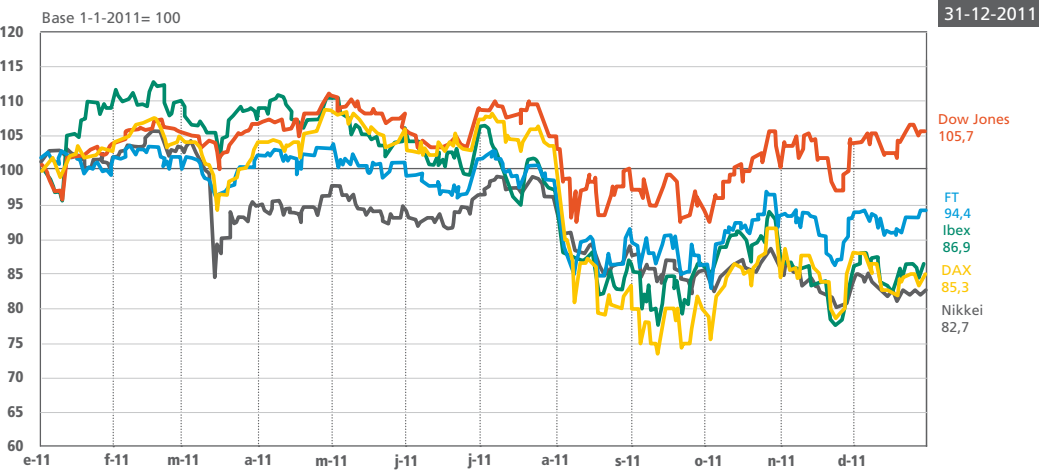
Las principales bolsas internacionales han tenido un comportamiento diferenciado. Así, mientras en el primer semestre del año la ma-

yoría de los índices, a excepción del Nikkei han tenido resultados positivos, en el segundo semestre la mayoría de índices, a excepción del Dow Jones han cerrado en negativo, debido fundamentalmente a la crisis de la deuda soberana europea, la falta de acuerdo político sobre la deuda y el déficit en Estados Unidos y los temores de una recaída en la recesión.

Este mismo comportamiento también se ha producido en las bolsas de países emergentes, donde Brasil y México no han logrado en ningún momento superar los niveles de comienzo de año y Rusia y China han acabado entre las bolsas con peores comportamientos.

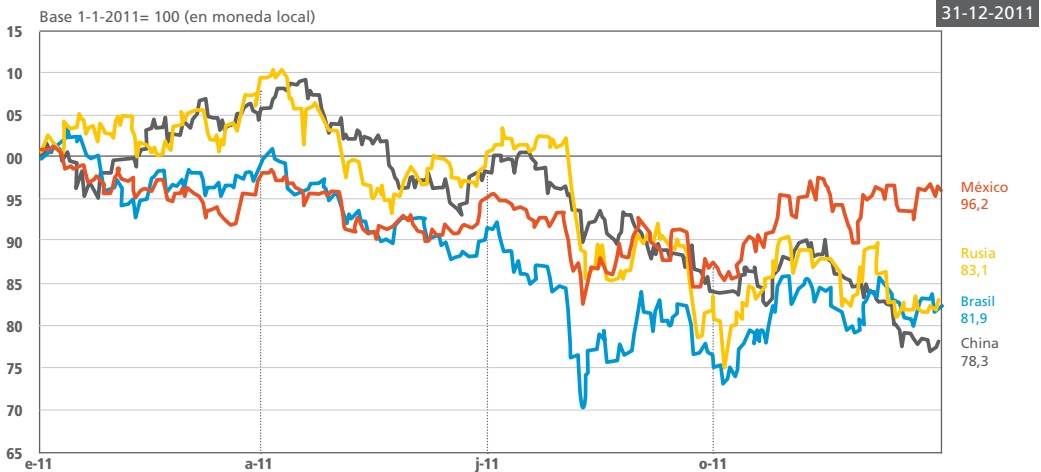
A finales de año, todas las bolsas han apuntado a una recuperación, a pesar de mantenerse los resultados negativos con respecto a 2010.

Bolsas internacionales



Fuente: Servicios de Estudio de "la Caixa".

Bolsas emergentes



Fuente: Servicios de Estudio de "la Caixa".

La deuda pública de Estados Unidos y Alemania se han convertido en valor refugio, reduciéndose su rentabilidad a niveles mínimos

Tipos de interés

En los países occidentales, los tipos de interés se han mantenido estables, en valores históricamente bajos. Tan sólo en la Unión Europea, el Banco Central Europeo ha realizado un incremento en un cuarto de punto en el segundo trimestre y otro en el tercero, para posteriormente volver a rebajarlos hasta el 1%, al finalizar el año. Por su parte, Estados Unidos los ha mantenido en el 0,25%, Japón en el 0,1% y Reino Unido en el 0,5%.

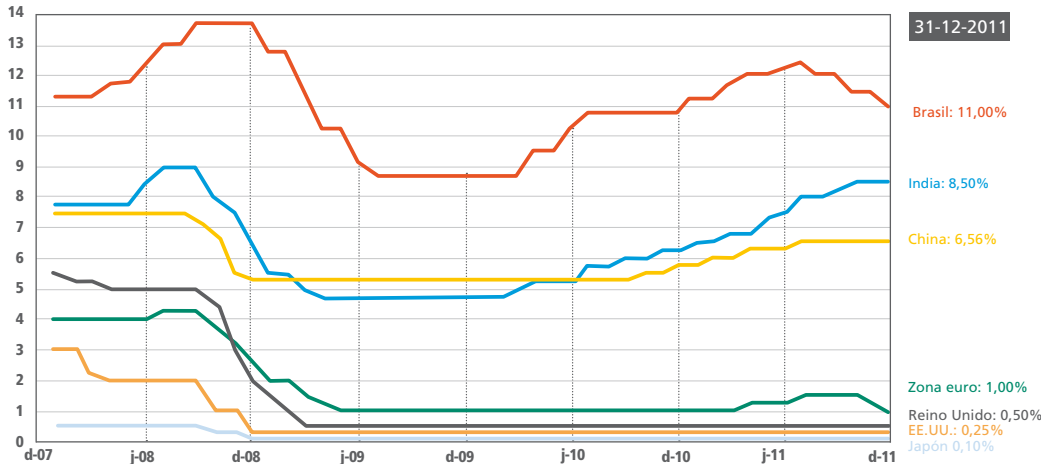
Los países emergentes han registrado variaciones importantes en sus tipos de interés, con incrementos en el primer trimestre y con estabilización y bajadas en el segundo semestre. En este sentido, China ha incrementado en más de medio punto (hasta el 6,56%), e India en más de dos puntos (8,50%); Brasil ha aumentado sus tipos hasta el 11,00%.

Deuda pública

La crisis de la deuda soberana europea ha sido el factor desencadenante de las turbulencias de los mercados financieros en la segunda mitad de 2011. Las valoraciones negativas de los *ratings* de las agencias de calificación han situado la deuda griega en niveles de máximo riesgo, afectando a Portugal e Irlanda, y también a Italia y España.

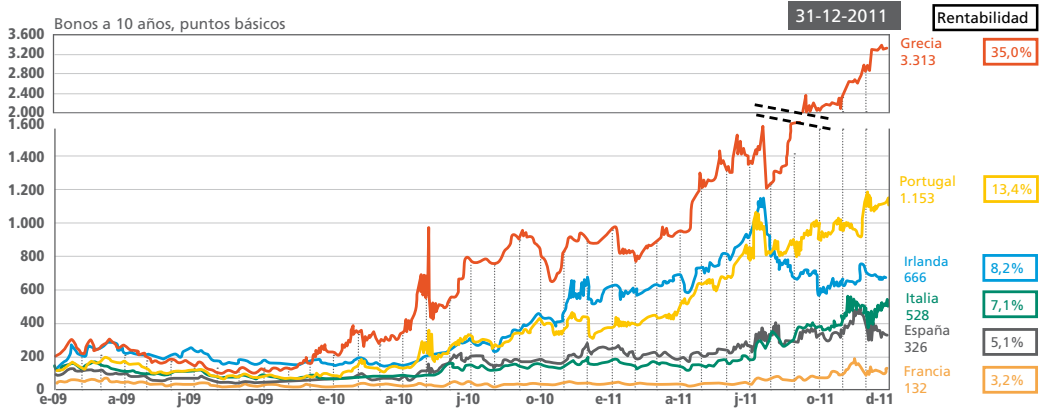
Las medidas tomadas permitieron un descenso de las primas de riesgo de España e Italia a finales de año. Por el contrario, la deuda pública de Estados Unidos y Alemania se han convertido en valor refugio, reduciéndose su rentabilidad a niveles mínimos.

Tipos de interés de referencia



Fuente: Servicios de Estudio de “la Caixa”.

Diferencial de los bonos soberanos respecto al bono alemán



Fuente: Servicios de Estudio de “la Caixa”.

Ahorro financiero de las familias

A pesar de que el ahorro privado tiene un cierto comportamiento anticíclico, la prolongación de la crisis y el deterioro de las expectativas de crecimiento han llevado a una disminución de la tasa de ahorro en 2011, pasando del 13,9% de la renta disponible a finales de 2010, al 11,5% (según estimaciones).

Así, el flujo neto de ahorro ha sido negativo en 2011, reduciéndose en 60.185 millones de euros, lo cual ha supuesto una disminución del 3%. El ahorro financiero de las familias españolas se ha situado en 1,7 billones de euros.

Analizando en detalle los productos de ahorro, los depósitos han continuado siendo los instrumentos más extendidos, canalizando casi la mitad de los ahorros de las familias españolas. Los seguros de vida y planes de pensiones han representado un 14% del total del ahorro, con un crecimiento medio en el periodo 1990-2011 del 16% y del 17% respectivamente. En 2011 el ahorro depositado en los planes de pensiones se ha reducido un 2% respecto a 2010, mientras que los seguros de vida han crecido un 5%.

Comparando el ahorro financiero español con el europeo, se observa cómo el porcentaje de ahorro sobre el PIB de las familias españolas ha sido inferior al de la mayoría de familias europeas de nuestro entorno económico más cercano y ello se ha trasladado también a los instrumentos de previsión social complementaria. Así, la inversión española en seguros y planes de pensiones (14%) ha sido muy inferior a la media europea (36%) en 2010 (últimos datos disponibles). La inversión también ha sido menor en fondos de inversión y acciones cotizadas (13% en comparación al 19%), y substancialmente mayor en depósitos (49% frente al 33%).

El seguro de vida

En el año 2011, el volumen total de ahorro gestionado en seguros de vida ha alcanzado los 153.860 millones de euros, cifra que representa un 4,9% más que en 2010. Este aumento se ha debido al favorable comportamiento del negocio individual, el cual ha crecido un 7,0%, mientras que en el negocio colectivo, la atonía experimentada en los años anteriores se ha mantenido, presentando unos volúmenes de ahorro depositado similares a los del año 2010.

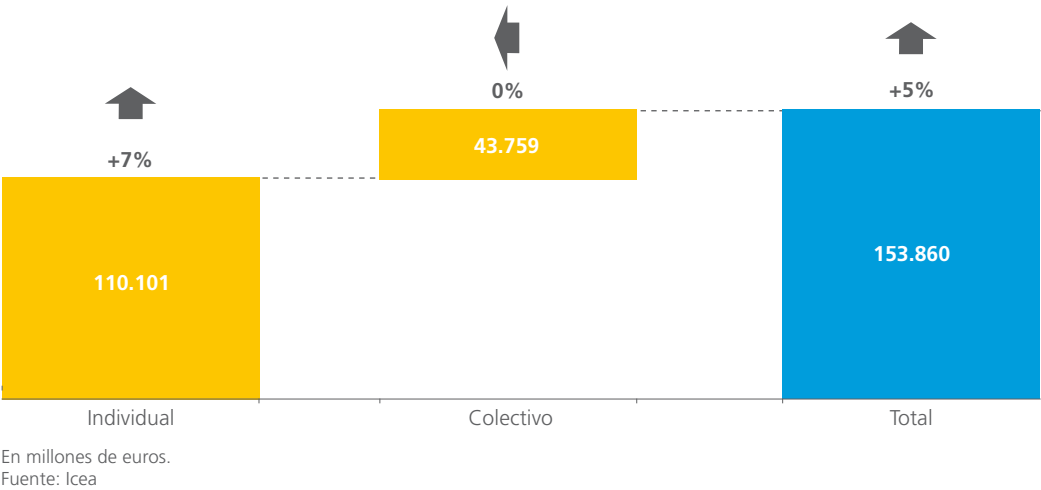
En 2011, los seguros de vida han aumentado en España un 5%, a pesar de la coyuntura económica

	1990		2011 (e)		Crecimiento anual medio 11/90	Crecimiento 11/10	
	Millones €	%	Millones €	%			
Depósitos	217.891	61%	845.000	50%	7%		-2%
Renta variable	44.021	13%	287.000	17%	9%		-14%
Fondos de inversión	7.941	2%	118.00	7%	14%		-6%
Seguros de vida	7.095	2%	153.860	9%	16%		5%
Planes de pensiones	3.215	1%	82.992	5%	17%		-2%
Renta fija	25.523	7%	54.500	3%	4%		8%
Otros	50.062	14%	159.641	9%	6%		-1%
TOTAL	355.748	100%	1.700.993	100%	8%		-3%

Fuente: Inverco e Icea. (e): estimado



El seguro de vida en España: recursos gestionados 2011



En España, 33 millones de personas están cubiertas por seguros de vida, un 1% más que en 2011, de los cuales el 70,4% tienen contratados seguros de vida-riesgo y el 29,6% restante disponen de seguros de vida-ahorro

En cuanto al número de personas cubiertas por un seguro de vida en nuestro país, se ha alcanzado la cifra de los 33 millones de personas, un 1% más que en 2010, de las cuales 25 millones corresponden al negocio individual y 8 millones al negocio colectivo. Del total de asegurados, un 70,3% tenían contratados seguros de vida-riesgo y un 29,7% estaban cubiertos por seguros de vida-ahorro.

El ahorro medio por asegurado en productos de vida-ahorro se ha mantenido en niveles similares a los de 2010, con una media de 15.101 euros, siendo más elevado en seguros colectivos con una media de 26.220 euros, que en seguros individuales, en los que el ahorro medio se ha situado en 12.922 euros. En ambos casos, el nivel de ahorro medio ha sido ligeramente superior al del año 2010. El ahorro gestionado total en el negocio asegurador de vida-ahorro, ha alcanzado los 148.410 millones, un 4,7% más que en 2010.

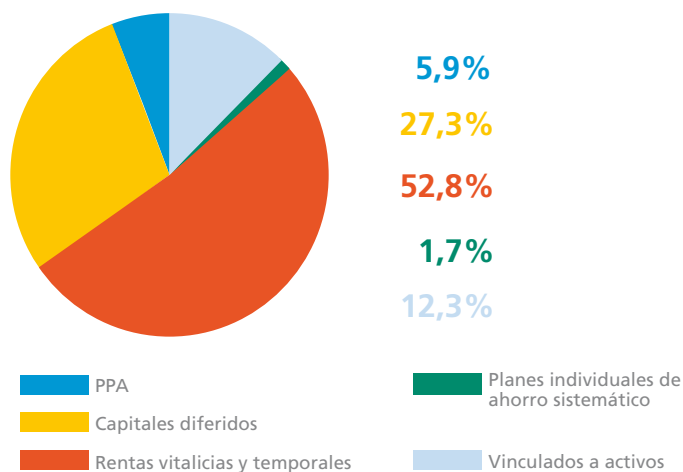
Si se profundiza en el análisis a nivel de productos, cabe destacar el favorable comportamiento de los planes de previsión asegurados (PPA), cuyas provisiones han crecido hasta los 8.702 millones de euros, un 41,2% más respecto a 2010, alcanzando un total de 893.032 asegurados. Respecto a los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS), también han evolucionado positivamente hasta los 2.597 millones de euros, un 24,5% más que en 2010, con un total de 647.921 ase-

gurados. Por último, cabe destacar la buena tendencia, en línea con los años anteriores, de las rentas vitalicias y temporales, que en 2011 ha alcanzado aproximadamente los 3 millones de asegurados, un 4,1% más que en 2010. En total, han alcanzado un volumen de ahorro de 78.328 millones de euros, un 5,8% más que en 2011, afianzándose como la mejor alternativa para complementar las pensiones públicas de la jubilación, por sus excelentes características técnicas y condiciones financiero-fiscales.

En cuanto al comportamiento de los seguros de vida-riesgo, en 2011, éstos han decrecido frente al año 2010, alcanzando los 3.605 millones euros en primas, un 4,5% de retroceso. El segmento individual ha alcanzado los 2.611 millones de euros, un 4,9% menos respecto al año anterior y el segmento colectivo ha decrecido hasta los 994 millones de euros, un 3,5% respecto a 2010. El número de asegurados se ha mantenido en los 23 millones, correspondiendo el 71,9% al negocio individual, y un 28,1% al negocio colectivo. La situación del mercado inmobiliario en nuestro país tiene especial incidencia en el desarrollo de los seguros de vida-riesgo individuales por el elevado porcentaje de seguros vinculados a créditos, mientras que el estancamiento en el desarrollo del segmento de grandes empresas, explica el leve desarrollo en el negocio colectivo y la menor contratación de este tipo de productos por parte de las empresas.

El ahorro gestionado total en el negocio asegurador vida-ahorro ha aumentado un 4,7% más en 2011 respecto al año anterior

Distribución de provisiones técnicas en seguros de ahorro y jubilación



En millones de euros.
Fuente: Icea

Los planes de pensiones

Durante el ejercicio 2011, el volumen total de ahorro gestionado en planes de pensiones ha alcanzado los 82.992 millones de euros, un 2,1% menos que en 2010, correspondiendo un 61,6% a planes de pensiones individuales y el 38,4% a planes de pensiones de empleo y asociado.

El comportamiento del ahorro depositado en los planes de pensiones individuales ha evidenciado una caída del 2,8%, intensificándose de esta forma la tendencia negativa del 2010 cuando se produjo un decrecimiento del 1,3%. Respecto a los planes de pensiones colectivos se ha invertido la tendencia de leve crecimiento de los dos últimos años, con una caída en el volumen gestionado del 1,0%.

Esta desfavorable evolución, se ha visto motivada en parte por la evolución en las aportaciones brutas a los sistemas individual y de ocupación que se han reducido en un 8,6%

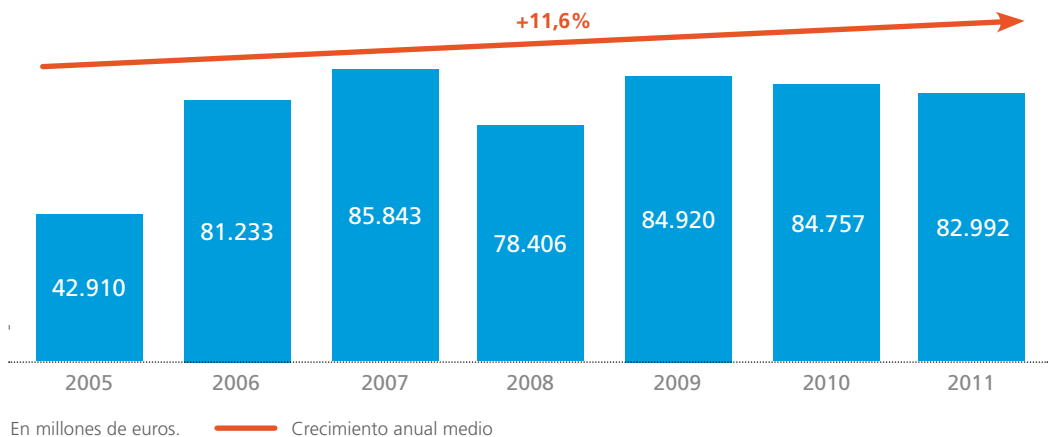
respecto a 2010, hasta situarse en los 4.961 millones de euros. La evolución en los mercados financieros y su efecto en el ahorro gestionado en planes de pensiones, explica también en buena parte esta caída.

Respecto a la estructura de la cartera de las inversiones de los fondos de pensiones, se ha mantenido en niveles similares a la de 2010. El porcentaje de renta fija se ha mantenido en el 61,2% y el de renta variable ha pasado del 18,0% en 2010 al 17,3% en 2011. En cuanto a la tesorería, se ha incrementado ligeramente hasta el 11,6%, en línea con los dos años anteriores.

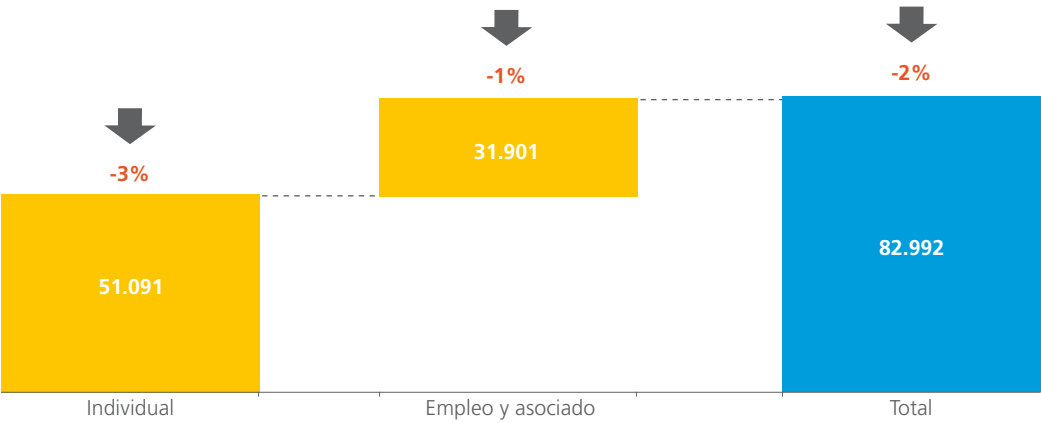
En 2011 el número de cuentas de partícipes ha decrecido ligeramente, hasta los 10,6 millones, cifra que supone una disminución del 1,9% con respecto a 2010. Si no se incluyen los partícipes que tienen más de un plan de pensiones, el número total a cierre de 2011 se estima en 8,5 millones, con una media de edad de 47 años.

Del volumen total de ahorro en planes de pensiones, un 61,6% corresponde a planes de pensiones individuales y un 38,4% a planes de pensiones de empleo y asociado

Total patrimonio planes de pensiones



Los planes de pensiones en España: derechos consolidados 2011



En millones de euros.
Fuente: Inverco



Novedades legislativas

Junto con otros factores, el marco normativo condiciona la evolución del sector asegurador y de pensiones, de manera que las novedades en el mismo son factores a tener en cuenta para explicar el desarrollo del mercado.

Entre las novedades legislativas aprobadas en el año 2011 destacan, a efectos de la actividad aseguradora, las siguientes leyes y reglamentos:

- La **Ley 39/2010**, de 22 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2011, a través de la cual se ha limitado la aplicación de la reducción del 40% por rendimientos del trabajo irregulares y el incremento del tipo marginal máximo en la escala de gravamen del IRPF.
- El **Reglamento (UE) 1094/2010** del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de noviembre, a través del cual se ha creado una autoridad europea de supervisión (Autoridad Europea de Seguros y Pensiones de Jubilación) destinada a garantizar la correcta aplicación de la normativa del sector financiero.
- La **Ley 2/2011**, de 4 de marzo, de Economía Sostenible, la cual ha introducido importantes modificaciones en leyes de diferentes ámbitos, siendo destacables las relativas a seguros (deber de información al tomador), planes y fondos de pensiones (reducción de costes, supervisión y control por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), infracciones y comercialización de planes individuales), movilización entre instrumentos de previsión social, mediación en seguros privados (acuerdos de distribución y figura del auxiliar asesor) y protección de datos de carácter personal.
- La **Ley 26/2011**, de 1 de agosto, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, ha establecido implicaciones en el desarrollo de la actividad aseguradora, en los ámbitos de igualdad de trato y de no discriminación por razón de discapacidad.
- La **Ley 27/2011**, de 1 de agosto, sobre actualización, adecuación y modernización del sistema de Seguridad Social, ha establecido novedades destacables como son la regulación del Seguro Colectivo de Dependencia, la aprobación de modificaciones relativas a Planes de Pensiones, el desarrollo de la hipoteca inversa y del derecho de información de los trabajadores, a partir del 1 de enero de 2013, que afecta a los instrumentos de carácter complementario que contemplen compromisos por jubilación.
- El **Real Decreto-ley 13/2011**, de 16 de septiembre, por el que se restablece el Impuesto sobre el Patrimonio, con carácter temporal para los ejercicios 2011 y 2012.
- Los **Decretos Forales** que aprueban nuevas tablas de retención para rendimientos del trabajo en los territorios forales del País Vasco.



A lo largo del 2011, VidaCaixa Grupo ha consolidado su posición de liderazgo en previsión social complementaria, permitiendo aumentar el crecimiento y los resultados de la compañía

Un año más, VidaCaixa Grupo se ha mantenido como líder en el ramo de seguros de vida y previsión social complementaria, y como segundo grupo en el negocio de planes de pensiones.

VidaCaixa Grupo dispone de una extensa gama de productos y servicios, que ofrece a los clientes de una forma personalizada, a través de una estrategia de distribución bancoaseguradora y que complementa con otros canales aseguradores.

En 2011, VidaCaixa Grupo ha continuado complementando la oferta de productos y servicios bancarios de CaixaBank en el negocio asegurador y de pensiones, dando servicio a casi 3 millones de clientes individuales, con un crecimiento del 1,4% y gestionando un patrimonio de 40.029 millones de euros en seguros de vida y planes de pensiones, lo que supone un incremento del 20,2% respecto al año anterior. Asimismo, VidaCaixa Grupo comercializó un total de 6.502 millones de euros en primas de seguros y aportaciones a planes de pensiones, incrementando el volumen de negocio en un 23,9%.

La consolidación del liderazgo en previsión social complementaria de VidaCaixa Grupo, junto con el excelente comportamiento en el negocio de vida-riesgo, por encima de la media del mercado, ha permitido aumentar el crecimiento y los resultados de la compañía en 2011.

En 2011, el beneficio neto recurrente conseguido por VidaCaixa Grupo ha alcanzado los 280 millones de euros, un 12,1% más que en el periodo anterior, a pesar de las dificultades del entorno. Durante el ejercicio se han obtenido

unos ingresos extraordinarios, derivados de la venta del 50% de SegurCaixa Adeslas a Mutua Madrileña y del grupo hospitalario, que elevan el beneficio de la compañía.

El fuerte incremento de los recursos gestionados en seguros de vida ha generado un importante incremento del activo y del pasivo.

Asimismo, en 2011 se ha generado un aumento de fondos propios tras la ampliación de capital y la fusión con CaixaVida.

Además, VidaCaixa Grupo ha aplicado una política de contención estricta del gasto que le ha permitido incrementar la eficiencia.

El ratio de eficiencia ha alcanzado el 14,4% y el ROE un 15,3%.

Por último, el margen de solvencia ha aumentado en 2011, hasta el 187%, un 5% más que en 2010, por encima del requisito legal exigido.

La aportación de VidaCaixa Grupo a CaixaBank

Los buenos resultados alcanzados por VidaCaixa Grupo en 2011 han contribuido al crecimiento del Grupo CaixaBank, en número de clientes, recursos gestionados y resultados económicos, consolidando de esta manera su posición de liderazgo en el sector bancario español.

El 90% de los clientes de VidaCaixa Grupo son clientes de CaixaBank. En este sentido, la actividad aseguradora y de previsión so-

		2010	2011	Var. 11/10
Primas y Aportaciones	Subtotal riesgo (individual +empresas)	401,1	422,9	5,4%
	Seguros de Vida-Ahorro	3.323,4	4.645,7	39,8%
	Planes de Pensiones	1.521,1	1.433,3	-5,8%
	Subtotal Ahorro (Individual +Empresas)	4.844,6	6.079,1	25,5%
	Total Riesgo y Ahorro (Individual +Empresas)	5.245,7	6.502,0	23,9%
RR.GG.	Seguros de Vida	19.134,1	26.054,2	36,2%
	Planes de Pensiones y EPSV	14.163,2	13.974,5	-1,3%
	Total Rec. Gest de Clientes (Indiv. +Emp.)	33.297,4	40.028,6	20,2%
N	Clientes individuales	2.901.633	2.943.572	1,4%
Resultado Neto consolidado Grupo sin Extraord.		249,2	279,5	12,1%

En millones de euros

cial que desarrolla VidaCaixa Grupo contribuye a complementar la actividad bancaria de CaixaBank, lo que permite fidelizar a los clientes del Grupo, ampliando la oferta financiera con los productos de ahorro finalista y previsión.

Respecto al volumen de recursos totales gestionados por el Grupo CaixaBank, -241.203 millones de euros- la posición de VidaCaixa Grupo ha alcanzado el 17%.

Por último, en cuanto a la aportación a los resultados de CaixaBank, VidaCaixa Grupo ha contribuido con el 24% del total del Grupo. A dicha cifra habría que añadirle las comisiones abonadas en conceptos de comercialización y gestión de inversiones.

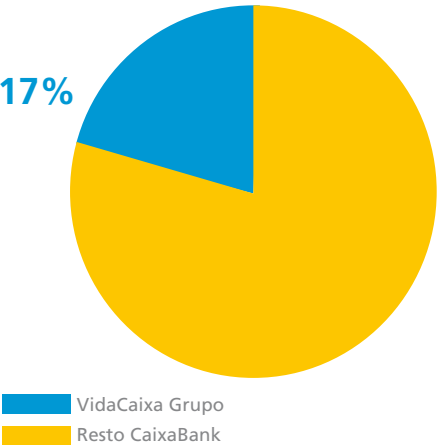
Liderazgo en el sector asegurador español

La evolución de los distintos negocios, vida-riesgo, vida-ahorro y planes de pensiones, ha sido positiva en todos los segmentos: particulares, pymes y autónomos y grandes empresas.

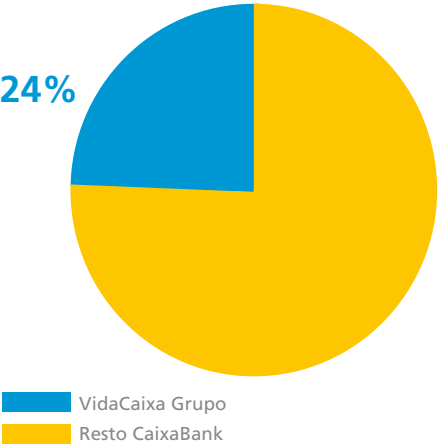
Un año más, VidaCaixa Grupo ha mantenido su posición de liderazgo en el mercado de previsión social complementaria, que aglutina los seguros de vida y los planes de pensiones, de nuestros país con una cuota de mercado del 16,7%, y un crecimiento del 9% respecto a 2010, superando de esta manera el desarrollo del mercado que ha incrementado su tamaño en un 2,4%.

VidaCaixa Grupo sobre Grupo CaixaBank

Recursos de clientes



Aportación al resultado recurrente



Evolución de VidaCaixa Grupo comparada con el mercado

Ramos	Ranking	Cuota de mercado	Crecimiento patrimonio VidaCaixa Grupo vs. mercado	
Vida-riesgo	2º	10,8%	-5%	4%
Vida-ahorro	1º	17,4%	-5%	15%
Planes de pensiones	2º	16,3%	-2%	-2%
Previsión social complementaria	1º	16,7%	2%	9%

Nota: Seguros de vida-riesgo en primas y el resto en recursos gestionados. Fuente: Icea, Inverco y elaboración propia.



Presentación resultados 2011: Rueda de Prensa de VidaCaixa Grupo

En el negocio de ahorro, el volumen de primas y aportaciones en 2011 ha alcanzado los 6.079 millones de euros, un 25,5% más que en 2010, de los cuales 4.646 millones corresponden a seguros de vida-ahorro y 1.433 millones a planes de pensiones.

El negocio de vida-riesgo ha crecido en 2011 un 5,4%, con un volumen de primas de 423 millones de euros. A pesar de la coyuntura económica marcada por la contracción del crédito, el buen resultado en el negocio de riesgo se ha debido a la ampliación de la gama de productos de VidaCaixa Grupo y al éxito comercial de las campañas realizadas en 2011.

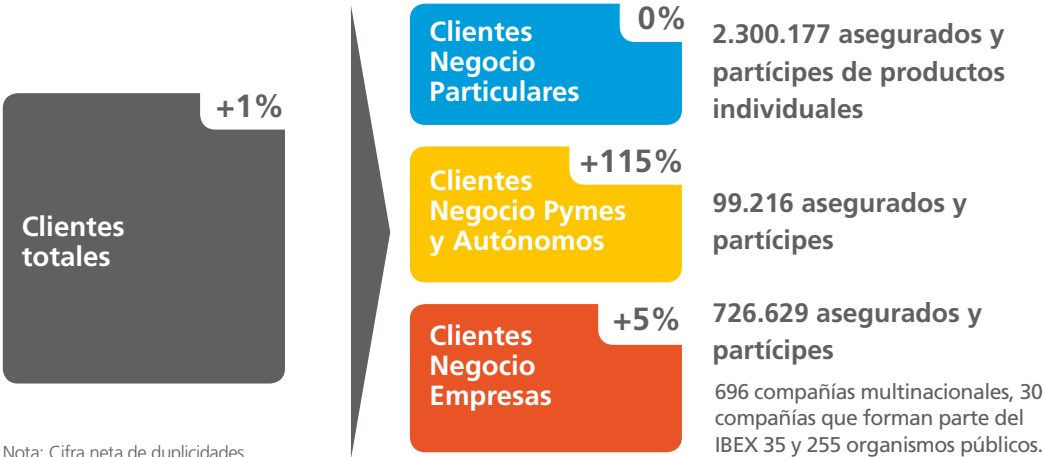
Esta positiva evolución ha elevado el número de clientes y partícipes hasta alcanzar los

2,9 millones, cifra que ha representado un 1,4% más que en 2010, de los cuales 2,3 millones son clientes del negocio particular, casi 100.000 son pymes y autónomos y cerca de 727.000 corresponden a contratos suscritos por grandes compañías y colectivos, entre las que se encuentran cerca de 700 multinacionales, 30 compañías del IBEX 35 y más de 250 organismos públicos.

Evolución del segmento de particulares

VidaCaixa ha continuado con su esfuerzo por comprender mejor las necesidades de sus clientes. Para ello, en 2011 ha avanzado en su estrategia de segmentación con el objetivo de dar la mejor respuesta a sus clientes.

Clientes de VidaCaixa Grupo



Avance en la estrategia de segmentación

En 2011, VidaCaixa ha finalizado el desarrollo de la oferta particularizada para los clientes de banca personal y banca privada de CaixaBank, en línea con el proceso iniciado en años anteriores en los colectivos de pymes y autónomos. Así, se han diseñado productos y soluciones especialmente concebidas para dar respuesta a las necesidades particulares de este colectivo de clientes.



VidaCaixa y SegurCaixa Adeslas lanzan una oferta aseguradora conjunta

VidaCaixa y SegurCaixa Adeslas han materializado su alianza empresarial lanzando la primera acción comercial conjunta, con una oferta destinada a agrupar todos los seguros, de vida y no-vida, ofreciendo importantes ventajas en su contratación.

La amplia gama de seguros aglutina las coberturas más completas de hogar, de coche y de vida, así como el cuidado de la salud, beneficiando al cliente a través de unificar sus gestiones y obteniendo así una oferta más atractiva.

El volumen total de ahorro depositado en seguros de vida-ahorro y planes de pensiones individuales se ha aproximado a los 25.000 millones de euros, con un total de 1,4 millones de clientes

Seguros de vida-ahorro y planes de pensiones para clientes particulares

A pesar de la desfavorable coyuntura económica de nuestro país, el volumen total de ahorro depositado en seguros de vida-ahorro y planes de pensiones individuales gestionados por VidaCaixa Grupo ha sido de 24.859,6 millones de euros, con un total de 1,4 millones de clientes.

Entre los factores que han contribuido a esta buena dinámica del negocio cabe destacar el excelente desempeño comercial de los profesionales de la red de ventas, así como la calidad y el adecuado diseño de los productos de VidaCaixa, que han permitido capturar las oportunidades derivadas de la evolución de los tipos de interés a largo plazo.

Concretamente, el volumen de primas y aportaciones de los seguros de vida-ahorro para el segmento de clientes particulares ha alcanzado los 4.092 millones de euros, un 48,2% más que en 2010, y el volumen de ahorro gestionado ha alcanzado los 17.354 millones de euros. Cabe destacar especialmente el comportamiento favorable de las rentas vitalicias, que han captado un volumen de ahorro nuevo de más de 1.650 millones de euros consolidándose de esta forma como el producto con mayor volumen de ahorro de la cartera de VidaCaixa.

Además, cabe mencionar el gran avance de los planes de previsión asegurados (PPA), que junto con los planes de pensiones, cons-

tituyen el instrumento idóneo para generar ahorro finalista destinado específicamente a complementar la jubilación. Los PPA son seguros de vida cuyo objetivo es constituir un capital de forma totalmente segura, por lo que son productos especialmente recomendados para personas que quieren bloquear la rentabilidad a percibir por sus ahorros a cualquier plazo entre 1 y 30 años o con una edad cercana a la jubilación. Además, cabe añadir que los PPA gozan de las mismas condiciones fiscales que los planes de pensiones individuales, pero con una rentabilidad garantizada.

El esfuerzo intenso en la comercialización de los PPA, particularmente durante la tradicional campaña de fin de año, ha permitido alcanzar los 1.416 millones de euros en primas, lo que ha supuesto un incremento del 17,8% respecto a 2010.

Los planes de pensiones individuales, han sufrido una disminución, en el volumen de las primas y aportaciones en línea con el mercado. Parte de este decrecimiento se explica por el traspaso de aportaciones a los planes de previsión asegurados, siendo el volumen de las aportaciones conjuntas de 1.853 millones de euros, un 62,0% más que en 2010. Asimismo, el patrimonio conjunto ha alcanzado los 9.605 de millones de euros, un 8,2% más que en 2010.

Este favorable comportamiento ha permitido a VidaCaixa consolidar su posición como primera del ranking en el negocio de ahorro de jubilación para particulares, con una cuota del 16,1%, con casi dos puntos de diferencia respecto al segundo competidor.

En 2011 VidaCaixa Grupo ha consolidado su posición como primera compañía del ranking en el negocio de ahorro de jubilación para particulares, con una cuota del 16,1%

Recursos gestionados	2010	2011	Var. 11/10
Seguros de vida-ahorro individual	10.505,7	17.353,9	65,2%
Planes de pensiones individual	8.167,6	7.505,7	-8,1%
Total rec. gest. de clientes neg. individual	18.673,3	24.859,6	33,1%

En millones de euros

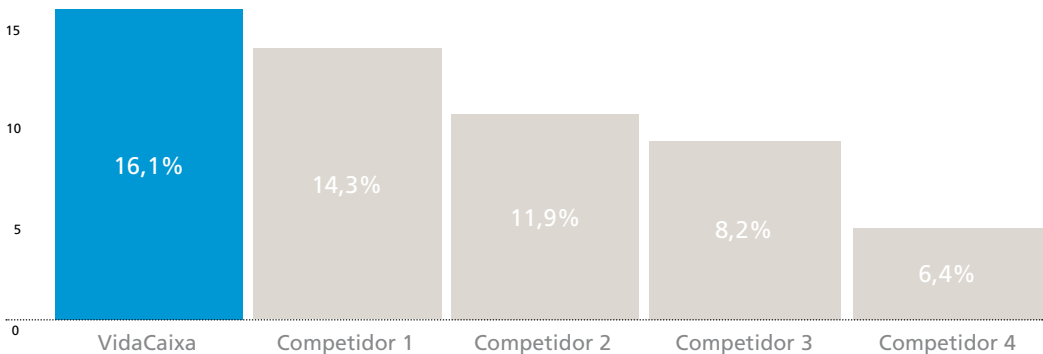
Primas y aportaciones	2010	2011	Var. 11/10
Seguros de vida-ahorro individual	2.761,2	4.092,4	48,2%
Planes de pensiones individual	1.063,2	738,8	-30,5%
Subtotal ahorro negocio individual	3.824,4	4.831,2	26,3%

En millones de euros

Primeros en el ranking de planes de pensiones individuales y planes de previsión asegurados (PPA)

Cuota de mercado (%)

20



En millones de euros.
Datos calculados sobre patrimonio gestionado.
Fuente: Icea e Inverco y elaboración propia.

Campaña de planes de pensiones y planes de previsión asegurados

Asimismo, con motivo de la campaña de la renta y el final del año 2011, se ha intensificado la actividad comercial con la habitual campaña de planes de pensiones y planes de previsión asegurados (PPA), también con excelentes resultados.

VidaCaixa ofrece todas las opciones que el ciudadano requiere para el ahorro destinado a la jubilación, aportando seguridad, solvencia y un rendimiento conocido.

Uno de los retos de la campaña ha sido fomentar el ahorro sistemático, incentivando nuevas aportaciones de los clientes.

La campaña ha incluido además en su oferta los PPA, que gozan de las mismas condiciones fiscales de los planes de pensiones, pero con una rentabilidad garantizada. Además para incentivar el ahorro, VidaCaixa ha ofrecido a sus clientes una promoción especial, en la que les abona en su depósito hasta un 5% en efectivo en el caso de nuevas aportaciones de importe igual o superior a 3.000 euros y hasta un 3% en efectivo para traspasos externos sin límite de importe.

Para mayor detalle, ver apartado en “Innovación de productos y servicios” del presente informe.

Planes de pensiones

Aproveche el presente con los mejores ingredientes para su futuro

Planes de pensiones

Construya su futuro pensando en el presente

A lo largo del 2011, el negocio de vida-riesgo Individual ha alcanzado los 1,4 millones de clientes y se ha incrementado la cuota de mercado hasta el 8,9%

Seguros de vida-riesgo para clientes particulares

VidaCaixa cuenta con una oferta de productos en este negocio, vinculados o no a préstamos para sus clientes individuales. A pesar del empeoramiento de la economía y el estancamiento de las ventas del mercado inmobiliario en nuestro país, VidaCaixa ha consolidado su crecimiento en este negocio, gracias a la excelente evolución comercial del seguro de vida tradicional que ha compensado el menor desarrollo de los seguros vinculados a préstamos.

El seguro de vida-riesgo tradicional, es el Vida Familiar, al cual se han introducido nuevas modalidades, en 2011 para adaptarlo a las necesidades de las distintas tipologías de clientes, entre las que se encuentra el Vida Familiar Premium que se adapta a las necesidades específicas de los clientes particulares del segmento de banca personal y privada.

El negocio de vida-riesgo individual ha acumulado un volumen de primas de 231 millones de euros, lo que supone un 4,6% más que en 2010 y se ha incrementado la cuota de mercado hasta el 8,9%.

Seviam para microcréditos

VidaCaixa Grupo ofrece productos aseguradores adaptados a las necesidades de emprendedores, microempresarios y particulares, con el objetivo de promover conjuntamente con MicroBank el desarrollo económico y la inclusión financiera a través de la comercialización del seguro Seviam Abierto. Este producto también se ofrece para microcréditos y garantiza la amortización en caso de fallecimiento y, opcionalmente, en caso de invalidez absoluta.



A lo largo del año, el Grupo ha alcanzado los 99.216 asegurados en el segmento de pymes y autónomos, un 115% más que en el año anterior

Seguros para pymes y autónomos

VidaCaixa ha continuado un año más con su apuesta por el segmento de pymes y autónomos, donde el Grupo dispone de una oferta de seguro de vida, coberturas de las obligaciones derivadas de los distintos convenios y planes de pensiones específicamente diseñados para las necesidades particulares de estos clientes. La buena aceptación de estos productos queda reflejada en el incremento de asegurados año tras año. En este negocio se ha mejorado en 2011 el VidaCaixa Vida Pymes, un seguro de vida colectivo mediante el cual una empresa (empresario individual o sociedad mercantil), asociación o colectivo

desea proteger a sus trabajadores, asociados, colaboradores o miembros de dicho colectivo ante el riesgo de fallecimiento o invalidez/incapacidad permanente de los mismos.

Asimismo se ha comercializado un nuevo producto destinado al colectivo de autónomos: VidaCaixa Protección Autónomos Vida.

En 2011, el Grupo ha alcanzado los 99.216 asegurados, un 115% más que en 2010, con un volumen de primas de 33 millones de euros. En lo que respecta a los planes de pensiones de promoción conjunta, se ha producido un incremento del 4,6% en el número de partícipes hasta los 17.551 y del 5,4% en el número de promotores hasta los 2.088.

Primas y aportaciones de pymes y autónomos	2010	2011	%
Vida-riesgo	5,9	7,9	33,3%
Accidentes	3,0	3,3	12,0%
Previsión profesional	12,3	14,8	21,0%
Planes de pensiones	9,4	6,8	-28,0%
Total	30,6	32,8	7,4%

En millones de euros

VidaCaixa Protección Autónomos Vida

Es un seguro de vida que se ha comercializado en 2011, mediante el cual un empresario individual o profesional liberal desea protegerse a él mismo y/o familiares ante el riesgo de fallecimiento, invalidez permanente absoluta o incapacidad temporal. Está dirigido a empresarios individuales o profesionales liberales que deseen contratar un seguro de vida colectivo con tomador único.

Garantiza el pago del capital establecido en la póliza al beneficiario o beneficiarios, en el supuesto de producirse alguna de las coberturas contratadas al asegurado, ocurrida durante la vigencia del seguro.

Pueden asegurarse distintos capitales para los asegurados de la póliza. El capital es personalizable por cobertura, con unos límites máximos de cobertura de 300.000 euros y un mínimo de 10.000 euros.

Asimismo incorpora una garantía opcional de incapacidad temporal que es contractable con módulos de indemnización diaria en base a un baremo establecido.



VidaCaixa Previsión Social ha liderado el mercado de la Previsión Social Complementaria con un volumen de ahorro gestionado de 14.683 millones de euros y una cuota de mercado del 19,4%

Seguros para empresas y colectivos

VidaCaixa Previsión Social, la división de VidaCaixa especializada en este negocio, desarrolla soluciones a medida que se adaptan a las necesidades particulares de los grandes colectivos, tanto en el negocio vida-riesgo, como vida-ahorro y planes de pensiones. La entidad es líder en el mercado de seguros de vida y ostenta la segunda posición en planes de pensiones.

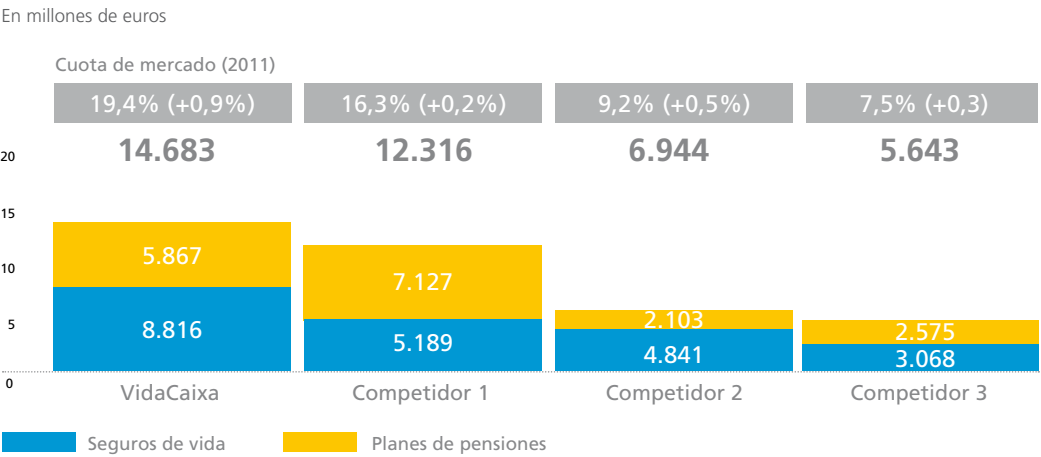
En 2011 ha mantenido su liderazgo en el mercado de la previsión social complementaria empresarial de nuestro país, con un volumen total de ahorro gestionado de 14.683 millones de euros y una cuota de mercado del 19,4%. De este volumen, 5.867 millones de euros han correspondido a planes de pensiones de empleo y asociado y 8.816 millones de euros a seguros de vida colectivos.

El segmento de colectivos en los negocios de vida-ahorro y vida-riesgo en 2011 ha mostrado una evolución similar a la del año anterior. En vida-ahorro el volumen de primas comercializado ha alcanzado los 554 millones de euros, manteniendo una evolución plana en comparación con 2011 y en vida-riesgo y accidentes se ha logrado un total de 166 millones de euros en primas. Ello sitúa la cuota de mercado en vida-riesgo colectivo en el 15,7%, posicionando a VidaCaixa como líder en este negocio.

Para ampliar información sobre la evolución del Grupo en 2011, ver presentación de resultados en la web corporativa de VidaCaixa. (http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/notas_de_prensa/2012/notas/resultados-delgrupo120221.html)



Previsión social complementaria empresarial



Fuente: Icea e Inverco y elaboración propia. No incluye EPSV.



A lo largo del año la oferta de VidaCaixa Grupo se ha ampliado con 12 nuevos productos

Elementos diferenciales del negocio

En un entorno en el que la competencia se ha intensificado y la situación del mercado se ha endurecido, VidaCaixa Grupo ha reforzado su modelo de negocio y continúa trabajando en:

1. Focalizar los esfuerzos en la innovación como fuente de ventaja competitiva y herramienta para la mejora de la oferta de productos.
2. Desplegar la estrategia multicanal contribuyendo a facilitar el acceso a nuevos productos a los distintos segmentos de clientes.
3. Maximizar la eficiencia, tanto desde un punto de vista económico como de la sostenibilidad.
4. Mantener la apuesta por la calidad del servicio como elemento de valor y de generación de confianza.

Innovación

VidaCaixa Grupo persigue dar respuesta a las necesidades cambiantes de sus clientes, ofreciéndoles un servicio de la máxima calidad focalizando sus esfuerzos en la innovación permanente en nuevos productos, servicios y tecnología para lo cual se vale y a la vez potencia el talento de su equipo humano. Ello le ha permitido consolidar su crecimiento en el mercado de forma sostenible.

Innovación en productos y servicios

A lo largo del año se ha ampliado en 12 la oferta de productos.

En el ámbito de clientes particulares y, concretamente, en relación a los planes de pensiones, VidaCaixa Grupo ha sido activo en 2011 con el lanzamiento de nuevos planes de pensiones y EPSV, -PlanCaixa 5 Plus, PlanCaixa Momento Plus, PlanCaixa Efecto, PlanCaixa Efecto 10 y PlanCaixa Objetivo 120-, que contribuyen a completar la amplia oferta de productos individuales de ahorro y previsión para la jubilación de VidaCaixa Grupo.

Cabe destacar que, en línea con la estrategia de aproximación comercial segmentada, durante 2011 se ha adaptado la oferta de ahorro para los clientes de banca personal y banca privada, con dos nuevos productos -Renta Vitalicia Premium y Renta Temporal Premium- que cubren las necesidades derivadas de situaciones de dependencia severa y gran dependencia.

Asimismo, en el negocio de vida-riesgo, y dirigido a los segmentos de banca personal y privada, se ha desarrollado el producto Vida Familiar Premium, un seguro de vida con amplias coberturas y capitales asegurables, desde los 10.000 hasta los 2 millones de euros. Este producto incluye dos modalidades de comercialización Completo y Premium.

Para más detalle, consultar www.vidacaixa.com

Nuevos productos comercializados en 2011 por VidaCaixa Grupo

Planes de pensiones	• PlanCaixa/GeroCaixa 5 Plus • PlanCaixa/GeroCaixa Momento Plus • PlanCaixa/GeroCaixa Efecto 5 • PlanCaixa/GeroCaixa Efecto 10 • PlanCaixa/GeroCaixa Objetivo 125
Vida-ahorro	• Renta Temporal • Renta Temporal Premium • Renta Vitalicia Premium
Vida-riesgo	• VidaCaixa Escolarización • VidaCaixa Vida Pymes • Protección Autónomo Vida • Vida Familiar Premium

Los planes de previsión asegurados, garantía de rentabilidad

Junto con los planes de pensiones se han comercializado los planes de previsión asegurados (PPA), un producto garantizado y completamente personalizado para cada cliente, que permite elegir el vencimiento de la aportación en un periodo entre 1 y 30 años, con un interés que se ajusta diariamente para cada plazo en función de los mercados financieros y el plazo de contratación. La volatilidad de los mercados convierte a los PPA en un instrumento idóneo de ahorro para aquellos clientes que optan por garantizar la rentabilidad obtenida. Además, la situación en los mercados en 2011 ha ofrecido excelentes oportunidades de inversión a través de este producto, que miles de clientes han podido aprovechar.



VidaCaixa Elección, beneficios para la empresa y también para el trabajador

- VidaCaixa Elección es el nuevo servicio de retribución flexible que ofrece VidaCaixa Previsión Social.
- Es una herramienta eficaz para atraer y retener a los profesionales con una oferta retributiva más amplia y flexible.
- Los servicios y productos de VidaCaixa Elección pueden ofrecerse a toda la plantilla, sin distinción, rentabilizando la estrategia retributiva de la empresa y controlando los costes futuros a través de beneficios sociales.
- Los empleados obtienen mejoras económicas, gracias a una serie de ventajas fiscales que se traducen en un mayor salario neto disponible a final de mes, aumentando de esta manera su percepción sobre la compensación total recibida.
- Se facilita el proceso administrativo de las empresas a través de la contratación por parte de los propios trabajadores de los productos de aseguramiento a través de la plataforma on-line.



Desde VidaCaixa Previsión Social, para el colectivo de personas de edad media, se ha lanzado un producto de rentas temporales para todos aquéllos afectados por un expediente de regulación de empleo.

En el segmento de empresas y colectivos cabe destacar el lanzamiento de VidaCaixa Elección, un servicio único e innovador en el sector asegurador que permite, por un lado, flexibilizar a las empresas la retribución a sus empleados y, por otro, que éstos obtengan un mayor rendimiento de su salario, con importantes ventajas fiscales. En VidaCaixa Elección, se integra una amplia oferta de productos de salud, vida, accidentes y aho-

rro, además de vales restaurante y de guardería, así como equipos informáticos.

En el ámbito de las pymes y los profesionales autónomos se han realizado mejoras en el producto VidaCaixa Vida Pymes y se ha comercializado el nuevo VidaCaixa Protección Autónomos Vida.

VidaCaixa Protección Autónomos Vida es un producto destinado a empresarios individuales o profesionales liberales. Este seguro de vida permite al autónomo protegerse a él mismo y/o a sus familiares ante el riesgo de fallecimiento, invalidez permanente absoluta o incapacidad temporal de los mismos.

El Grupo dispone de múltiples canales internos para que los empleados puedan expresar sus opiniones, sugerencias e ideas. A lo largo del año, se ha recibido un total de 408 nuevas ideas

Una cultura orientada a la innovación y al servicio al cliente

En VidaCaixa Grupo, la innovación se aplica también a la mejora de procesos y sistemas de trabajo, con el reto de incrementar la eficiencia operativa y comercial y también la satisfacción de los clientes.

Para ello, el Grupo dispone de canales internos para que los empleados puedan expresar sus opiniones, sugerencias e ideas con el objetivo de generar valor compartido para VidaCaixa y sus clientes.

En línea con los años anteriores, se han recibido un total de 408 nuevas ideas, de las cuales 87 son ideas Innova, que guardan relación con temas de nuevos productos, precios, campañas, procesos internos y coberturas de los productos, y 321 son ideas de mejora que guardan relación con aspectos de mejora de la operativa informática y otras temáticas.

La mayor parte de las ideas recibidas han sido propuestas por las oficinas de CaixaBank a través del buzón de sugerencias. Las ideas que cumplen con los criterios definidos se canalizan a través de la plataforma de innovación de la compañía. Asimismo, se han desarrollado o planificado un total de 53 iniciativas a partir de las propuestas recogidas.

Entre las principales aportaciones realizadas destacan la propuesta para la realización de acciones de venta cruzada y de retención a clientes, dos aspectos que VidaCaixa Grupo ha estimado muy oportunos y a los cuales destina importantes esfuerzos técnicos, comerciales y financieros.

Una apuesta permanente en tecnología

A lo largo de 2011 se han invertido 15,3 millones de euros en tecnología y sistemas de información con el objetivo de prestar un servicio excelente al cliente y lograr una mayor eficiencia en VidaCaixa Grupo. Además, la inversión en I+D+i ha alcanzado los 3 millones de euros, triplicando la cantidad destinada a este capítulo en 2010.

Seviam Abierto móvil

Dentro de Innova, la iniciativa de VidaCaixa Grupo que fomenta el desarrollo de ideas innovadoras entre los profesionales de la compañía y los empleados de CaixaBank, se ha creado un equipo dinamizador que ha permitido desarrollar nuevos productos tras analizar las ideas recibidas por los empleados. Uno de estos productos es el Seviam Abierto móvil.

En un entorno donde crece la navegación on-line a través de teléfonos inteligentes, se ha visto la oportunidad de desarrollar productos para ser contratados por este mecanismo, concretamente los seguros de vida vinculados a préstamos. Así, en el flujo de contratación de un préstamo de abono inmediato a través del teléfono móvil, se ha integrado el contrato Seviam Abierto, que cubre la cancelación del préstamo en caso de fallecimiento. Este producto es de fácil contratación a través del teléfono móvil.



La actividad de VidaCaixa Grupo se desarrolla principalmente a través del canal bancoasegurador, el cual se complementa con otros múltiples canales de venta

Multicanalidad al servicio del cliente

VidaCaixa pone a disposición de sus clientes múltiples canales para la información y la comercialización de sus productos.

En este sentido, el Grupo focaliza de forma mayoritaria su actividad comercial a través del canal bancaseguros, compuesto por las 5.196 oficinas de CaixaBank. Para reforzar la acción comercial a través de este canal de distribución, se ha incorporado la nueva red de ejecutivos comerciales de bancaseguros (ECB), con el objetivo de dar un soporte específico a la red de oficinas de CaixaBank en la comercialización y gestión de seguros y planes de pensiones. Sus principales funciones consisten en ser el impulsor de las iniciativas estratégicas, el análisis de oportunidades comerciales, transmitir las mejores prácticas en el territorio y de la información de la red comercial hacia la compañía. Adicionalmente, los ECB tienen una función muy importante en todo lo referente a la formación de la red comercial, el impulso de los nuevos productos y la resolución de incidencias que se salen de los circuitos habituales. En 2011 cabe destacar su participación en los excelentes resultados obtenidos, así como en las más de 3.600 presentaciones de acciones comerciales lanzadas en el territorio, y las más de 800 sesiones de formación impartidas; trabajo que ha consolidado su posición como eje transmisor de la estrategia comercial de VidaCaixa Grupo en el territorio.

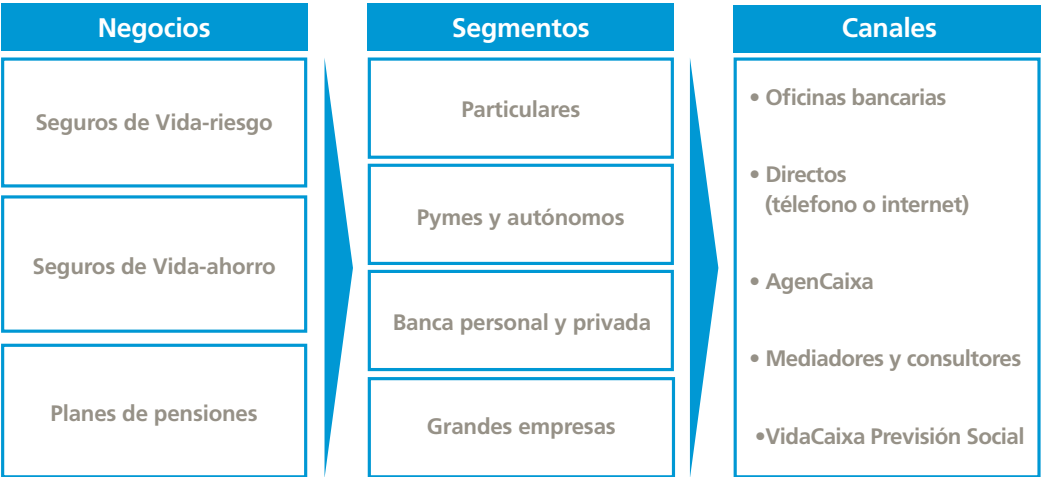
El esfuerzo realizado a través del canal bancoasegurador, ha seguido complementándose con la inversión en otros canales directos como Internet, a través del servicio Línea Abierta de “la Caixa”, donde cabe mencionar la iniciativa “ready to buy” y las plataformas de atención telefónica, a través de los cuales se favorece el autoservicio a los clientes, dando respuesta

a sus necesidades de información y facilitando de esta forma, la contratación de los productos de VidaCaixa Grupo.

Asimismo, durante el 2011 se ha consolidado con gran éxito la transformación del modelo comercial de los gestores de seguros de AgenCaixa, iniciada en 2010, centrando su orientación y gestión comercial hacia el segmento de autónomos y, en especial, de pymes. A pesar del difícil contexto económico, la propuesta de valor que ofrece VidaCaixa Grupo al mercado centrada en la calidad de servicio, una amplia gama de productos, la confianza y solvencia de su marca y la especialización de sus gestores, se han constituido como elementos fundamentales del éxito alcanzado. En este sentido, en 2011, se ha alcanzado un nivel de productividad y eficiencia comercial muy satisfactoria por parte del equipo de gestores de AgenCaixa, lo que sienta las bases para un excelente desarrollo futuro de la red. AgenCaixa representa un canal estratégico para el Grupo, tanto por el volumen de negocio que aportan los gestores de seguros como por la información que transmiten a la entidad sobre el posicionamiento de la oferta y el catálogo de productos de VidaCaixa Grupo; un conocimiento que es clave para seguir avanzando, detectar nuevas necesidades por cubrir y adaptar los productos y servicios a las expectativas y preferencias de los clientes.

Finalmente, en el colectivo de clientes empresas, a través de VidaCaixa Previsión Social y el equipo de consultores especialistas propios se han conseguido los objetivos previstos de negocio en los segmentos de empresas y banca corporativa, logrando la vinculación de los clientes mediante una política activa de contactación y visitas para apoyar la acción comercial, fidelizar a los clientes y posicionar el lanzamiento de nuevos productos. Adicionalmente, los productos de VidaCaixa Previsión Social se distribuyen a través de las principales y más prestigiosas firmas de mediación de nuestro país.

VidaCaixa ofrece productos para cada tipo de cliente con un acceso multicanal



“Ready to Buy”

El “Ready to Buy” desarrolla un sistema de venta que se inicia en la oficina y se cierra en internet. Así, el gestor a partir de las necesidades del cliente, identifica la opción de producto más adecuada para el cliente y contacta con éste para presentarle la propuesta. Si el cliente está interesado, el gestor prepara la operación a través del terminal financiero y el cliente firma la orden a través de Línea Abierta. Este sistema facilita las gestiones para el cliente, además de agilizar el trabajo del gestor, asegurando de esta manera los derechos de los clientes respecto al cumplimiento de la normativa sobre información transparente y clara.

Calidad de Servicio al Cliente y al Canal

En un mercado tan competitivo como el asegurador, una de las claves de éxito es ofrecer los servicios con el máximo nivel de calidad y con el correcto equilibrio entre valor y precio. A través de los sistemas de gestión de calidad, y los instrumentos para conocer la percepción sobre la satisfacción del cliente, VidaCaixa Grupo aspira a lograr la máxima satisfacción de los más casi 3 millones de clientes mediante el excelente servicio prestado por todos los 864 empleados del Grupo.

Eficiencia

La dificultad del entorno económico, junto con la intensificación de la competencia en el sector asegurador, ha obligado a VidaCaixa Grupo a mantener el esfuerzo por optimizar los recursos, que a su vez permiten disminuir precios, ofreciendo un servicio competitivo al cliente.

La estricta política de contención y racionalización de los costes ha permitido incrementar la eficiencia del negocio. El esfuerzo de reducción del gasto ha sido compatible con los objetivos de crecimiento, rentabilidad y el mantenimiento de la posición de liderazgo de VidaCaixa Grupo.

Productos disponibles a través de Línea Abierta de CaixaBank en 2011 y acciones que se pueden realizar		
Vida	Vida Familiar	• Desistimiento (30 primeros días) • No renovación a vencimiento • Declaración de siniestros vía formulario
	Seviam Abierto (novedad 2011)	
	Seguro convenios	• Modificar número asegurados
Ahorro	Libreta Futuro Asegurado	• Realizar aportaciones extraordinarias • Desistimiento (30 primeros días) • Solicitud de rescate total
	Plan Ahorro Asegurado (PIAS)	
Planes	Individuales (novedad 2011)	• Realizar aportaciones • Traspasos internos entre planes • Traspasos externos de otras entidades • Acceso a simulador fiscal de aportaciones • Asesor on-line • Catálogo de planes
	PPA largo plazo (novedad 2011)	
	Pymes (promoción conjunta)	
	Planes asociados	
	Empresas (planes de empleo)	• Además de las anteriores, consulta especial para Comisiones de control



VidaCaixa Grupo participa de forma activa en organizaciones que promueven el aseguramiento y la previsión social

VidaCaixa Grupo cree firmemente en la integración en la estrategia de aquellos factores que van más allá de los aspectos económicos y financieros y que guardan relación con la inversión socialmente responsable (ISR), con la medición, gestión y seguimiento de los distintos riesgos a los que potencialmente el negocio de VidaCaixa Grupo está expuesto y con el incremento de la posición de solvencia.

La complejidad, variabilidad e inestabilidad del entorno actual exige una gestión prudente y solvente del negocio, optimizando la relación entre rentabilidad y riesgo, para garantizar tres objetivos clave: mantener el crecimiento de forma sostenida, asegurar la fortaleza financiera del Grupo y aumentar los resultados para sus grupos de interés.

Gestión del riesgo

La gestión de los riesgos propios de la actividad aseguradora es un factor que VidaCaixa Grupo tiene integrado en su estrategia y su gestión.

Entre los principales riesgos a los que hace frente el Grupo cabe mencionar por un lado el riesgo de crédito, el riesgo de mercado, el riesgo de balance, el riesgo de liquidez, el riesgo operacional, el riesgo de cumplimiento normativo y el riesgo reputacional. Adicionalmente, el Grupo gestiona los riesgos demográficos o actuariales, que están asociados con el cambio demográfico, con los hábitos de la población y particularmente con el envejecimiento de la población, tema de especial relevancia en nuestro entorno.

La gestión de los riesgos en VidaCaixa Grupo tiene como objetivo optimizar la relación rentabilidad-riesgo con la identificación, medición y valoración de los riesgos para su consideración en todas las decisiones de negocio, preservando la calidad del servicio para los clientes.

VidaCaixa Grupo dispone de políticas y operativas para la identificación, medición y control de los riesgos inherentes a su actividad y negocios.

La gestión del riesgo corresponde a toda la organización, si bien el Consejo de Administración de VidaCaixa Grupo es el órgano máximo que determina la política de riesgo del Grupo y la alta dirección de la compañía es la responsable de su implementación. En este sentido, cada área operativa es responsable de diseñar y aplicar los controles adecuados para los riesgos asumidos en sus actividades. Asimismo, se ha constituido un departamento compuesto por tres personas que dedica sus esfuerzos a la coordinación e impulso de esta política así como para la implantación de Solvencia II.

En 2011, VidaCaixa Grupo ha continuado con el proceso puesto en marcha en años anteriores de mejora de la gestión del riesgo, perfeccionando las herramientas y técnicas para su medición, seguimiento y control, en línea con la actuación desarrollada por CaixaBank en este ámbito.

Todos los riesgos y controles identificados están documentados y son accesibles de forma segura y eficiente a través de la aplicación informática de gestión de riesgos.

Entre las nuevas medidas puestas en marcha destacan:

- La actualización del mapa de riesgos que permite identificar y valorar todos los riesgos asumidos en todos los procesos de VidaCaixa, priorizando la aplicación de controles internos efectivos en función de la importancia e incidencia de dichos riesgos. El proceso de seguimiento y control se lleva a cabo como mínimo una vez al año y adicionalmente cada vez que se producen cambios relevantes.
- La participación en las peticiones de información realizadas por la European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA), órgano asesor independiente del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea, tanto sobre borradores normativos, como sobre gestión de riesgos del sector y temas como por ejemplo, la exposición al riesgo de deuda soberana.

En 2011 VidaCaixa ha continuado implementando nuevas medidas, herramientas y metodologías para la gestión del riesgo

Principales sistemas de control y gestión de los riesgos identificados en VidaCaixa Grupo

Riesgo operacional:

- Desarrollo y actualización constante de un mapa de riesgos operacionales para inventariar, categorizar y priorizar los riesgos identificados.
- Elaboración y adaptación de normativas y procedimientos internos para homogeneizar y unificar criterios con el fin de garantizar un nivel adecuado de control interno en los procesos desarrollados.
- Implementación de sistemas de control automatizados para el control de los riesgos de registros de datos.
- Implantación de sistemas de control de gestión para mantener una supervisión continua de las magnitudes económico financieras, de los objetivos estratégicos y presupuestarios, que permita corregir desviaciones que afecten al cumplimiento de la planificación.
- Análisis del impacto en los resultados y en el patrimonio de las inversiones, en nuevos productos o en nuevas líneas de negocio.
- Segregación de funciones entre la gestión de las carteras de inversión y el “back office” cuya función es confirmar las operaciones.
- Implantación de sistemas de control de los riesgos de las inversiones y la liquidez.
- Desarrollo de sistemas de control del casamiento de activos y pasivos y cumplimiento de la normativa reguladora.

Riesgo de crédito:

- Definición y seguimiento de la calificación crediticia de las carteras de inversión, considerando los riesgos asociados a largo plazo y a corto plazo, en base a escalas de rating de mayor calidad.

Riesgo de mercado:

- Cálculo periódico del riesgo de mercado mediante metodología Valor en Riesgo (VaR), para las carteras sujetas al cálculo del Valor Liquidativo de la participación, definido como la pérdida máxima esperada con un horizonte temporal de un día y con el 95% de confianza, por variaciones del tipo de interés, el tipo de cambio o el valor de la renta variable.
- Análisis de la contribución al VaR -VaR marginal- de ciertos activos que pueden contribuir a controlarlo o a potenciarlo.

Riesgo técnico o de suscripción:

- Elaboración de un cuadro de mando técnico para mantener actualizada la visión sintética de la evolución técnica de los productos.
- Definición y seguimiento de la política de suscripción, de tarificación y de reaseguro.



Gestión de las inversiones

Un año más, VidaCaixa Grupo ha asumido el objetivo de promover activamente los principios de inversión responsable entre sus clientes, proveedores y gestores de inversión

VidaCaixa Grupo es consciente del impacto positivo que tienen las prácticas responsables respecto a cuestiones ambientales, sociales y de buen gobierno (ESG) sobre las carteras de inversión. En este sentido, el Grupo cumple en todas las inversiones con los principios de inversión responsable (PRI) de Naciones Unidas y tiene en consideración las prácticas responsables en base a los criterios ESG, en el análisis de sus inversiones.

VidaCaixa Grupo fue en 2009 la primera entidad española en adherirse de manera global al PRI, como aseguradora de vida y gestora de planes de pensiones, de manera que todas sus inversiones cumplen con estos criterios.



La compañía cuenta con un procedimiento interno así como con un manual de procedimientos refrendado por el Comité de Dirección de VidaCaixa Grupo, cuyo objetivo es asegurar que todas las inversiones que realiza la compañía sean analizadas bajo estos criterios. Quedan excluidos de este análisis, por falta de cobertura del mercado y por las características de la misma, la deuda emitida

por agencias y organismos supranacionales, y la emitida y garantizada por los gobiernos. Asimismo, se han excluido las cédulas y titulaciones hipotecarias debido a la naturaleza propia del producto.

Para el cumplimiento de los criterios ESG se instrumenta un proceso distinto dependiendo de si se trata de un fondo de inversión o un activo de renta fija (ver cuadro).

Asimismo, VidaCaixa asume el objetivo de promover activamente los principios de inversión responsable entre sus clientes, proveedores y gestores de inversión.

En atención a las necesidades de los clientes, por ejemplo, se han diseñado indicadores específicos para el seguimiento de los criterios ESG para el fondo de pensiones de los empleados de la Generalitat de Catalunya y se ha contribuido a dar respuesta al cuestionario PRI correspondiente al fondo de pensiones de los empleados de “la Caixa”.

A lo largo de 2011 se han realizado diversas sesiones de formación a clientes actuales y potenciales del segmento de empresas e instituciones públicas en las que se explican los criterios de inversión socialmente responsable utilizados en la gestión por parte de VidaCaixa.

Además, en el marco de la IV edición del Foro de comisiones de control de planes de pensiones de empleo, promovido por el plan

Aplicación en el proceso de gestión de inversiones de VidaCaixa

Fondos de inversión:

En fondos de inversión se realiza un cuestionario “due diligence”, a través del cual se verifican los criterios ESG que aplica el equipo gestor del correspondiente fondo. Además de preguntar sobre los aspectos económicos, sociales y de buen gobierno, se incluyen también criterios de exclusión, como la no inversión en empresas armamentísticas. El cuestionario se completa antes de la decisión de inversión y se solicita anualmente una actualización. Semestralmente se realiza una consolidación de los títulos para verificar que las empresas que forman parte de la cartera cumplen con los criterios ESG de VidaCaixa Grupo. En el supuesto de identificar alguna empresa que no cumple con estos criterios se comunica a la gestora y se realiza el seguimiento. Generalmente, las gestoras deciden vender pero, en aquellas ocasiones en las que no se ha ejecutado la orden de venta, VidaCaixa Grupo opta por vender la posición en el fondo de inversión. Concretamente, en 2011, VidaCaixa Grupo vendió posiciones en tres empresas del sector energético.

Activos de Renta Fija:

En la renta fija privada, previo al proceso de decisión de ejecutar la orden de inversión, se contrasta si el emisor del activo está incluido en algún índice de sostenibilidad. En caso afirmativo, se considera el cumplimiento de criterios ESG por parte de la inversión y, si no forma parte de ningún índice de sostenibilidad, se revisa la información secundaria publicada por la empresa, como los informes de sostenibilidad, con el objetivo de identificar evidencias de que cumple con dichos criterios. Este proceso se completa con una periodicidad semestral realizando un contraste de toda la cartera de renta fija. Asimismo, se trata de un procedimiento totalmente trazable y auditable.

La inversión institucional sigue siendo mayoritaria en la ISR

De acuerdo con el "Observatorio de la Inversión Responsable 2011", publicado por el Instituto de Innovación Social de ESADE, del total de capital gestionado en España bajo criterios ISR, el 99% correspondía a inversión institucional, fundamentalmente concentrada en fondos de pensiones de empleo. En el mercado de particulares, dichos fondos sólo representaban un 1% del capital gestionado bajo dichos criterios, una magnitud comparativamente muy inferior a la de otros países europeos.

Acceso al Observatorio de la Inversión Responsable 2011 de ESADE http://itemsweb.esade.es/wi/research/iis/publicacions/2011-12_OISR2011-web.pdf

Un 45% de los asistentes a la IV edición del Foro de comisiones de control de planes de pensiones de empleo respondió afirmativamente a la pregunta de si aceptarían una rentabilidad a corto plazo inferior a la del mercado, si estuviese justificado por una política activa de su gestora en ISR

de pensiones de los empleados de "la Caixa" y patrocinado por VidaCaixa Previsión Social, se ha abordado la inversión socialmente responsable (ISR). Ante la pregunta a los asistentes de si aceptarían una rentabilidad a corto plazo inferior a la del mercado que estuviera justificada por una política activa de su gestora en ISR, el 45% respondió afirmativamente. En el turno de debate, la principal conclusión fue que, si bien las ISR son inversiones de interés, no cuentan en la actualidad con los instrumentos financieros para que las grandes gestoras puedan destinar sus recursos a dichas inversiones.

Todos estos avances de VidaCaixa Grupo están recogidos en su primer informe de progreso del PRI en el que se da cuenta sobre el desempeño en la aplicación de dichos principios.

Solvencia

VidaCaixa Grupo lleva a cabo una gestión solvente y para ello tiene en cuenta la prudencia, la responsabilidad y la eficacia, situándose en niveles de reservas por encima del nivel legal exigido. En 2011, VidaCaixa Grupo ha incrementado 8 puntos porcentuales el margen de solvencia hasta situarlo en el 190%, muy por encima del requisito legal exigido.

Este compromiso con la gestión responsable y la sostenibilidad forma parte de la historia centenaria de "la Caixa", cuando emitió la primera libreta de pensiones en nuestro país.

El liderazgo de VidaCaixa Grupo en previsión social complementaria va más allá de la propia gestión responsable y sostenible de la actividad. El Grupo participa activamente en

iniciativas que promueven la solvencia entre las compañías aseguradoras. La entrada en vigor de la nueva normativa de Solvencia II, prevista para el 1 de enero de 2014, va a suponer un cambio significativo en la gestión de las compañías aseguradoras, debido a que modificará el marco de supervisión y de requisitos de capital de las compañías. La nueva normativa obligará a disponer de sistemas de evaluación del nivel de capital en función de su perfil de riesgo. Los supervisores revisarán la calidad de los procedimientos aplicados internamente y, en caso de insuficiencia de recursos propios, podrán exigir un nivel de capital superior. Solvencia II, por tanto, vincula la gestión global de riesgos con el nivel de fondos propios requeridos.

Entre las iniciativas en las que VidaCaixa Grupo ha participado en 2011 en este ámbito destacan:

- El avance en el proceso de prevalidación del modelo interno de gestión del riesgo por parte de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, en cuyo marco se continúa trabajando para la mejora del diseño y calidad del modelo interno de gestión del riesgo.
- La participación en el test de estrés europeo impulsado por la EIOPA.
- La participación en los grupos de trabajo a nivel sectorial de UNESPA, la patronal del sector asegurador, y de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones para el desarrollo del Proyecto Solvencia II. Cabe destacar la involucración activa en el grupo de trabajo para el desarrollo de mejoras y soluciones para el tratamiento de los productos de ahorro con garantías a largo plazo.

Como resultado de la gestión prudente y sostenible del negocio, VidaCaixa Grupo ha continuado incrementando su nivel de solvencia hasta situarlo en el 190%

VidaCaixa Grupo desarrolla una importante función social, concediendo una gran importancia al desarrollo de la cultura financiera de los ciudadanos

VidaCaixa Grupo con el entorno

El compromiso social de VidaCaixa Grupo se canaliza en primer lugar a través de la propia actividad de aseguramiento y previsión social.

VidaCaixa Grupo centra sus esfuerzos en los siguientes cuatro ejes de actuación:

- La difusión social de la importancia de la previsión y del aseguramiento, con el objetivo de contribuir a la generación de una cultura a favor del ahorro para la jubilación y la previsión.
- La aportación indirecta a la Obra Social “la Caixa” a través de la actividad aseguradora de VidaCaixa Grupo y su contribución al resultado de CaixaBank.
- La implicación de los empleados de VidaCaixa Grupo con el entorno.
- El desempeño responsable con respecto al medio ambiente.

Contribución a la generación de una cultura del ahorro y la previsión

Como líder en el mercado de previsión social complementaria, VidaCaixa Grupo concede

gran importancia al desarrollo de la cultura financiera de los ciudadanos y a la difusión de la conciencia en relación con la necesidad de ahorro y la previsión.

Así, a lo largo de 2011, se han realizado las siguientes actividades:

- **IV Foro de Comisiones de Control.**
Con la colaboración del diario económico Expansión más de 300 asistentes participaron en la cuarta edición del foro, que se estructuró en base a tres temas: la reforma de las pensiones, la inversión socialmente responsable y la gestión de inversiones en planes de pensiones. Los asistentes, entre los que figuraban miembros de comisiones de control de planes de pensiones, representantes de empresas, organizaciones patronales y sindicatos, debatieron en la primera sesión sobre los cambios del modelo de bienestar y los retos a los que se enfrenta el sistema público de pensiones.

La segunda sesión abordó el tema de la Inversión Socialmente Responsable -ISR-, donde se habló de las distintas tipologías de inversiones ligadas a la ISR, así como de la posibilidad de invertir en empresas de capital riesgo que tengan en cuenta en sus proyectos los impactos sociales de los mismos.

La tercera sesión trató del tema de la gestión de inversiones en planes de pensiones. Se discutió sobre la necesidad de llevar a

Un 73% de los asistentes al IV Foro de Comisiones de Control manifestó que la reforma del sistema de pensiones era un primer paso, pero que requerirá de ajustes futuros



Clausura del IV Foro de Comisiones de Control, con Albert Carreras, secretario de economía y finanzas de la Generalitat de Catalunya, y Tomás Muniesa, Vicepresidente ejecutivo-Consejero Delegado de VidaCaixa Grupo

VidaCaixa Grupo ha promovido el diálogo con los grupos de interés a través de múltiples foros y encuentros, contando con la participación de sus profesionales

cabo una gestión con un mayor seguimiento de los índices fundamentales y evitar así, las fluctuaciones de los índices de mercado. También se subrayó la necesidad de que el partícipe pueda decidir libremente sobre sus inversiones destinadas a dar cobertura a su jubilación.

• **Jornada “La reforma de las pensiones públicas: impacto en la empresa”.**

Con motivo del acuerdo alcanzado por el Gobierno, la Patronal y los Sindicatos y la entrada en vigor de la reforma de las pensiones públicas, que generará impactos tanto en materia de previsión social, como en las políticas de gestión de pensiones, VidaCaixa Previsión Social, junto con Mercer y la Asociación para el Progreso de la Dirección -APD- organizaron una serie de encuentros en Madrid, Barcelona, Santiago de Compostela y Valencia con un gran éxito de convocatoria, con más de 800 asistentes.

• **Info VidaCaixa Previsión Social**, el boletín informativo periódico de VidaCaixa Previsión Social, cuenta con artículos y entrevistas a expertos y clientes y tiene como objetivo difundir la cultura y los beneficios de la previsión social entre el colectivo de empresas.

• Acciones de información y formación con comisiones de control de planes de pensiones colectivos, con la asistencia de un total de 14 empresas.

• También cabe destacar el impulso realizado, en colaboración con CaixaBank, para difundir los beneficios de la previsión social complementaria entre el colectivo de empresas cliente de CaixaBank -CaixaEmpresa-, me-

dante presentaciones presenciales y comunicaciones en la newsletter Info CaixaEmpresa.

• Acciones proactivas con los medios de comunicación para dar a conocer la evolución de VidaCaixa Grupo. En 2011, la Compañía ha emitido 13 notas de prensa sobre cifras de negocio, nuevos productos y posiciones en rankings sectoriales. VidaCaixa Grupo ha tenido un fuerte impacto en los medios con 626 noticias publicadas.

• VidaCaixa Grupo ha invertido en la formación del sector y en la investigación, colaborando con la Fundación Auditorium del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona, un centro de formación continuada en materia de seguros.

• Por último, VidaCaixa Grupo ha continuado fomentando la participación activa de sus directivos y responsables en instituciones, eventos y publicaciones relacionados con el sector asegurador entre los que destacan:

- XVIII Encuentro del sector asegurador con la participación de Tomás Muniesa como ponente bajo el título “Presente y futuro del seguro español gestionando en tiempos de crisis”.
- La perspectiva del seguro y la economía para el año 2011, con la participación de Mario Berenguer, organizada por ICEA.
- El dossier de gestión de personas de la revista Corresponsables.
- La participación en el Observatorio sobre el futuro de las pensiones de El Economista.
- La colaboración con Unespa en la presentación de la compañía a una delegación del gobierno de Estonia.
- La Semana del Seguro, organizada por INESE.



Jornada “La reforma de las pensiones públicas: impacto en la empresa”

- Encuentro de responsabilidad corporativa en EADA, con la asistencia de Ramón Godínez, director del área de recursos humanos de VidaCaixa Grupo.
- Jornada de Innovación en seguros, con la participación de José Antonio Iglesias con la ponencia "La diferenciación a través de la innovación".
- Ponencia Internet Estrategias, donde José Antonio Iglesias desarrolló la conferencia "Estrategias de marketing por internet en VidaCaixa Grupo".
- Conferencia "Bancaseguros: Después de la Consolidación Basilea III / Solvencia II. Cómo afecta el proceso de concentración y de mayor consumo de capital a la actividad bancoaseguradora" de José Antonio Iglesias.
- Workshop de Banca Personal, con la participación de Antonio Trueba.

Asimismo, VidaCaixa Grupo colabora de forma activa en diversas instituciones cuyo objetivo es promover el avance del aseguramiento y la previsión social a nivel sectorial, empresarial y social.

- UNESPA (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras): asociación empresarial del seguro que representa a más de 250 entidades sectoriales en nuestro país.
- INVERCO: asociación que agrupa a la práctica totalidad de las Instituciones de Inversión Colectiva Españolas, a los fondos de pensiones españoles y a las instituciones de inversión colectiva extranjeras registradas en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.
- Investigación Cooperativa de Empresas Aseguradoras y Fondos de Pensiones (ICEA):

asociación a la que pertenece VidaCaixa Grupo, junto con otras entidades aseguradoras españolas, que tiene como objetivo el estudio de materias relacionadas con el seguro.

- Genève Association: organización que difunde la importancia del sector asegurador en la economía a través de la investigación y que agrupa a los presidentes y consejeros delegados de las 80 principales entidades aseguradoras mundiales.
- Edad & Vida: organización sin ánimo de lucro que tiene por objeto la mejora de las condiciones de vida de las personas mayores.
- Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) Zona Mediterránea: creada para la formación e información de directivos y cuyo fin principal es promover el intercambio de ideas y conocimientos entre los directivos del tejido empresarial español.

La aportación de VidaCaixa Grupo a la Obra Social de "la Caixa"

La contribución que VidaCaixa Grupo realiza al resultado de CaixaBank ha permitido colaborar de forma indirecta, a través de dividendos y comisiones, con la labor que lleva a cabo la Obra Social de "la Caixa", a través del desarrollo de programas sociales, programas medioambientales y ciencia, programas culturales y programas de educación e investigación. En 2011, el presupuesto de la Obra Social de "la Caixa" se mantuvo en los 500 millones de euros, a pesar de la desfavorable coyuntura económica.

VidaCaixa Grupo participa de forma activa en organizaciones que promueven el aseguramiento y la previsión social



Colaboración de VidaCaixa con la Fundación Edad & Vida

Retorn ha continuado con su actividad en 2011 colaborando en 18 iniciativas de organizaciones sociales y medioambientales y con una participación de 904 personas

La implicación de los empleados con el entorno

En el año 2011, la iniciativa Retorn se ha mantenido entre los empleados de VidaCaixa Grupo, convirtiéndose en el principal instrumento para canalizar la colaboración con el entorno social y ambiental.



A través de Retorn, 904 participantes han colaborado en 2011 en 18 iniciativas que se enmarcan en los ámbitos social, medioambiental y en el de los intereses de los empleados. A través de Retorn se ha realizado este año una aportación económica de 59.846 euros a dichos proyectos, cantidad que supone un 16% más que en 2010.

En el ámbito social, las acciones desarrolladas por Retorn se han vehiculado a través de la colaboración directa con entidades y la organización de eventos para recaudar fondos que posteriormente se han destinado a

causas relacionadas con la protección de la infancia, así como en la salud de la mujer, tanto en nuestro país como en países en desarrollo. Los principales proyectos en 2011 han sido los siguientes:



- La colaboración de Retorn con GAVI Alliance y la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil a través de una aportación económica de 10.000 euros.
- Diversas acciones para recoger juguetes, alimentos y artículos de aseo para familias con escasos recursos, canalizados a través de comedores sociales, centros de día y centros abiertos educativos.
- VidaCaixa Grupo aportó 48 cajas con alimentos básicos al “Gran Recapte d’Aliments a Catalunya” organizado por el Banc dels Aliments y la Obra Social de “la Caixa” en noviembre de 2011.



Organizaciones con las que VidaCaixa Grupo ha colaborado

- Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil
- Cruz Roja
- Centro de Acogida María Reina
- Fundació Comtal
- Payasos sin Fronteras
- Comedor social de las Hermanas de la Caridad.
- ONG Mujeres Burkina
- Colabora Birmania
- Orfanato Song Ba de Burkina Faso
- Fundación Síndrome de Down
- Coopera-Jóvenes para el desarrollo
- Orfanato de Belén en Guadalajara
- Diversas organizaciones medioambientales

- Programa de microcréditos para que las mujeres emprendedoras de Burkina Faso puedan poner en marcha sus propios negocios.
- Colaboración con el programa de la Fundación Síndrome de Down del País Vasco, consistente en la puesta en marcha de un proyecto de actividades multideportivas con el objetivo de fomentar la autonomía de niños entre 8 y 12 años de este colectivo, a través de la práctica del deporte. Tras el éxito de la primera fase se ha planteado la continuidad del proyecto hasta junio de 2012.
- Iniciativas para recaudar fondos a través de actividades deportivas en las que han participado los empleados y que se han destinado a la creación de un pozo en un orfanato de Burkina Faso, y la lucha contra el cáncer femenino, entre otras causas.
- Programa de escolarización de niños y concesión de microcréditos a mujeres birmanas desplazadas a Tailandia.

En el entorno ambiental, los empleados han desarrollado tres iniciativas que se han centrado en eventos para la recaudación de fondos a través de actividades deportivas. El beneficio obtenido se ha destinado a proyectos vinculados a temas medioambientales de diversas organizaciones, como por ejemplo la reconstrucción de caminos en bosques en el Pirineo, o actividades de repoblación forestal.



Respeto por el medio ambiente

VidaCaixa Grupo integra los aspectos medioambientales en la gestión de todas las inversiones que realiza.

Para ello, asume los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas (PRI), que también contemplan aspectos específicamente relacionados con el medio ambiente. Asimismo, explicita su compromiso con el entorno y alinea a toda la organización con dicho objetivo a través de su código ético y a través de su adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas se compromete con el cumplimiento de los principios 7, 8 y 9 relacionados con el medio ambiente.

Además a través de su actividad diaria y de los comportamientos de sus empleados, el Grupo se alinea con los objetivos de optimizar el consumo de recursos naturales, reducir la generación de residuos y mejorar la segregación de recursos para su posterior reutilización.

Por último, VidaCaixa Grupo trata de extender el compromiso con el medio ambiente a través de múltiples iniciativas al resto de sus grupos de interés: empleados, clientes, accionista y sociedad.

Actuaciones desarrolladas

Si bien el impacto medioambiental de la actividad de VidaCaixa Grupo tiene una incidencia menor que otros sectores en el consumo de recursos y en la generación de residuos, el Grupo está totalmente comprometido con el

objetivo de mejorar su huella medioambiental. Para ello, la compañía centra sus iniciativas en los siguientes ejes de actuación:

- **Mejorar la eficiencia en el consumo de recursos naturales y reducir el consumo de CO₂.**

Desde hace años, VidaCaixa Grupo promueve una política activa de sustitución progresiva de los equipos informáticos y de impresión, que mejoran la eficiencia y el impacto sobre el medio ambiente. Asimismo, la instalación y el fomento de la realización de videoconferencias también limita las emisiones por reducción de desplazamientos.

- **Reforzar la comunicación y sensibilización ambiental a nivel interno.**

La influencia de actitudes y comportamientos responsables frente al medio ambiente por parte de los empleados es clave para conseguir mejoras en su impacto. En este sentido, VidaCaixa Grupo desarrolla, desde hace años, iniciativas de educación ambiental dirigidas a la totalidad de la plantilla. Estas iniciativas persiguen un buen uso del material de oficina y un consumo racional de la energía y del agua, a través de actuaciones como por ejemplo: la instalación de pulsadores dobles en los sanitarios y detectores de presencia, o la publicación en la intranet de catálogos de buenas prácticas medioambientales sobre uso de la energía, el agua y la impresión de documentos.

Para conocer en detalles estas iniciativas, consulte el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 de VidaCaixa Grupo. (http://www.vidacaixa-seguracaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/memoria_anual.html)



En 2011, VidaCaixa Grupo ha continuado con su plan medioambiental para reducir y minimizar el impacto ambiental

- Reducir la generación de residuos y fomentar la segregación de residuos para favorecer el reciclado y la reutilización.

VidaCaixa Grupo dispone de espacios para la recogida de materiales como pilas, envases y tóners en las diferentes plantas de los edificios centrales. Estos puntos funcionan como receptores de manera eficiente pues el material reciclado supera al consumido, debido a que los empleados los aprovechan para reciclar el consumo particular que realizan en su hogar.

- Avanzar en la optimización de la huella de carbono.

Este proceso se inició en 2009 con un cálculo aproximado de la situación de partida en cuanto a niveles de emisiones se refiere. VidaCaixa Grupo tiene como objetivo profundizar en el análisis de la huella de carbono, a través de la utilización de estándares para su medición, la formación del personal que lleve a cabo dicha medición, la creación de un protocolo para su medición sistemática, así como la evaluación y el control. Este proceso se retomará en 2012, una vez redefinido el perímetro de la compañía.

Todas estas iniciativas se han recogido en un Plan de medio ambiente, que marca el camino de las iniciativas a desarrollar en los próximos años y que se pondrá en funcionamiento en 2012.

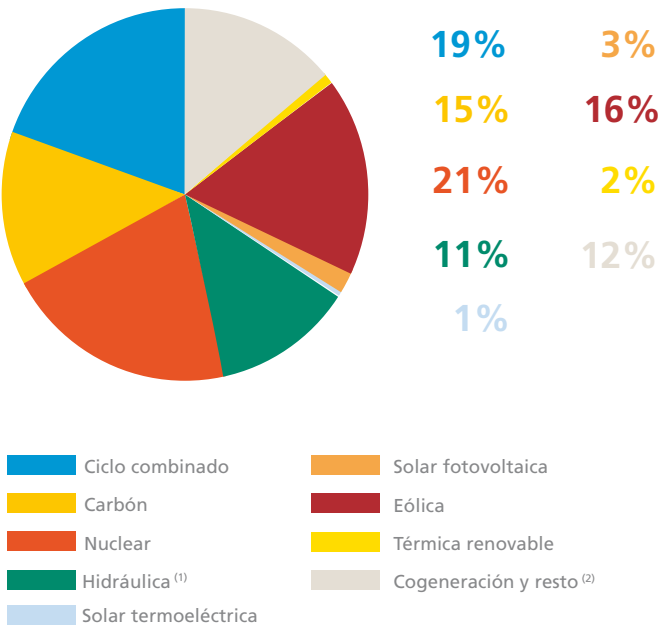
Consumo de energía

VidaCaixa Grupo está comprometida con la reducción del consumo energético y el nivel de emisiones de gases de efecto invernadero asociadas.

El consumo energético en 2011 ha alcanzado los 4.200 GJ, lo que ha supuesto un 24% más que en 2010. Esta variación se debe fundamentalmente al hecho de que el consumo energético está relacionado principalmente con los sistemas de climatización y con la superficie ocupada. En 2011, los servicios centrales de VidaCaixa Grupo han incrementado la superficie ocupada, debido al aumento de la plantilla, con cinco nuevas plantas dedicadas a oficinas y salas de reuniones.

El consumo energético por empleado se ha incrementado ligeramente de 4,2 GJ en 2010 a 4,9 GJ en 2011.

Cobertura de la demanda anual ⁽¹⁾



⁽¹⁾ No incluye la generación de bombeo. ⁽²⁾ Incluye térmica no renovable y fuel-gas.
Fuente: datos de Red Eléctrica.

Consumo interno	2010	2011
Agua		
Total agua consumida	2.495 m³	2.733 m³
Total agua consumida por empleado	3,1 m³	3,2 m³
Variación en el consumo de agua		8%
Energía (consumo directo desglosado por fuentes primarias)		
Total energía eléctrica consumida	3.390 GJ	4.200 GJ
Total energía eléctrica consumida por empleado	4,2 GJ	4,9 GJ
Variación en el consumo de energía eléctrica (%)		24%
Papel		
Total papel consumido	26 Tn	27 Tn
Total papel consumido por empleado	32 Kg	31 Kg
Variación en el consumo de papel (%)		6%
% de papel reciclado sobre total consumido	45%	41%

El consumo de papel por empleado ha disminuido ligeramente en 2011

El consumo relativo de agua por empleado se ha mantenido estable, debido fundamentalmente al esfuerzo de concienciación de la plantilla

Consumo de papel

Junto con el consumo de energía, el papel es el recurso que mayor peso tiene en la actividad de VidaCaixa Grupo. En 2011, el consumo de papel ha alcanzado las 27 toneladas, un 6% más que en 2010. Esta variación se debe también al aumento en el número de empleados de VidaCaixa Grupo. De hecho, si se observa el consumo por empleado, éste se ha reducido ligeramente, pasando de 32 kilos a 31 kilos. El volumen de papel reciclado sobre el total de papel blanco tradicional representa un 41%, 4 puntos porcentuales menos que en 2010. Revertir el consumo de papel a favor del papel reciclado es uno de los retos de la compañía de cara al futuro.

Consumo de agua

El consumo de agua en los centros y edificios de VidaCaixa Grupo proviene de la red muni-

cipal de aprovisionamiento. En 2011, el consumo total de agua ha alcanzado los 2.733 m³, lo que ha supuesto un 8% más que en 2010. El consumo relativo por empleado se ha mantenido estable, de 3,1 m³ en 2010, a 3,2 m³ en 2011.

Emisiones de CO₂

A partir del cálculo de la huella de carbono realizado en 2009, VidaCaixa Grupo ha continuado con su compromiso de desarrollar actuaciones que disminuyan el impacto sobre el medio ambiente. En este sentido, se ha seguido trabajando con el objetivo de reducir los costes económicos y ambientales asociados al transporte, potenciando el uso de la videoconferencia y se ha avanzado en el proceso iniciado en años anteriores, consistente en substituir el uso del avión a favor del ferrocarril, en el transporte de corta y media distancia.

Emisiones de CO ₂ (kg)	2011
Total transporte	320.600
Total viajes en avión	263.369
Total viajes en tren	57.231
Total electricidad	348.581
Total papel	36.099

La concienciación de la plantilla sobre la importancia de la gestión de los residuos queda patente en los comportamientos de los empleados al reciclar en el puesto de trabajo productos de consumo familiar como las pilas

Gestión de residuos

La apuesta por el reciclaje en VidaCaixa Grupo sigue en firme, poniendo a disposición de sus empleados puntos de recogida de residuos.

El total de papel reciclado se ha reducido un 3% en 2011. Este hecho se debe fundamentalmente a que cada vez se recibe menos documentación por valija, correo externo y correo certificado, como resultado de las mejoras en eficiencia llevadas a cabo por los departamentos de VidaCaixa Grupo. Estas dos causas tienen una incidencia directa en el papel que se genera como residuo.

Por el contrario, el total de plástico reciclado ha aumentado un 38%, los cartuchos de tóner recogidos han crecido en un 45%, los residuos de material RAEE (equipos eléctricos y electrónicos) han experimentado un crecimiento de un 69% y la cantidad de pilas recicladas ha aumentado un 6% respecto al mismo período de 2010.

Las variaciones no se deben tanto al consumo propio de la compañía sino a la variación de los residuos personales de los empleados, que los colocan también en estos puntos de recogida.

Recogida y tratamiento de residuos	2010	2011
Total papel (kg)	24.493	23.653
Total plástico (kg)	3.184	4.396
Total pilas (kg)	94	100
Total cartuchos de tóner (unidades)	224	325
Total material RAEE (Registro Nacional de Productores de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) (kg)	477	805



Gestión sostenible de la cadena de valor

La responsabilidad corporativa y la sostenibilidad están integradas en la estrategia de VidaCaixa Grupo y son transmitidas por parte de los empleados, a través de sus comportamientos que guían la relación con sus clientes y proveedores.

Satisfacción de los clientes

VidaCaixa Grupo sustenta el crecimiento y los excelentes resultados conseguidos en su amplia gama de productos y servicios de aseguramiento y previsión social, el asesoramiento personalizado, la gestión responsable de sus inversiones y la calidad de servicio que ofrece a sus 2,9 millones de clientes.

Entre las principales prioridades de VidaCaixa Grupo se sitúa conseguir la máxima satisfacción de los clientes. Para lograrlo, la compañía focaliza sus esfuerzos en ofrecer siempre un excelente servicio, un asesoramiento altamente profesional y un trato personalizado. En el caso de las oficinas de CaixaBank, esto se consigue, además, a través del contacto constante y continuado entre la plantilla de VidaCaixa Grupo y la red de oficinas a través de los diversos canales establecidos. Para el resto de canales y también clientes finales se establecen los diferentes indicadores que a continuación se detallan y que permiten monitorizar el nivel de calidad objetivo.

La medición de la calidad permite detectar oportunidades de mejora que se traducen en nuevas innovaciones y propuestas de valor para los clientes.

La gestión y medición de la calidad

VidaCaixa Grupo dispone de un sistema de gestión y certificación de la calidad implantado, que se basa en la norma ISO 9001 para la gestión de fondos y planes de pensiones de empleo.

Asimismo, el Grupo evalúa la satisfacción de sus clientes a través de multitud de indicadores que miden la calidad objetiva y de indicadores que cuantifican la percepción por parte de los clientes. Para VidaCaixa el objetivo de la calidad objetiva es realizar un control y seguimiento interno que asegure la calidad del servicio en todo aquello que el cliente por sí mismo no es capaz de percibir, pero asume como inherente a él al depositar su confianza en los profesionales. Mientras que el objetivo de la calidad percibida para el Grupo es mantener una línea de comunicación con clientes y canales para conocer su percepción sobre el servicio prestado y trabajar para incrementar su grado de satisfacción. Además, las valoraciones de satisfacción y calidad obtenidas se comparan con los resultados de otras compañías del sector asegurador.

Uno de los indicadores clave del servicio ofrecido a los clientes es el plazo de la gestión de las tramitaciones de los expedientes asociados a un siniestro de CaixaBank. Un año más, en 2011 se ha mantenido el compromiso permanente de VidaCaixa Grupo con la calidad de servicio ofrecida a sus clientes.

La satisfacción del cliente es monitorizada por VidaCaixa Grupo a través de instrumentos de medición de la calidad objetiva y de medición de la calidad percibida

VidaCaixa Grupo dispone de un sistema de gestión y certificación de la calidad ISO 9001 para la gestión de fondos y planes de pensiones de empleo

Plazo medio de tramitación de los expedientes en días	2010	2011
Seguros colectivos riesgo	1,7	1,3
Seguros colectivos ahorro	0,5	0,7
Seguros individuales vida-riesgo	1,7	2,0
Seguros individuales vida-ahorro	1,4	1,1
Gestión de peticiones de oficinas sobre gestión de prestaciones en seguros individuales y colectivos	0,6	0,9
Gestión de prestaciones y movilizaciones de planes de pensiones gestionados desde sevcios centrales	—	1,6

VidaCaixa Grupo es la compañía mejor valorada por los mediadores de seguros españoles

Valoración de la red de oficinas

La valoración de la red de oficinas de CaixaBank es clave para VidaCaixa Grupo. Por ello su nivel de satisfacción se monitoriza de manera exhaustiva y permanente, como principal canal de venta de la compañía.

Así, se realizan encuestas de satisfacción a las oficinas de CaixaBank para valorar la calidad de los proveedores internos a través del análisis de tres aspectos:

- 1. La calidad percibida a través de encuestas de satisfacción en las oficinas de la red comercial.
- 2. La calidad objetiva –que valora aspectos de la creación e implementación de los productos y el servicio ofrecido a oficinas.
- 3. Las sugerencias y la valoración del servicio del Call Center.

En 2011, la satisfacción de la red de oficinas de “la Caixa” ha alcanzado una puntuación de 125 sobre un máximo de 148. La valoración de la calidad percibida por la red de oficinas de CaixaBank de los servicios ofrecidos

por VidaCaixa Grupo se ha mantenido estable y en un alto nivel con respecto a 2010. Por otro lado, la valoración de la calidad objetiva y el soporte del contact center, han aumentado con respecto al ejercicio anterior.

Valoración del segmento colectivo y de los mediadores

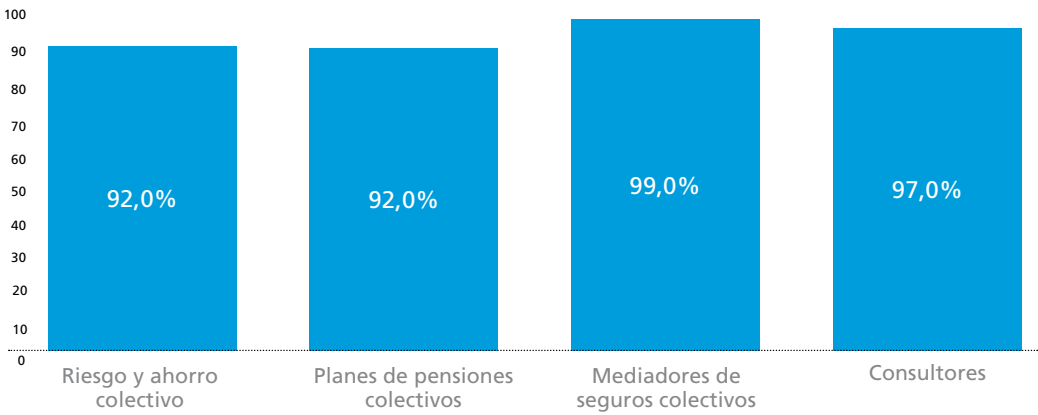
En 2011 se han realizado un total de 724 encuestas al colectivo de empresas y profesionales, un 1,5% más que en el mismo periodo del año anterior, lo que evidencia el esfuerzo de VidaCaixa Grupo por conocer las inquietudes de sus clientes en el negocio de empresas.

Los datos de las encuestas de satisfacción muestran que la percepción de calidad del servicio ha continuado siendo muy alta en los productos de riesgo y ahorro, con una valoración en 2011 del 95,4%, por encima del 94,9% correspondiente al año anterior. La valoración de la satisfacción de los planes de pensiones se ha mantenido alta, a pesar del leve descenso recogido -ha disminuido al 94,4% en 2011 frente al 95,8% de 2010. Esta buena valoración viene

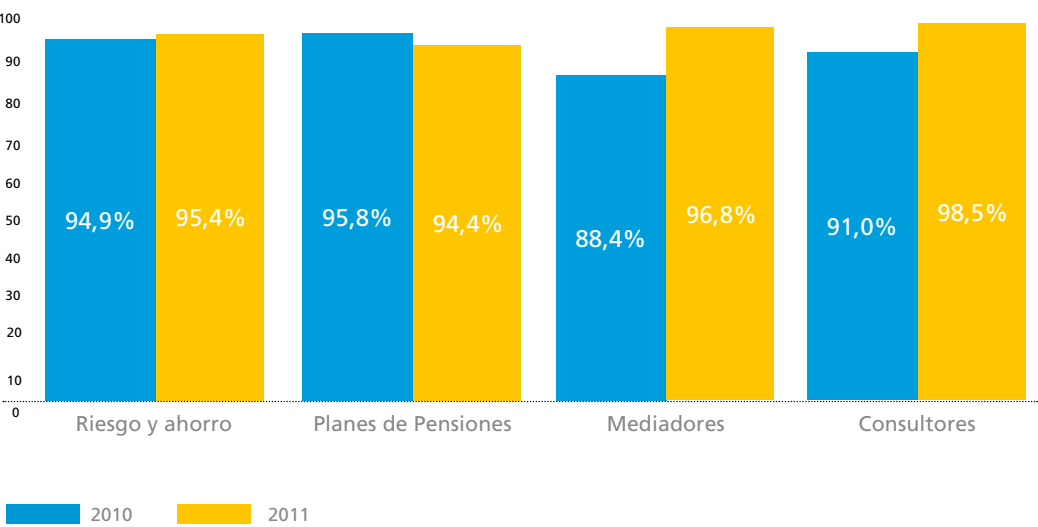
Nº de encuestas de satisfacción realizadas por VidaCaixa Previsión Social	Periodicidad	2010	2011
Riesgo y ahorro (cliente directo)	Anual	259	259
Planes de pensiones (Comisiones de control)	Anual	179	179
Mediadores	Anual	227	238
Consultores	Anual	48	48
Total		713	724



Porcentaje de recomendación del servicio de VidaCaixa Grupo



Resultados de las encuestas de satisfacción global



contrastada por la prescripción de estos colectivos de clientes a la hora de recomendar a un tercero la contratación de los productos de aseguramiento y previsión social de VidaCaixa. En este sentido, cabe mencionar que un 86,5% de los clientes que tienen contratados productos de previsión social, y un 92,0% de los clientes que han contratado planes de pensiones, o bien seguros de riesgo y ahorro recomendarían a un tercero la contratación de los productos de VidaCaixa Grupo.

También se mide la satisfacción de los mediadores y consultores que distribuyen en este segmento los productos de VidaCaixa Previsión Social. En este sentido, destaca la mejora en la valoración en 8,4 puntos para

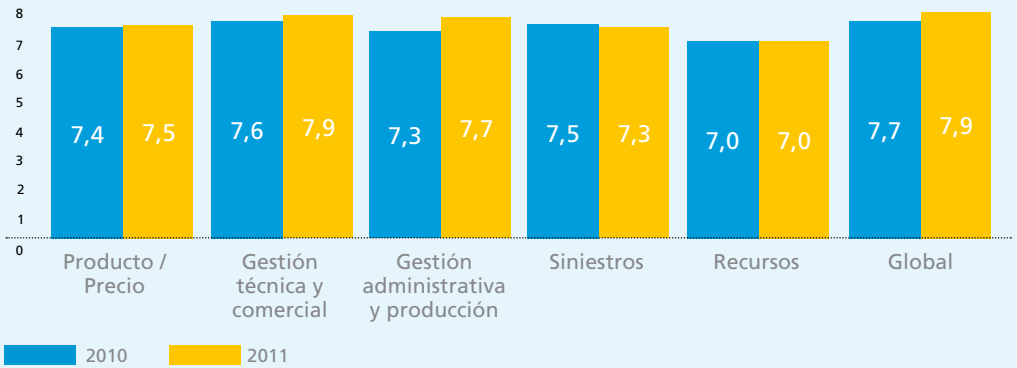
mediadores y de 7,5 puntos en consultores, con respecto al ejercicio anterior situándose la satisfacción global en niveles muy altos del 98,5% en consultores y del 96,8% en mediadores. En ambos casos, tanto los mediadores como los consultores, manifiestan un alto poder de prescripción de los productos de VidaCaixa Grupo. El nivel de recomendación en el caso de los mediadores de seguros colectivos se alcanza el 99,0% y en el caso de los consultores llega al 97,0%.

Por último, los elevados niveles de satisfacción percibida se contrastan con los resultados de dos estudios de calidad -Barómetro ADECOSE 2011 y Willis Quality Index 2011- en los que ha participado VidaCaixa Grupo junto con otras empresas del sector.

Barómetro ADECOSE 2011. VidaCaixa Grupo, la compañía mejor valorada por los mediadores españoles

El barómetro de la Asociación Española de Corredurías de Seguros (ADECOSE) recoge la opinión de profesionales de corredurías de seguros sobre las principales compañías aseguradoras en España. La satisfacción de los encuestados con VidaCaixa ha aumentado hasta el 7,9 sobre 10 (0,3 puntos más que en 2010). En comparación, la valoración global de todas las compañías fue de 6,8 (0,3 puntos menos que en 2010). VidaCaixa destaca en 19 de los 20 aspectos que se evalúan en la encuesta. Si se analiza en detalle los ramos de negocio, vida-riesgo-accidentes obtienen un 8,4 y, vida-ahorro-pensiones, un 8,3.

Satisfacción pormenorizada. Barómetro ADECOSE



Los resultados logrados por VidaCaixa Grupo en el Willis Quality Index 2011 sitúan a la compañía globalmente por encima de la media del sector

Willis Quality Index 2011 (WQI)

El WQI recoge la opinión de los asociados a Willis en todo el mundo sobre aspectos relacionados con el desarrollo de los servicios de seguro y reaseguro de unos 350 grupos empresariales. Los datos se recogen dos veces al año y las cuestiones que se plantean abarcan diversos aspectos o áreas funcionales, como la contratación, las reclamaciones o el servicio recibido.

Los resultados de VidaCaixa la sitúan globalmente por encima de la media en todos los aspectos concretos analizados: contratación de productos, política de administración y servicio ofrecido al cliente.

Willis es una empresa multinacional que desarrolla servicios profesionales de seguros y reaseguros, gestión de riesgos, consultoría financiera y de recursos humanos a empresas, entidades públicas e instituciones en todo el mundo.

Atención al cliente

Contact Center

Los clientes y canales de venta de VidaCaixa Grupo pueden canalizar sus peticiones a través de una plataforma multicanal y multicontacto.

En 2011, el número de llamadas recibidas en el Contact Center ha sido de más de 1 millón procedentes de los clientes y las oficinas de CaixaBank y AgenCaixa.

Cartas al director

Las cartas al director son una de las vías de comunicación que el cliente de VidaCaixa que ha contratado los productos a través de CaixaBank, dispone para hacer llegar su opinión –incluidas sus quejas o reclamaciones–. En 2011, se han recibido un total de 122 cartas al director.

Los principales motivos de insatisfacción están asociados a los planes de pensiones y, concretamente,

al impacto de la coyuntura económica, las condiciones de rescate de los mismos y la variación de los niveles de rentabilidad.

Todas las cartas, procedentes de oficinas de CaixaBank o directamente de VidaCaixa, son registradas y organizadas según la tipología de carta y el producto al que va dirigido. Las cartas cuyo contenido no es propio de la compañía no son admitidas. El resto son analizadas para identificar los motivos de queja o sugerencias y, si procede, establecer mejoras en el servicio.

En todos los casos las cartas obtienen respuesta. Se ha reducido de forma significativa el tiempo de respuesta a 1,9 días, uno menos que en 2010, lo cual pone de manifiesto el esfuerzo de la organización por mejorar la calidad del servicio y la atención al cliente. Cabe tener en cuenta que el tiempo máximo establecido para responder es de 7 días.

Todas las cartas al director recibidas son respondidas, en un tiempo medio de respuesta de 1,9 días

Cartas al director			N° Reclamaciones 2011		Var. vs 2010
Tipo	2010	2011			
Reclamaciones	69	91	⇒	Planes de pensiones	59 +16
Sugerencias	1	0		Vida-riesgo	24 +3
Otros	19	29		Vida-ahorro	8 +3
Informativas	0	2			
Total	89	122			

Distribución de las llamadas recibidas en el Contact Center por producto

Servicio	Total
Agrario	16.476
Colectivos	18.783
Pensiones	339.367
Vida-ahorro	85.904
Vida-riesgo	121.999
Total	1.146.275



En 2011 se han canalizado 52.848 consultas procedentes de las oficinas de CaixaBank, un 54% más que el ejercicio anterior, a las que se ha respondido en un plazo medio de 1,2 días

Peticiones procedentes de la red de oficinas de CaixaBank

Las 5.196 oficinas de CaixaBank son una fuente de información permanente sobre las necesidades y opinión de los clientes de VidaCaixa Grupo. En 2011 se han canalizado un total de 52.848 consultas, un 54% más que en 2010. El incremento de la actividad de VidaCaixa Grupo ha conllevado un incremento de peticiones tanto por consultas relacionadas con información sobre el producto y sobre las campañas comerciales, como por la gestión de prestaciones. El plazo de respuesta máximo es de 2 días, situándose la media de las respuestas muy por debajo, concretamente en 1,2 días (en 2010 fue de 0,9 días).

Defensor del Cliente

Otro de los canales que tienen los clientes de VidaCaixa Grupo a su disposición es el Defensor del Cliente, cuyas decisiones son vinculantes para las compañías, pero no para los asegurados. Con relación a las reclama-

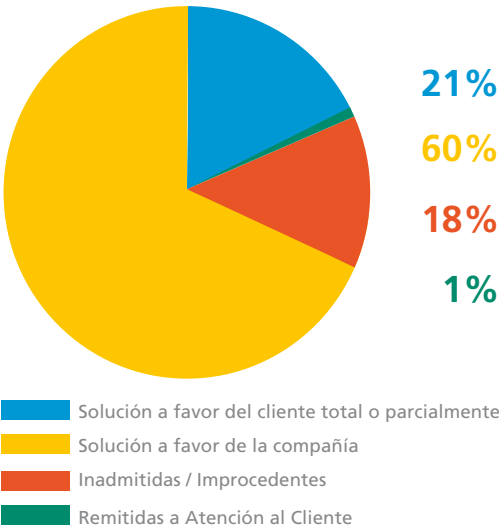
ciones presentadas al Defensor del Cliente de las cajas de ahorros catalanas, se han tramitado un total de 82, 35 más que el año pasado. Por otro lado, se han tramitado ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones un total de 38 reclamaciones, 12 más que el año pasado.

Accesibilidad a los productos y servicios

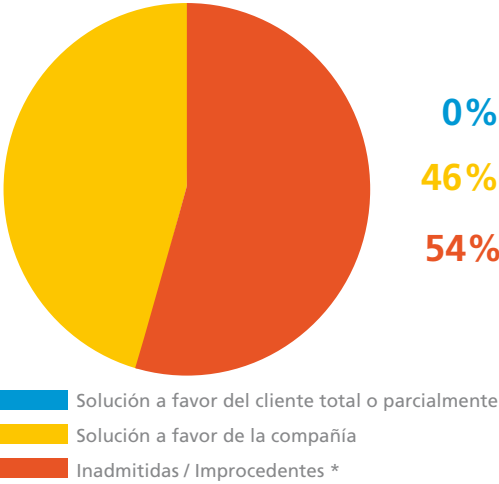
La apuesta constante por la innovación, se extiende también al ámbito de la relación con los clientes y para ello, VidaCaixa Grupo se esfuerza para estar próxima a sus clientes y hacer accesible en todo el territorio y en cualquier momento, la mejor oferta de productos de aseguramiento y previsión social.

El Grupo ofrece a sus clientes la posibilidad de hacer uso de sus múltiples canales para la consulta de información y la contratación de su amplia oferta de productos.

Resolución de las reclamaciones tramitadas al Defensor del Cliente de las Cajas de ahorro catalanas en 2011



Resolución de las reclamaciones tramitadas a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones



* Por razón de la materia o por estar en vía judicial, se omite pronunciamiento expreso (art. 38 LCS).

VidaCaixa Grupo colabora con UNESPA en la difusión y aplicación de los principios de su Guía de buenas prácticas relativa a la transparencia de la información

Eliminación de barreras físicas y de comunicación

El compromiso de VidaCaixa Grupo a favor de la accesibilidad se constata en el esfuerzo por eliminar las barreras físicas y de comunicación en los diversos canales que el Grupo pone a disposición para la relación con sus clientes.

En la red de oficinas de CaixaBank se ha continuado con el objetivo de cota-cero, cuyo fin es eliminar las barreras de entrada a las oficinas para personas con movilidad reducida. En 2011, el número de oficinas sin barreras ha ascendido a 4.024, un 78% del total de la red.

En el ámbito no presencial, todas las páginas de la web de VidaCaixa Grupo se han adaptado para facilitar el acceso a personas con discapacidad. Asimismo, la web corporativa y la web de previsión social disponen de certificado doble de accesibilidad de la Web Accessibility Initiative (WAI).

Comunicación transparente y veraz

VidaCaixa Grupo vela por que la información que reciben sus clientes sea exacta y fidedigna.

Más allá de cumplir con la normativa sobre publicidad y protección de los consumidores, asume los códigos de autocumplimiento como el Código general de conducta publicitaria de INVERCO.

Asimismo, destaca la colaboración con instituciones del ámbito de los seguros y la previsión social, como UNESPA, difundiendo y aplicando los principios de su Guía de buenas prácticas, relativa a la transparencia de la información suministrada a los clientes, para los procesos de información y contratación. VidaCaixa Grupo también está adherida a otras guías de buenas prácticas promovidas por UNESPA: de control interno, de gobierno corporativo, de internet, de publicidad y de productos “unit linked”.

Toda la información comercial y contractual contiene datos visibles de contacto para la realización de consultas por parte del cliente. Asimismo en la web corporativa se dispone de un apartado con teléfonos de interés de VidaCaixa Grupo, así como un formulario de contacto de atención a clientes. Por último, se cumplen los estándares del sector en cuanto a la información previa a la contratación de

seguros. Para las campañas, de acuerdo con los parámetros que establece la política de comunicación de CaixaBank, se cuenta con la aprobación de los organismos de autocontrol y de la Generalitat de Catalunya.

Asimismo la compañía informa a través de las comunicaciones comerciales a los clientes de planes de pensiones, de la gestión responsable de las inversiones y de la adhesión al PRI.

Durante 2011, el Grupo no ha sido objeto de ninguna sanción por incumplimiento de la normativa sobre información al cliente.

Protección de datos y de la intimidad de los clientes

VidaCaixa Grupo ha continuado desarrollando medidas preventivas que garantizan la seguridad y la transparencia en la relación con los clientes, que van más allá de lo estipulado en el marco legal y están en línea con lo establecido en el código ético del Grupo.

Cabe destacar que tras el proceso de reorganización de “la Caixa” en 2011, y el nacimiento de CaixaBank se ha procedido a la adaptación de las cláusulas de cesión de datos.

En 2011, VidaCaixa Grupo no ha sido objeto de ninguna sanción por vulnerar el incumplimiento de la normativa sobre la Ley Orgánica de Protección de Datos.

Mejorar la transparencia de la información a los clientes y la sostenibilidad

Con motivo del lanzamiento del Programa Premium, con productos y servicios para los clientes del segmento de banca privada y banca personal, se han utilizado soportes sostenibles, que reducen el consumo de papel y favorecen el almacenamiento de información, como dispositivos USB, cuya finalidad es ofrecer a los clientes la información de productos y servicios. Estos dispositivos también incluyen la información corporativa como los Informes Anual y de Responsabilidad Corporativa del año 2010.

Excelente lugar para trabajar

La estructura organizativa reportada en el informe de responsabilidad corporativa de VidaCaixa Grupo del año 2010 estuvo vigente hasta el mes de julio de 2011, cuando tras la compra, con control, del 50% de SegurCaixa Adeslas por parte de Mutua Madrileña, se definió una nueva estructura para VidaCaixa Grupo que es la que se recoge en el presente documento. Esta nueva organización responde a la nueva realidad del Grupo, centrado exclusivamente en el negocio de los seguros de vida y los planes de pensiones y contempla la disposición de servicios compartidos con SegurCaixa Adeslas, adscritos a las Subdirecciones Generales Comercial y de Medios y a la Dirección de Desarrollo Corporativo y Calidad.

En el presente documento se recoge toda la información de aquellos empleados que, a 31 de diciembre de 2011, trabajan para VidaCaixa Grupo ya sea en exclusividad o en servicios compartidos con SegurCaixa Adeslas.

Dimensión y perfil humano

A 31 de diciembre de 2011, VidaCaixa Grupo contaba con un equipo de 864 profesionales, distribuidos entre las tres compañías del Grupo: VidaCaixa, AgenCaixa y AIE (Grupo Asegurador de “la Caixa”), con un elevado nivel competencial y motivación.

Empleados en la plantilla (nº total)	2010	2011
Servicios Centrales	490	564
AgenCaixa	315	251
Oficinas propias	—	49
Total	805	864

Distribución de la plantilla por tipo de contrato (nº total)	2010	2011
Empleados con contrato fijo / tiempo completo	788	801
Empleados con contrato fijo / tiempo parcial	6	3
Empleados con contrato temporal / tiempo completo	11	60
Total	805	864

Apuesta por el empleo de calidad

La apuesta de VidaCaixa Grupo por la ocupación y el crecimiento profesional de los empleados ha estado presente en toda la historia del Grupo.

A pesar de la coyuntura económica actual y la incidencia del desempleo sobre la economía, VidaCaixa Grupo ha continuado apos-

tando por la creación de empleo de calidad. En este sentido, la plantilla del Grupo se ha incrementado un 7,3% respecto a 2011, cumpliendo de esta manera el objetivo de desarrollar en paralelo y de forma compensada el negocio y la plantilla.

Del total de la plantilla, 564 empleados desarrollan su actividad profesional en servicios centrales, 251 en AgenCaixa y 49 en oficinas propias.

Distribución de la plantilla por categoría profesional (nº empleados)	2010	2011
Directivos	12	13
Mandos intermedios	73	78
Resto plantilla	720	773
Total	805	864

La contratación indefinida alcanza el 93%, lo que demuestra el compromiso del Grupo a favor de la estabilidad y la calidad en la ocupación

Distribución de la plantilla por género (nº empleados)	2010	2011
Hombres	299	326
Mujeres	506	538
Total	805	864

Distribución del equipo directivo y mandos por género (nº empleados)	2010	2011
Hombres	61	61
Mujeres	24	30
Total	85	91

Otro de los rasgos característicos de la plantilla de VidaCaixa Grupo es la diversidad. Un 62% del total de profesionales y un 33% de los directivos son mujeres. Asimismo, en el Grupo hay presencia de empleados de 13 nacionalidades distintas.

El alto nivel de preparación, profesionalidad y dinamismo no está reñido con la juventud de la plantilla, situándose la edad media en 39 años.

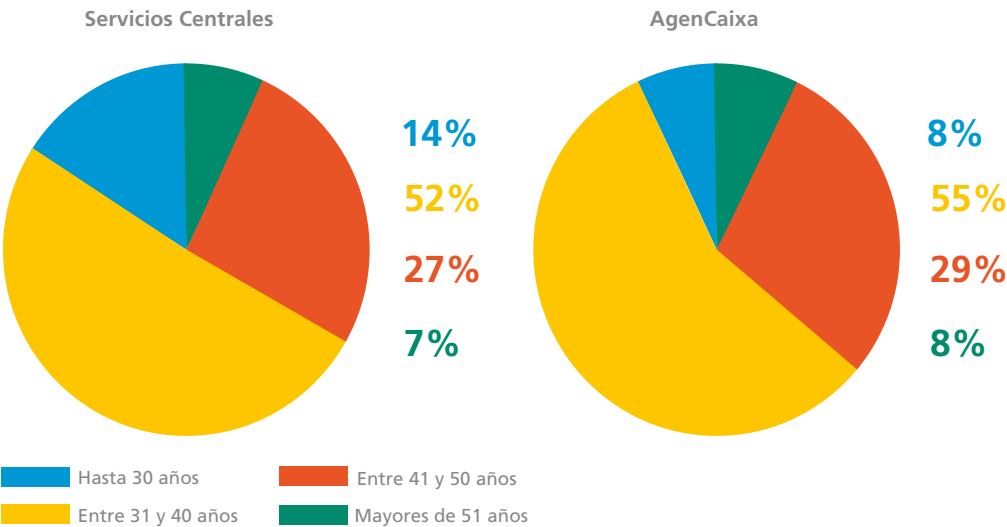
Por último, cabe mencionar el compromiso de los empleados con el Grupo, alcanzando la vinculación laboral, una media de 18 años en los directivos, 9 años para los empleados de servicios centrales y 8 años para los empleados de AgenCaixa.

Nacionalidades de la plantilla (nº total)	2010	2011
Nacionalidades existentes en la platilla	13	13
Empleados de otras nacionalidades, no española	16	16

Edad media de la plantilla	2010	2011
Servicios Centrales	39	39
AgenCaixa	41	40
Oficinas propias	—	33
Edad media del grupo	40	39



Distribución de la plantilla por grupos de edad



Distribución geográfica de la plantilla (nº empleados)	2010	2011
Cataluña	557	574
Madrid	105	113
País Vasco - Asturias	21	23
Valencia	16	22
Canarias	12	15
Aragón - La Rioja - Navarra	14	15
Galicia	17	21
Andalucía	41	52
Baleares	18	13
Extremadura	2	2
Castilla y León	1	7
Castilla-La Mancha	0	5
Murcia	1	2
Total	805	864

Selección, acogida y satisfacción de los empleados

Los principios que rigen la política de recursos humanos de VidaCaixa Grupo garantizan la diversidad, la igualdad de oportunidades y la no discriminación bajo ninguna circuns-

tancia en los procesos de selección. Asimismo, los procesos de promoción interna se rigen por criterios de transparencia, igualdad de oportunidades y equidad. En 2011, un total de 116 empleados se han incorporado a la organización de VidaCaixa Grupo, de los cuales un 60% son mujeres.

Índice de rotación no deseada por sexo en servicios centrales (en porcentaje)	2010	2011
Hombres	0,3	0,7
Mujeres	0,6	0,3
Total	0,9	1,0

Índice de rotación no deseada por edad en servicios centrales (en porcentaje)		
Hasta 30 años	—	0,5
Entre 31 y 40 años	0,8	0,3
Entre 41 y 50 años	0,1	0,2
Mayores de 51 años	—	—
Total	0,9	1,0

A lo largo del año, un total de 116 profesionales se han incorporado al equipo de VidaCaixa Grupo

Selección, nuevas incorporaciones y promoción internas	2011
Posiciones cubiertas por personal de plantilla	5
Nº total de nuevos profesionales incorporados	116
Hombres sobre las nuevas incorporaciones (en porcentaje)	40
Mujeres sobre las nuevas incorporaciones (en porcentaje)	60

Como principales novedades desarrolladas en 2011, destaca la implantación del Plan de Acogida Integral, que consiste en un conjunto de acciones orientadas a configurar un sistema normalizado de acogida y que tiene como objetivo acompañar en el proceso de incorporación y adaptación de los nuevos empleados a sus funciones. Estas acciones de acogida aceleran la asimilación de la cultura de VidaCaixa Grupo.

A través del Plan de Acogida Integral se garantiza que cualquier profesional que se incorpora a la organización, con independencia de su nivel jerárquico y de sus competencias, siga un plan específico de acogida, que cuenta con la implicación de las áreas correspondientes de la organización y el apoyo de un tutor a lo largo de todo el proceso,

garantizando de esta forma una mayor rapidez y eficacia en el proceso de incorporación y también en la gestión del talento desde el inicio de la relación laboral.

El Plan de Acogida Integral facilita a los nuevos empleados un conjunto de herramientas de información, entre las que se encuentra el Informe de Responsabilidad Corporativa y el Código Ético. Estas herramientas de información se complementan con acciones de formación y entrevistas con diferentes empleados y áreas de VidaCaixa Grupo.

En 2011, ya se ha estado trabajando para que el Plan de Acogida Integral se incorpore en la herramienta de formación Aul@Forum, la herramienta de formación on-line, facilitándose de esta manera su consulta vía web.

Herramientas del Plan de Acogida Integral

La fase de recepción y acogida del Plan de Acogida se basa en la utilización de herramientas que facilitan la incorporación de los nuevos empleados a la compañía. Las herramientas más destacadas son:

- “Welcome pack”
- Acogida en espacio virtual de carácter interactivo
- Formación virtual nuevas incorporaciones (Aul@Forum)
- Bienvenida individual (específica según posición)
- Desayuno o bienvenida colectiva (según volumen de incorporaciones y posición)



Desde 2009, VidaCaixa Grupo está certificada como Empresa Familiarmente Responsable -EFR-, reconociéndose así el esfuerzo realizado a la hora de crear un modelo de gestión que promueve el equilibrio entre la empresa, el trabajo, la vida personal y la familia.

El Grupo pone a disposición de sus empleados más de 40 medidas que facilitan la compatibilización de la vida profesional y familiar, en un marco laboral que apuesta por la estabilidad, el desarrollo profesional y el bienestar físico, psíquico y emocional en el entorno de trabajo.

En 2011, se han mantenido todas las medidas EFR, en el marco del nuevo acuerdo laboral firmado, y en 2012 está prevista la renovación del certificado, a través del proceso de auditoría y análisis establecido.



Con este propósito, el Grupo ha implantado un plan de comunicación interna en 2011 y ha seguido apostando por el uso de instrumentos y herramientas que permiten el diálogo, la participación y la comunicación con sus empleados. El plan de comunicación interna tiene por objetivo contribuir a la consecución de los objetivos estratégicos mediante la implicación, el compromiso y la satisfacción de los empleados, alineando los esfuerzos de todos los profesionales con los objetivos de la compañía.

Conéctate

Se trata de un newsletter con el que los empleados se mantienen informados de las principales novedades que suceden en la compañía. En 2011 se han enviado un total de 7 ediciones.



Diálogo, participación y comunicación

Ante los retos de un entorno cambiante, VidaCaixa Grupo siempre ha otorgado una importancia prioritaria a la comunicación interna, con el fin de alinear a sus empleados con los objetivos estratégicos de la Compañía.

Convención anual de directivos

Un año más, a principios del ejercicio se celebró la Convención Anual de Directivos, desde la alta dirección a los coordinadores. El objetivo de este encuentro fue trasladar los resultados del ejercicio 2010 y comunicar los principales objetivos y retos para el 2011.



A lo largo del 2011, VidaCaixa Grupo ha puesto a disposición de sus empleados más de 40 medidas que facilitan la conciliación de la vida profesional y familiar

El director general de VidaCaixa Grupo durante la convención anual de directivos de 2011

Reuniones y encuentros presenciales

Con periodicidad trimestral, la alta dirección ha continuado con sus comunicaciones dirigidas a la línea directiva para informarles sobre la marcha del negocio y comunicarles las principales novedades.

Formación a la línea media

En 2011, se ha apostado por la formación en comunicación del colectivo de mandos intermedios, con el objetivo de mejorar sus habilidades en los procesos de comunicación a sus equipos, garantizando que los mensajes lleguen al resto de empleados.

Buzón de sugerencias y Canal de ideas

A través del buzón de sugerencias, se ha continuado recibiendo las sugerencias de los empleados de las oficinas de CaixaBank. Asimismo, a través del canal de ideas, los empleados de VidaCaixa Grupo han continuado aportando sus ideas, opiniones y sugerencias.



Cuadro de mando integral

A través del cuadro de mando integral (CMI) se transmite a todos los empleados la estrategia de la compañía y los objetivos a conseguir a nivel global e individual.



Correo electrónico

Por último, hay que mencionar las comunicaciones corporativas que VidaCaixa Grupo envía a todos sus empleados a través del correo electrónico.



Mecanismos de compensación,
ventajas y beneficios sociales

Política de compensación

En VidaCaixa Grupo se dispone de un modelo de retribución para toda la plantilla que combina un sistema de retribución fijo y variable, permitiendo de esta manera objetivar la compensación económica en base a la consecución de objetivos a nivel de grupo y a nivel individual.

Este sistema de compensación se sustenta en las herramientas de gestión del cuadro de mando integral y del cuadro de mando personal.

La retribución mínima de los empleados del Grupo se sitúa por encima del mínimo establecido por ley y el convenio sectorial y representa 1,78 veces el salario mínimo legal, de acuerdo con las tablas establecidas en el citado convenio.

Durante el 2011 se revisó el modelo retributivo de la Compañía con la colaboración de una consultora de referencia, a efectos de garantizar la aplicación de los principios de equidad interna y externa.

Distribución de la retribución fija y variable en servicios centrales (en porcentaje)	2010	2011
Empleados con retribución fija mínima en base a tablas salariales	0	0
Empleados sujetos a retribución variable en función de cumplimiento de objetivos individuales	100	100
Empleados sujetos a retribución variable en función de resultados de empresa	100	100

Nota: no se incluye la información de oficinas propias y AgenCaixa.

Retribución variable sobre la masa salarial (en porcentaje)	2011
Servicios Centrales	19
AgenCaixa	15



Ventajas y beneficios sociales

VidaCaixa Grupo ha mantenido el sistema de ventajas y beneficios sociales, con el objetivo de seguir atrayendo y retener el talento. Estos beneficios se extienden a todos los empleados con independencia de la jornada que realicen, a excepción, de la compensación por comida, que es sólo para aquellos empleados con jornada completa.

Inversión en gastos de personal (en miles de euros)	2011
Sueldos y salarios	29.958
Seguros sociales	5.583
Donaciones y aportaciones al fondo de pensiones	388
Otros gastos	1.414
Total	37.343

Principales beneficios sociales para empleados

- Ampliación y mejora de las coberturas de asistencia sanitaria para los empleados y mayor capital sobre el importe de Convenio Colectivo en el seguro de vida.
- Posibilidad de adhesión al plan de pensiones y contribución al mismo con aportaciones de hasta un 3% del salario base anual.
- Vacaciones anuales de 29 días y jornada intensiva en el periodo estival.
- Acceso a préstamos de la empresa con un capital máximo de 20.000 euros.
- Ayuda a los hijos desde el nacimiento hasta los 21 años.
- Plan familia: ayuda a familiares con discapacidad.
- Plan de formación anual.
- Compensación por comida.
- Ayuda para estudios universitarios e idiomas.



Nota: documento que recoge los beneficios que tienen a su alcance los empleados de VidaCaixa.

Compromiso con los derechos laborales

Igualdad de oportunidades e integración laboral

La aplicación de criterios basados en el mérito y la adecuación del perfil al puesto de trabajo marcan los procesos de contratación, desarrollo profesional y promoción interna para todos los empleados de VidaCaixa Grupo.

La presencia de mujeres en los cargos de dirección y mandos ha seguido una senda creciente, alcanzando en 2011 el 33%. Asimismo existe una igualdad total en la retribución bruta de hombres y mujeres pertenecientes a una misma categoría profesional.

Respecto a la integración laboral de personas con discapacidad, VidaCaixa Grupo ha mantenido su compromiso, de acuerdo con lo establecido por la ley. Se ha concretado con la contratación laboral de 3 personas con minusvalía en AgenCaixa y 2 en Grupo Asegurador, además de la colaboración con el Centro Especial de Empleo Femarec, SCCL, mediante un contrato de servicios para la recogida selectiva de papel por un importe de 28.700 euros y la donación a la Fundación

Adecco de 81.501 euros, de los cuales 41.698 euros han revertido en el Plan Familia.

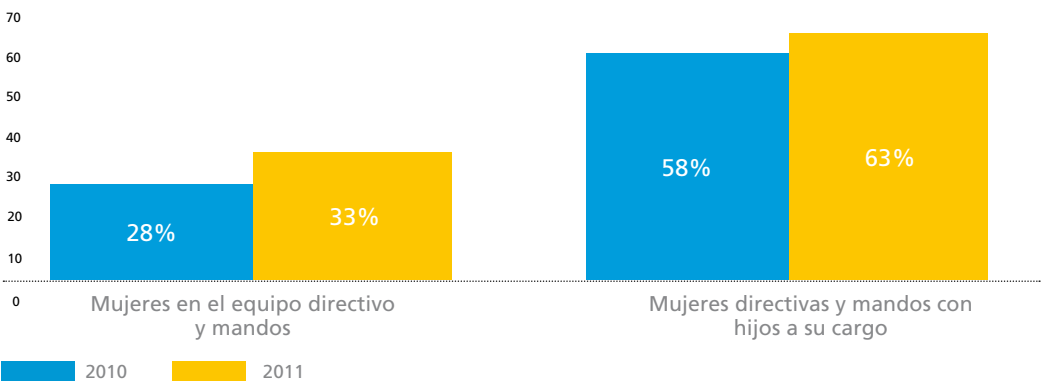
El Plan Familia tiene como objetivo principal la integración socio-laboral de personas minusválidas que sean familiares de los empleados. En 2011 se han beneficiado 9 personas (7 de VidaCaixa y 2 de AgenCaixa) de las diversas acciones educativas, formativas y terapéuticas programadas personalmente para cada caso. Entre las actividades que se llevan a cabo destacan terapia ocupacional especializada, fisioterapia y rehabilitación neurológica, logopedia, formación informática especializada, ocio adaptado, orientación e intermediación laboral.

El cumplimiento de la obligación empresarial de contratación de personas minusválidas se realiza mediante la adopción de medidas alternativas como la contratación de servicios con centros especiales de empleo como Sertel.

VidaCaixa Grupo ha firmado un contrato marco con el Grupo ONCE por el que asume un importe mínimo de facturación anual con sus empresas. En 2011, este compromiso de 434.000 euros finalmente ha ascendido a 4,4 millones de euros.

Un 33% del equipo directivo y mandos de VidaCaixa Grupo son mujeres, frente al 28% del año pasado

Mujeres en el equipo directivo y mandos de VidaCaixa Grupo



Derechos colectivos

La totalidad de la plantilla está cubierta por el convenio colectivo de ámbito estatal para entidades aseguradoras y cuentan con representación sindical.

Durante el año 2011, han sido de aplicación dos convenios colectivos de sector: el Convenio Colectivo General de Ámbito Estatal para las Entidades de Seguros, Reaseguros y Mutuas de Accidentes de Trabajo, y el Convenio Colectivo de Trabajo de Ámbito Estatal del Sector de la Mediación en Seguros Privados.

Cabe destacar que, a lo largo de 2011, no se ha producido ninguna incidencia ni denuncia de los empleados por cuestiones relacionadas con la libertad de asociación y con el proceso de negociación colectiva.

Asimismo, el Convenio de Seguros contempla procesos de consulta con los representantes de los trabajadores, particularmente en materia de movilidad geográfica colectiva.

Para más información ver apartado “Beneficios sociales de los empleados de VidaCaixa Grupo”.

Representantes por empresa (nº)	2010	2011
Servicios centrales		
Personas en los comités de empresa	18	18
Delegados de personal	—	—
CC.OO.	14	14
UGT	—	—
Independientes	4	4
Oficinas propias y AgenCaixa		
Personas en los comités de empresa	14	14
Delegados de personal	15	16
CC.OO.	24	25
UGT	5	5
Independientes	—	—



A lo largo del año se realizó una campaña preventiva contra la gripe, facilitando la vacunación voluntaria de los empleados del Grupo, así como revisiones médicas

Salud y seguridad en el trabajo

En VidaCaixa Grupo existen 4 comités de seguridad y salud, a través de los cuales se promueven iniciativas y programas para mejorar estos ámbitos en el entorno laboral.

En 2011 se realizó una campaña preventiva contra la gripe que facilitaba la vacunación voluntaria de los empleados y se realizaron también revisiones médicas bajo demanda de los empleados en colaboración con el servicio de prevención.

De cara a facilitar la comunicación de los empleados de VidaCaixa Grupo con los comités de salud, existe el buzón de e-mail “Más vale prevenir”, que permite realizar sugerencias y aportar ideas, fortaleciendo de esta manera una cultura a favor de la prevención de riesgos laborales.

Por último, con motivo de la remodelación de los espacios en los servicios centrales en Barcelona, en 2011, se ha realizado la correspondiente actualización de las evaluaciones de riesgos laborales.

Comités de seguridad y salud	2011
GRUPO ASEGURADOR + VIDACAIXA + AGENCAIXA	
Nº total de comités de seguridad y salud	4
% de empleados cubiertos por comités de seguridad y salud	100%
Nº total de delegados de prevención de riesgos en la Compañía	21
Absentismo	
Nº total de accidentes sin baja laboral	0
Nº total de accidentes con baja laboral	11
Nº total de accidentes con baja laboral in itinere	11
Nº total de jornadas perdidas por accidente	132
Absentismo por enfermedad y maternidad/paternidad	
Nº total de bajas por maternidad/paternidad	74
Nº total de bajas por enfermedad común	255
Nº total de jornadas perdidas por absentismo	8.976



Desarrollo del talento y de las capacidades organizacionales

Formación y desarrollo profesional

Se ha lanzado el plan de formación 2011, con el objetivo de reforzar la formación y los conocimientos de todas las personas del Grupo

VidaCaixa Grupo apuesta por la formación como instrumento para la mejora del desarrollo profesional y la mejora continua de la organización. Para ello, revisa y adapta la formación de sus empleados para dar respuesta a las necesidades y retos del negocio, destinando una importante inversión en este apartado.

Como principal novedad en este ámbito, destaca la definición de la política de formación de VidaCaixa Grupo, a través de la cual se establecen los criterios y objetivos a nivel corporativo en este ámbito de la gestión de los recursos humanos. Estos objetivos van más allá de la formación legalmente establecida para los profesionales de la mediación de seguros y buscan optimizar las capacidades de toda la plantilla.

Otro aspecto relevante ha sido el lanzamiento del plan de formación 2011 cuyo objetivo ha sido reforzar la formación y los conocimientos de todas las personas de la organización para dar soporte a la consecución de los objetivos e iniciativas estratégicas de la compañía a través

del desarrollo de las capacidades organizacionales necesarias, dotar al empleado del conocimiento técnico y las habilidades necesarias para facilitar su adecuación al puesto así como potenciar y desarrollar sus capacidades para lograr el óptimo desempeño de sus funciones. Con esta medida se pretende homogeneizar conocimientos técnicos y de negocio, fomentar la formación a todos los niveles, promover la utilización de las nuevas herramientas on-line como herramienta de gestión del conocimiento, y potenciar a la línea media a través de programas diseñados ad hoc que les permita gestionar e integrar equipos de alto rendimiento en un entorno de cambio e incertidumbre.

En 2011 se han llevado a cabo un total de 293 acciones de formación de las cuales 254 fueron presenciales y el resto a través de un entorno virtual. Un total de 707 empleados, 416 de servicios centrales y 291 de AgenCaixa han realizado actividades de formación, lo que supone un total de 20.525 horas, de las que 14.095 fueron presenciales y 6.430 on-line. Los contenidos de la formación se han focalizado principalmente en tres áreas: habilidades, nuevas tecnologías y formación en negocio.

El nivel de satisfacción de la formación recibida por parte de los empleados de VidaCaixa Grupo se sitúa en un 8,27, en una escala de 1 a 10.

Lanzamiento del nuevo AUL@FORUM

En noviembre se ha renovado la plataforma de aprendizaje on-line Aulaforum, actualizando su imagen, mejorando la usabilidad y ampliando sus funcionalidades, en un entorno de aprendizaje y trabajo colaborativo 2.0.



La nueva Aulaforum nace con la vocación de mejorar la experiencia de aprendizaje y la comunicación entre los empleados con nuevas funcionalidades.

Entre las nuevas funcionalidades destacan: la configuración por parte del usuario de su propia red de compañeros; votar, compartir y recomendar contenidos, crear blogs y syndicar contenidos.

Plan de formación integral para la dirección de empresas

El plan se ha dirigido al colectivo de empleados del área de empresas con el objetivo de homogeneizar conocimientos y crear una cultura única de planificación y gestión comercial en el ámbito del segmento de negocio de empresas.

En total, se han realizado más de 20 sesiones en las que se ha profundizado en el conocimiento de productos, las herramientas de gestión comercial y el desarrollo de habilidades comerciales.

Inversión total en formación sobre la masa salarial (en miles de euros)		2011
Servicios Centrales		313
AgenCaixa		277
Total		590
Inversión total en formación (en porcentaje)		
Servicios Centrales		1,0
AgenCaixa		2,1
Promedio invertido por empleado (en euros)		
Servicios Centrales		525
AgenCaixa		1.021
Acciones de formación realizadas (nº total)		
Servicios Centrales		
Formación presencial		163
Formación on-line + distancia		25
AgenCaixa		
Formación presencial		90
Formación on-line + distancia		13
Total formación presencial		254
Total formación on-line + distancia		38
Empleados que han realizado acciones de formación interna (nº total)		
Servicios Centrales		416
AgenCaixa		291
Total		707
Empleados que han realizado acciones de formación sobre el total plantilla (en porcentaje)		
Servicios Centrales		73,8
AgenCaixa		100,0
Horas de formación impartidas (nº total)		
Horas de formación presencial impartidas		
Servicios Centrales		8.424
AgenCaixa		5.671
Total		14.095
Horas de formación on-line impartidas		
Servicios Centrales		1.679
AgenCaixa		4.751
Total		6.430
Promedio de horas por empleado (número)		
Servicios Centrales		24,3
AgenCaixa		35,8



Liderazgo y gestión del talento

Una de las prioridades estratégicas de la gestión de recursos humanos de VidaCaixa Grupo es promover el desarrollo del liderazgo y gestionar el talento, con el objetivo de contribuir al crecimiento y desarrollo profesional de los empleados y preparar a la organización para dar respuesta a los retos del mercado con garantía de éxito.

También en línea con años anteriores, el Grupo ha continuado con el desarrollo de programas personalizados dirigidos a directores de área y jefes de departamento, con el objetivo de mejorar la formación vinculada a competencias de conocimiento.

Por último, cabe destacar que en 2011, en el marco del plan de formación para desarrollar las capacidades organizacionales, se ha desarrollado el nuevo diccionario de competencias actitudinales en el que se han identificado un conjunto de competencias e indicadores para la evaluación del desempeño.

Promoción

VidaCaixa Grupo ha continuado en 2011 con su política de fomento de la promoción interna. El crecimiento del Grupo ofrece oportunidades para el crecimiento y desarrollo profesional de sus empleados. En este sentido, se han producido 39 movimientos horizontales y 56 cambios de categoría profesional, de los cuales el 51% corresponden a mujeres.

Promoción interna	2011
Nº total de promociones horizontales realizadas	39
Nº total de promociones con cambios de categoría profesional	56
Hombres sobre las promociones (en porcentaje)	49
Mujeres sobre las promociones (en porcentaje)	51



Proveedores

VidaCaixa Grupo extiende su compromiso con la responsabilidad y la sostenibilidad a la totalidad del conjunto de proveedores con los que colabora, en línea con la normativa de compras y contratación de servicios y pago de facturas de CaixaBank.

La relación con los más de 1.305 proveedores se basa en el cumplimiento de criterios de transparencia y rigor, con el objetivo de ofrecer un servicio excelente a los clientes.

Además, dada la apuesta de la compañía a favor de la sostenibilidad, VidaCaixa Grupo tiene en cuenta el cumplimiento por parte

de los proveedores de los compromisos con el medio ambiente y de los derechos humanos que se derivan del Pacto Mundial, así como de los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas.

Los proveedores de VidaCaixa Grupo son empresas solventes y reputadas cuyos servicios se realizan en el territorio español, donde el Grupo realiza su actividad. Aunque el riesgo derivado del incumplimiento de aspectos de derechos humanos y de sostenibilidad está muy delimitado, VidaCaixa Grupo incorpora en todos sus contratos con proveedores de servicios generales una cláusula de cumplimiento de la legislación medioambiental vigente.

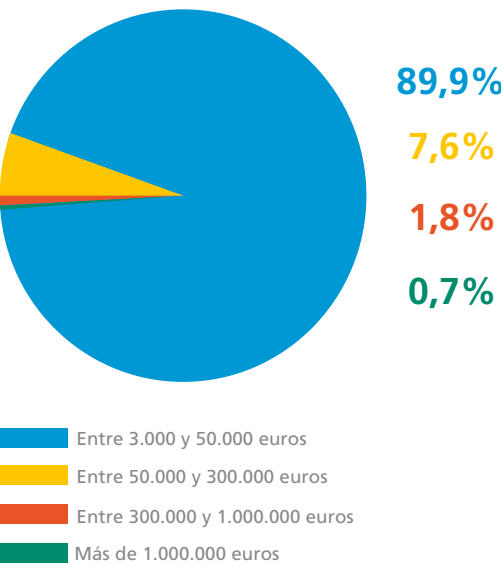
Productos promocionales

Las compras relacionadas con productos promocionales de VidaCaixa Grupo se realiza a través de PromoCaixa, empresa filial de CaixaBank. La entidad, de acuerdo con los compromisos relacionados con el cumplimiento de los derechos humanos y con el objetivo de gestionar y controlar este riesgo, ha llevado a cabo 7 auditorías en 2011 a proveedores situados en países en vías de desarrollo y que fabrican productos exclusivos para la compañía. Como consecuencia de este proceso, se detectaron anomalías en 5 de las auditorías realizadas, que se rectificaron posteriormente.

Por último cabe mencionar que con respecto a los proveedores y gestores de inversión de VidaCaixa Grupo, la gran mayoría están alineados con los criterios ESG, son firmantes de los principios de inversión responsable de

Naciones Unidas (PRI), o bien forman parte de Spainsif, asociación sin ánimo de lucro formada por 32 entidades, interesadas en promover la inversión socialmente responsable en España.

Principales proveedores por tramo de facturación





5

Objetivos y retos

En el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 de VidaCaixa Grupo, se recogían los principales objetivos y retos para 2011 en materia de gestión responsable de sus sociedades –VidaCaixa, AgenCaixa y SegurCaixa Adeslas-.

A continuación se muestran los objetivos y retos de VidaCaixa Grupo, excluyendo los de SegurCaixa Adeslas que reporta los suyos a través de su propio Informe Anual Integrado.

Cientes

En 2011, VidaCaixa Grupo ha continuado desarrollando su actividad para los segmentos de particulares, pymes, profesionales autónomos y empresas, innovando en nuevos productos que se adecúan a las necesidades de cada colectivo y a través de un modelo bancoasegurador complementado con otros canales. La actividad de previsión social, es realizada atendiendo a principios y criterios de responsabilidad social y sostenibilidad.

Retos de 2011

Respuesta / actuaciones 2011

Retos para 2012

Liderazgo en gestión sostenible de las inversiones, solvencia y control de riesgo

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

- Consolidar la posición ISR estratégica con incrementos graduales.

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

- Se ha participado activamente en actividades y eventos relacionados con el fomento de la previsión y el ahorro y la ISR y se ha continuado con la labor de difusión entre clientes y proveedores de productos de inversión (págs. 49-53).
- Toda la cartera de inversiones está evaluada con criterios ESG (pág. 49).
- En 2011 se ha vendido posiciones en tres empresas del sector energético (pág. 49).
- Se dispone de un modelo de gestión de inversiones para fondos y activos de renta fija. Asimismo se han diseñado indicadores específicos de criterios ESG para algunos de los principales fondos de empleo gestionados por el fondo de pensiones de la Generalitat de Catalunya (pág. 49).

- Se modifica el alcance del objetivo establecido en 2010 y se inician las acciones necesarias para lograr el objetivo de 2012.

- Se ha elaborado un nuevo mapa de riesgos de VidaCaixa (pág. 47).
- Se ha mejorado la aplicación de gestión de riesgos para avanzar en su valoración e integrar su gestión en el diseño, suscripción, pricing, aprovisionamiento y raseguro (pág. 47).
- Se ha participado activamente en las peticiones de información del EIOPA, órgano independiente del Parlamento Europeo y de la UE (pág. 47).
- Se ha avanzado en el proceso de prevaliación del modelo interno de riesgo y en los grupos de trabajo sectorial de UNESPA (pág. 50).

- Desarrollo del informe de ISR para reportar a las comisiones de control.
- Mejora en el desempeño en algunos de los indicadores PRI relacionados con la ISR.

- Dar un paso más en la gestión sostenible de las inversiones, considerando los aspectos ISR, no sólo como una categoría de activo, sino en su consideración global en las carteras gestionadas, es decir, valorando el total de los activos de las carteras con criterios ISR, además de los puramente económicos y financieros.

- Implantación de los futuros requerimientos de solvencia de acuerdo con el proyecto Solvencia II.
- Continuar desarrollando las mejores prácticas de gestión de riesgos y control financiero.
- Participar en los test de estrés que se impulsen desde EIOPA
- Continuar participando en los grupos de trabajo de UNESPA y de la Dirección General de Seguros y Planes de Pensiones.

● Objetivo conseguido ● Objetivo parcialmente conseguido ○ Objetivo no conseguido

Retos de 2011

- Desde el punto de vista del segmento de personas mayores, crear nuevos productos: rentas temporales y capitales diferidos.
- Prestar especial atención a las necesidades de los distintos segmentos de clientes.
- Diseñar nuevos productos vinculados a las necesidades de pymes y autónomos.

- Mejorar la usabilidad de las consultas de productos de seguros en Línea Abierta.
- Mejorar la oferta de servicios y operativas de seguros y previsión para telefonía móvil.
- Continuar incorporando las nuevas tecnologías en la comunicación con los clientes: e-mailing, folletos digitales, funcionalidades para telefonía móvil.
- Incorporar la gama de seguros al segmento de Banca Personal en el portal Web de "la Caixa".
- También en el entorno portal Web de "la Caixa" y Línea Abierta, se prevé continuar con la mejora de la usabilidad de las consultas de productos de seguros.

Respuesta / actuaciones 2011

- Se han comercializado un total de 12 nuevos productos de ahorro y previsión, de los cuales 5 son planes de pensiones, 3 vida-ahorro y 4 vida-riesgo. Se ha adaptado la oferta de ahorro para clientes de banca personal y privada de CaixaBank, se ha mejorado la oferta para pymes y autónomos y para el colectivo de personas mayores, se ha lanzado un nuevo producto para las empresas VidaCaixa Elección y una oferta multirramo junto con SegurCaixa Adeslas (pág. 42-43).
- Se ha desarrollado la oferta de productos aseguradores para emprendedores, microempresarios y particulares, con el objetivo de promover junto con MicroBank el desarrollo económico y la inclusión financiera, a través de la comercialización del seguro SeviaM Abierto (pag. 39).
- Se han invertido 15,3 millones de euros en tecnología y sistema de información y 3 millones en I+D+i (pág. 44).
- Se ha potenciado la utilización de dispositivos y soportes más sostenibles como el USB, para informar a los clientes sobre los productos de VidaCaixa Grupo (pág. 66).
- Se ha introducido en CanalCaixa el folleto digital y se limita la impresión a ordenadores centrales.
- Uso de emailing para comunicados a clientes en el ámbito de la retención y fidelización.
- Se ha ampliado el acceso a información y contratación de productos a través de Línea Abierta en portal de Internet de CaixaBank y del móvil (pág. 44-45).

Retos para 2012

- Se prevé el desarrollo y diseño de nuevos productos vinculados a las necesidades de pymes y autónomos.
- Desarrollo del plan integral de la oferta del segmento "retirement".
- Mantenimiento del nivel de oferta en el segmento de mayores.
- Recuperación de los niveles de vinculación en seguros de amortización de préstamos e innovación en la oferta de seguros de amortización de préstamos personales.
- Adaptación de las operativas de constitución y gestión en el nuevo terminal financiero de planes de pensiones, vida familiar y SeviaM.
- Ampliación de las posibilidades de la operativa "ready-to-buy" para traspasos internos y externos en PPA.
- Mejoras en las plataformas para "brokers" y tomadores de pólizas colectivas.

	Retos de 2011	Respuesta / actuaciones 2011	Retos para 2012
Seguridad y transparencia en la relación con los clientes	• Revisar los contratos de prestación de servicios y vinculación con Documento de Seguridad. • Realizar la auditoría interna en 2011 sobre temas de seguridad y prueba de los planes de contingencia de los sistemas de seguridad y comunicación de los datos del cliente. • Revisar las cláusulas de tratamiento y cesión de datos de todos los productos de la Compañía para su homogeneización y adaptación a la sustitución de "la Caixa" por CaixaBank. • Definir una política de comunicación comercial del Grupo Asegurador, con el objetivo de garantizar el cumplimiento de la Ley General de Publicidad. • Extender el curso de formación sobre seguridad y confidencialidad a toda la plantilla.	• No se han revisado los contratos de prestación de servicios y vinculación con Documento de Seguridad. Se aplaza para el 2012. • Se ha realizado la auditoría LOPD y las pruebas de contingencia en los sistemas principales. • Con motivo del nacimiento de CaixaBank se ha procedido a adaptar las cláusulas de cesión de datos de clientes (pág. 66). • No se ha producido ninguna sanción por vulneración de la LOPD o sobre incumplimiento de la normativa de información al cliente (pág. 66). • No se dispone de una política de comunicación comercial para el Grupo Asegurador pero VidaCaixa está adherida a la política de comunicación de "la Caixa". • En 2011 se ha realizado el curso de formación sobre seguridad y confidencialidad a toda la plantilla (pág. 66, 78-79).	• Se prevé revisar los contratos de prestación de servicios y vinculación con Documento de Seguridad. • Reforzar la implantación del modelo de prevención de delitos recogidos en la reforma del Código Penal.
Ética y transparencia de la información comercial	• Continuar en la misma línea de difusión de los Principios para la Inversión Responsable (PRI). • Valorar la posibilidad de que el Grupo Asegurador cumpla con los requisitos y se adhiera a un organismo de Autocontrol reconocido por el Banco de España.	• Se ha continuado con la difusión activa del PRI en línea con los años anteriores (pág. 66). • Todas las campañas en Canal Bancario se envían al organismo de Autocontrol a través de "la Caixa" (pág. 66).	• Avanzar en la difusión de los principios PRI.
Accesibilidad a los productos y servicios	• Mediante un programa de formación continuada, acercar el producto a las oficinas de "la Caixa", facilitando así a todos los públicos el acceso a información de calidad y transparencia en materia de seguros y previsión.	• Se ha mejorado la información y la acción comercial en el canal bancoasegurador, más de 800 sesiones de formación a través de la nueva red de ejecutivos comerciales (pág. 45). • Se ha continuado mejorando la accesibilidad a la información y a la comercialización de productos a través de todos los canales (pág. 45-46).	• A nivel de formación de canal, se pondrá en marcha una red de coach que actuarán como gestores y dinamizadores de los productos Premium para el segmento de banca personal y privada.

Retos de 2011

- Avanzar hacia un modelo común de seguimiento de la calidad percibida en todos los ramos de la compañía.
- Agilizar la respuesta a consultas y reclamaciones, de tal manera que los clientes reciban la mejor atención en plazo y contenido.
- Revisar periódicamente el dimensionamiento de los equipos internos y externos para asegurar el mantenimiento del cumplimiento de los niveles de servicio con las peticiones de las oficinas de "la Caixa".
- Potenciar el expediente electrónico y reducir las transacciones de papel a través de la implementación del gestor documental filenet.

Respuesta / actuaciones 2011

- Se han realizado 5 estudios incrementado el número de encuestas a cliente (pág. 60).
- Se ha implantado el nuevo modelo de medición de la calidad (pág. 60).
- VidaCaixa Grupo ha sido la compañía mejor valorada por los mediadores españoles según el Barómetro ADECOSE (Asociación Española de Corredurías de Seguros) (pág. 63).
- VidaCaixa Grupo se ha situado globalmente por encima de la media del mercado de acuerdo con el estudio Willis Quality Index 2011 (pág. 63).
- Se ha reducido el tiempo medio de respuesta de las cartas al director en relación a 2010 (pág. 63).
- Ha aumentado la valoración de la calidad objetiva de la red de oficinas de CaixaBank en indicadores de gestión como peticiones atendidas (pág. 65).
- Se ha renovado la certificación ISO 9001 para la gestión de fondos y planes de empleo (pág. 60).
- Implantación del expediente electrónico y reducir las transacciones de papel a través de la implementación del gestor documental filenet para la documentación recurrente (se ha logrado 100%).

Retos para 2012

- Continuar con el modelo de calidad percibida, encuestando a una muestra más elevada de clientes para conocer su opinión y trabajar por mejorar su satisfacción con el servicio prestado.
- Mantener el nivel de satisfacción en mediadores (encuesta de ADECOSE).
- Organización de Focus Group con Directores de las Oficinas de "la Caixa" con el objetivo de conocer su percepción de la calidad de servicio prestado por VidaCaixa, trabajando así en la mejora del servicio prestado, y por tanto en la mejora de los valores de QCaixa.
- Consolidar el expediente electrónico y reducir las transacciones de papel a través de la implementación del gestor documental filenet para documentación histórica.

Empleados

VidaCaixa Grupo apuesta por el empleo de calidad y para ello potencia el desarrollo profesional de sus empleados y aspira cada año a convertirse en un lugar mejor para trabajar.

Retos de 2011

Respuesta / actuaciones 2011

Retos para 2012

Compromiso con el empleo de calidad

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

- El acuerdo laboral se formalizó en mayo de 2011.
- El mantenimiento del desarrollo se ha garantizando cumpliendo el presupuesto y la plantilla aprobada (pág. 67).

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

Selección, acogida, retención y satisfacción de los empleados

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

- Se ha implantado el plan de acogida integral, destinado a nuevos empleados (pág. 70).
- Se han mantenido las medidas EFR, a través del acuerdo laboral, que efectivamente favorecen la conciliación (pág. 71).

- Implantar un plan de acogida virtual para toda la organización.
- Mantener la certificación EFR.
- Desarrollar herramientas tecnológicas que faciliten y optimicen los procesos de selección.
- Implantar un modelo de gestión de competencias que impacten en materia de selección (definición de perfiles homogéneos en base al diccionario de competencias).
- Retomar al modelo de trabajo de Best Place to Work.

Formación y desarrollo profesional

- Revisar la Política y Normativa Interna de Formación de la nueva entidad.
- Definir e implantar el Plan de Formación 2011.
- Impartir la formación continua a los gestores comerciales en los nuevos productos y en el desarrollo de las habilidades de venta.
- Definir e implantar el programa de gestión del cambio segmentado por colectivos.
- Analizar, definir e iniciar la implementación de un proyecto que permita desarrollar las capacidades organizacionales necesarias para la consecución del Plan Estratégico.
- Rediseñar el Sistema de Gestión de competencias para implantarlo en la globalidad de los servicios centrales.

- Se ha definido la política y normativa interna de formación (pág. 78).
- Se ha implantado el plan de formación (pág. 78).
- Se han desarrollado más de 200 cursos, que representan más de 15.000 horas lectivas a más de 700 empleados (pág. 78-79).
- Se ha seguido con la implementación del programa de gestión del cambio (pág.78-79).
- A través del Plan de Formación se han trabajado las capacidades organizacionales. Con la nueva división del negocio, ese proyecto se ha trasladado a 2012 (pág. 78).
- Se ha concluido un nuevo diccionario de competencias actitudinales (pág. 80).

- Revisar la política de formación en el perímetro de VidaCaixa Grupo.
- Dotar a los empleados de un plan de formación que proporcione las herramientas para un óptimo desempeño y la consecución de objetivos.
- Adaptar los procesos de selección, formación y evaluación de desempeño con el nuevo modelo de gestión por competencias.
- Incorporar y seguir a través de objetivos CMI la implantación del Modelo de gestión de competencias actitudinales.

	Retos de 2011	Respuesta / actuaciones 2011	Retos para 2012
Diálogo, participación y comunicación	• Diseñar una intranet corporativa para VidaCaixa Grupo que abarque toda la estructura de la nueva compañía. • Desplegar el cuadro de mando integral a todos los niveles (general, específico y personal) a los servicios centrales del nuevo Grupo, facilitando así la comunicación de la estrategia y su materialización a través de los objetivos individuales y departamentales. • Implantar el plan de comunicación interna, apalancada en la intranet corporativa de la nueva compañía.	• Se ha definido el diseño de la nueva intranet corporativa para todo el personal de la compañía, orientado a las necesidades de los diferentes colectivo. • La estrategia, el Cuadro de Mando Integral (CMI) y el Cuadro de Mando Personal (CMP), ha llegado a toda la compañía. Se ha definido el mapa estratégico, así como objetivos e indicadores generales y específicos (pág. 72-73). • El plan de comunicación interna se ha materializado principalmente a través del “Conéctate”, la línea media y las comunidades de recursos humanos (pág. 72, 74).	• Implantar la nueva intranet corporativa, para poder “desconectar” las aplicaciones Lotus Notes. • Consolidar y adaptar el CMI al nuevo perímetro de la compañía. • Implantar un plan de comunicación interna que permita transmitir los aspectos clave del plan estratégico, contribuir a la consecución de objetivos, alienar los esfuerzos de las personas a los objetivos de la compañía.
Mecanismos de compensación, ventajas y beneficios sociales	• Definir una única política retributiva. • Hacer extensivo a toda la plantilla el sistema de retribución variable como herramienta de compensación y de alineamiento con los objetivos estratégicos de la compañía y de cada unidad organizativa. • Completar la homogeneización de los mecanismos de compensación.	• Fruto de la división de compañías, estos retos han adquirido un alcance diferente (pág. 73). • Se ha hecho extensivo a toda la plantilla el sistema de retribución variable a través de Cuadro de Mando Personal (CMP) (pág. 73). • Los mecanismos de compensación se han homogeneizado. Se han revisado puestos, familias y bandas salariales (pág. 73).	• Consolidar una retribución variable como herramienta de compensación y de alineamiento con los objetivos estratégicos. • Trabajar conceptos de compensación total como puesta en valor de la política retributiva de la compañía y como ejercicio de transparencia. • Revisar los mecanismos de compensación a la nueva compañía y al plan estratégico.
Compromiso con los derechos laborales	• Negociar y acordar con la representación legal de los trabajadores (RLT) un alcance homogéneo de los beneficios sociales (condiciones laborales) para los empleados en la nueva entidad. • Desarrollar acciones preventivas.	• En mayo de 2011 se formalizó un acuerdo laboral con la RLT que regula los beneficios sociales. • Se mantiene el sistema de compromiso con los derechos laborales (pág. 74).	• Aplicar de forma gradual el acuerdo, con la actividad de comunicación asociada. • Ofrecer una actuación formativa de refuerzo en materia de prevención de riesgos laborales (PRL) a la totalidad de la plantilla.
Cultura a favor de la Innovación	• Poner a disposición de todos los empleados de servicios centrales y de la red territorial, la herramienta web de generación de Ideas y el proceso de análisis de las mismas. • Reinventar el proceso de innovación, fomentando la generación de ideas relacionadas con el plan estratégico y aumentando la calidad de las ideas recibidas, a través de la plataforma de innovación y campañas de incentivación.	• Se han recibido un total de 408 nuevas ideas para mejorar el servicio a los clientes y la acción comercial en línea con los objetivos del plan estratégico (pág. 44). • En mayo de 2011 se ha puesto a disposición de todos los empleados de servicios centrales y de la red comercial la aplicación web de Ideas, realizando la comunicación correspondiente (pág. 72, 77).	• Impulso del canal de ideas para la participación activa de todos los empleados.

Sociedad

VidaCaixa Grupo a través de su actividad de previsión social desarrolla una importante función social, contribuyendo al desarrollo de una cultura a favor del ahorro y la previsión.

Retos de 2011

Respuesta / actuaciones 2011

Retos para 2012

La función social de la actividad de aseguramiento y de previsión

- Continuar promoviendo el estudio y la difusión de la previsión y el aseguramiento.
- Dialogar con el grupo de interés de empresas y corporaciones en torno a la previsión social empresarial en el marco de la Responsabilidad Corporativa.
- Patrocinar y organizar diversos actos de difusión y promoción de la previsión social empresarial.
- Incrementar la presencia en redes sociales.

- VidaCaixa Grupo ha promovido y participado en más de 20 eventos y jornadas con el objetivo de difundir los beneficios de la previsión social, entre las que destaca: IV Foro de las comisiones de control, la jornada sobre la reforma de las pensiones públicas, entre otras (pág. 51-53).
- VidaCaixa Grupo ha continuado con su participación activa en organizaciones sectoriales para promover la previsión social (pág. 51-53).
- El objetivo de incremento de la presencia en redes sociales se traslada a 2012.

- Continuar promoviendo el estudio y difusión de la previsión y el aseguramiento.
- Patrocinar y organizar actos para difundir la previsión social.
- Incrementar la presencia en Redes Sociales.

Presencia de la Compañía en la sociedad

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

- En 2011, a través de Retorn se colaborado con 18 iniciativas de organizaciones sociales y medioambientales con la participación de 904 personas (pág. 54).
- VidaCaixa Grupo ha continuado colaborando con GAVI Alliance y la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil, extendiendo además la participación con la causa a empresas cliente y sus empleados. Retorn ha contribuido con 10.000 euros y se ha destinado el importe de los regalos navideños, 7.500 euros a la causa (pág. 54-55).

- Continuar con la potenciación de Retorn, como instrumento para canalizar la participación de los empleados.
- Avanzar en el desempeño de los principios del Pacto Mundial y del PRI.

● Objetivo conseguido ● Objetivo parcialmente conseguido ○ Objetivo no conseguido

Medio ambiente

El compromiso a favor del medio ambiente está integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo y en el comportamiento de sus empleados, que son parte activa en la mejora del mismo.

Retos de 2011

Respuesta / actuaciones 2011

Retos para 2012

Estrategia y gestión del impacto ambiental

- Continuar implementando medidas para reducir el consumo energético.
- Potenciar el uso de la videoconferencia.
- Realizar nuevas campañas y comunicaciones de sensibilización para reducir las emisiones de los desplazamientos de los empleados a su lugar de trabajo.
- Estudiar medidas para reducir la huella de carbono.
- Celebrar una nueva Jornada para la mejora del paisaje de oficina.
- Mantener la implementación de medidas dirigidas a reducir el volumen de residuos generados.

- Se ha logrado reducir los consumos relativos por empleado de papel y de agua. Por el contrario, se ha incrementado ligeramente el consumo energético por empleado (pág. 57-58).
- No se ha avanzado con el objetivo de realizar nuevas campañas de sensibilización. Queda pendiente para el año que viene debido al proceso de reorganización del Grupo realizado en 2011.
- Se ha incrementado el volumen de reciclado en plásticos, tóner, pilas y material RAEE (pág. 59).

- Definir una política medioambiental aprobada por la dirección y transmitida a la plantilla.
- Profundizar en las actuaciones encaminadas a reducir la huella de carbono.
- Creación de un espacio de información y comunicación accesible a nivel interno para difundir buenas prácticas ambientales y facilitar información sobre los consumos.





6

Anexo

Alcance del Informe Integrado de VidaCaixa Grupo 2011
Diálogo con los grupos de interés y materialidad
Tabla de indicadores GRI G3.0 y Pacto Mundial de Naciones Unidas
Informe de Revisión Independiente y Declaración GRI

Alcance del Informe Integrado de VidaCaixa Grupo 2011

VidaCaixa Grupo ha publicado su primer Informe Anual Integrado para el ejercicio 2011, en sintonía con las mejores prácticas internacionales en materia de informes anuales promovidas, principalmente, por el International Integrated Reporting Council (IIRC). Así, con el objetivo de ofrecer una visión más completa de la compañía, de sus resultados y de la respuesta a los grupos de interés, en este único informe se presentan la información legal, económica y financiera complementada con aspectos sociales, medioambientales y de gobierno corporativo.

En el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 de VidaCaixa Grupo, el perímetro alcanzaba todas las empresas que la componían, VidaCaixa, AgenCaixa y SegurCaixa Adeslas. Tras la reorganización del Grupo en 2011, con la adquisición del 50% del capital

social de SegurCaixa Adeslas por parte de Mutua Madrileña, queda fuera del perímetro del presente informe toda la actividad de SegurCaixa Adeslas, cuya actividad se reporta a través de su propio Informe Integrado.

Los datos relativos a Medio Ambiente y Personas se refieren a informaciones de VidaCaixa, AgenCaixa y la parte correspondiente a los servicios compartidos con SegurCaixa Adeslas.

El presente informe integrado de VidaCaixa Grupo 2011, se ha realizado de acuerdo con el estándar Global Reporting Initiative GRI G3.0 y sus indicadores específicos del sector financiero y ha sido verificado externamente. Asimismo para la determinación de los temas materiales que se reportan en el informe se ha seguido el estándar AA1000 de Accountability.

Diálogo con los grupos de interés y materialidad

El diálogo con los grupos de interés -empleados, clientes, accionista, sociedad, medio ambiente- está integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo. Para gestionar el diálogo con sus grupos de interés, VidaCaixa Grupo pone a su disposición un conjunto de canales de comunicación.

El diálogo con los grupos de interés se complementa con el Comité de Responsabilidad Corporativa de VidaCaixa Grupo y los tres Sub-

comités consultivos en los que se hallan representados los empleados, clientes, accionista, sociedad, medio ambiente. Los subcomités tienen una función consultiva. A través de ellos se organizan encuentros periódicos con cada uno de los grupos para conocer sus expectativas y obtener su opinión sobre el desempeño responsable de la compañía. En 2011, y a causa de la reorganización del grupo, no se han podido realizar dichos encuentros. En 2012 estos contactos se prevé retomarlos.

Accionista

- Representación en los Órganos de Gobierno.
- Colaboración y comunicación fluida entre las áreas de responsabilidad corporativa.
- Participación en la reunión de expertos de Responsabilidad Corporativa.

Clientes

- Red de cerca de 5.196 oficinas de “la Caixa”.
- 23 delegaciones de AgenCaixa.
- Encuestas telefónicas sobre satisfacción.
- Call Center.
- Cartas al Director.
- Encuentros con clientes del segmento de empresas.

Personas

- Encuestas periódicas de satisfacción.
- Intranet corporativa y comunicados corporativos.
- Convención anual de directivos.
- Formación a la línea media
- Reuniones y encuentros presenciales con la Dirección.
- Plataforma Virtual VCPS para la formación del personal de VidaCaixa Previsión Social.
- Conéctate.
- Canal Ideas (Innova).
- Cuadro de mando integral.
- Aulaforum, la plataforma de formación virtual

Sociedad y medio ambiente

- Obra Social “la Caixa”.
- Retorn.
- Participación en instituciones del sector del aseguramiento y la previsión social y de la responsabilidad corporativa.
- Participación en foros y conferencias y envío de notas de prensa y comunicados a los medios.
- Contactos con los gestores de inversión.
- Diálogo fluido con las gestoras de fondos en el marco de los PRI.

Materialidad

En el Informe Anual Integrado, además de ofrecer información referente al desempeño económico, social y ambiental de la compañía, se da respuesta a aquellos temas relevantes que son objeto de interés por los grupos de interés de la compañía.

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

- La revisión de otros informes de responsabilidad corporativa del sector asegurador a nivel nacional e internacional.
- La consulta a los grupos de interés.
- La consulta a Directores, Directores de Área, Jefes de Departamento y Responsables de VidaCaixa Grupo acerca de los temas relevantes a incluir en el presente informe, a través de una encuesta online.

Principales conclusiones del encuentro con expertos en responsabilidad corporativa

- La gestión responsable de VidaCaixa Grupo se ha valorado en general de forma positiva, evidenciándose una progresión favorable en la mejora del desempeño.
- La iniciativa de elaborar un Informe Integrado ha sido vista positivamente y se ha animado a su consecución, ya que ayudará a unir el negocio con la responsabilidad corporativa.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo se considera mejor que la de la competencia, según los expertos consultados, han sido:
 - La calidad de los productos y servicios.
 - La ética empresarial (alta dirección, empleados).
 - El desarrollo profesional de los empleados (plan de carrera, formación).
 - Las acciones en beneficio de la sociedad (Acción social, creación de empleo o colaboración en programas para fomentar la educación financiera de la población).
 - El fomento de hábitos de vida y de prevención saludables.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo se ha valorado de manera similar a la de la competencia, según los expertos consultados, han sido:
 - La información clara y transparente sobre los productos y servicios ofrecidos y prácticas de publicidad no engañosa.
 - La satisfacción de los clientes.
 - La intensificación del diálogo con los grupos de interés.
 - La accesibilidad a los productos de aseguramiento.
 - El buen gobierno y la transparencia.
 - Los procedimientos para la selección de proveedores responsables social y ambientalmente.
 - La gestión prudente, sostenible y solvente del negocio.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo se ha considerado mejorable respecto a la de la competencia, según los expertos consultados, han sido:
 - Introducción de criterios sostenibles en productos y servicios.
 - Acciones para reducir el impacto en el medio ambiente.

Participantes en las consultas a grupos de interés

Accionistas

- CaixaBank

Instituciones académicas y medios de comunicación

- IESE
- MediaResponsable

Organizaciones sociales y medioambientales

- Edad & Vida
- Creant

Organizaciones de consumidores y sindicatos

- CECU Madrid – Confederación Española de Consumidores y Usuarios
- CECOT
- UGT

Instituciones del sector seguros

- UNESPA

En la siguiente tabla se muestran los temas relevantes sobre los que se ha centrado el reporte sobre la gestión responsable de VidaCaixa Grupo en el período de 2011.

MATRIZ DE TEMAS RELEVANTES

		Madurez del tema	
		En consolidación	Integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo
Importancia para los grupos de interés	Muy importante	Información clara y transparente sobre los productos y servicios ofrecidos y prácticas de publicidad no engañosa. Introducción de criterios sostenibles en productos y servicios.	La satisfacción de los clientes. Gestión prudente, sostenible y solvente del negocio. Buen gobierno y transparencia. Ética empresarial (alta dirección, empleados).
	Importante	Las acciones en beneficio de la sociedad (Acción social, creación de empleo o colaboración en programas para fomentar la educación financiera de la población). El fomento de hábitos de vida y de prevención saludables. Procedimientos para la selección de proveedores responsables social y ambientalmente. La accesibilidad a los productos de aseguramiento.	La calidad de los productos y servicios.
	Creciente	La función social de la actividad de aseguramiento. Acciones para reducir el impacto en el medio ambiente. Intensificación del diálogo con los grupos de interés. Mejora de la cultura financiera en aseguramiento.	Incremento del valor para el accionista. El bienestar de los empleados (conciliación de la vida profesional y familiar, fomento de la igualdad y la integración, etc.). El desarrollo profesional de los empleados (plan de carrera, formación). La innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías.
		Temas relevantes relacionados con clientes. Temas relevantes relacionados con empleados. Temas relevantes relacionados con sociedad.	Temas relevantes relacionados con medio ambiente. Temas relevantes relacionados con accionistas.

6.3

Tabla de indicadores
GRI G3.0 y Pacto Mundial
de Naciones Unidas

1	ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	Informado	Páginas 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.	●	1. Carta del Presidente (Página 5)
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	●	2.2 VidaCaixa Grupo (en cuanto a la descripción de un sistema de gestión eficiente y sostenible, desde el punto de vista económico, social y ambiental) (página 8) 5 Objetivos y retos (página 83-90)
2	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	Informado	Páginas Informe
2.1	Nombre de la organización.	●	Interior portada y contraportada
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	●	2.3 Estructura accionarial (página 10), Liderazgo en el sector asegurador español (páginas 35-41)
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (JV).	●	2.2 VidaCaixa Grupo (página 8), 2.3 Estructura accionarial (página 10)
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	●	2.2 VidaCaixa Grupo (página 8), 2.3 Estructura accionarial (página 10)
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.	●	VidaCaixa Grupo desarrolla su actividad en el mercado español (página 6)
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	●	2.3 Estructura accionarial (página 10)
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	●	VidaCaixa Grupo desarrolla su actividad en el mercado español, obteniendo y generando la práctica totalidad de los ingresos y gastos en este mercado (página 6)
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido: • 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	●	2.1 Datos más relevantes (página 7)
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos: • La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones, y • 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).	●	1. Carta del Presidente (página 5), 2.3. Estructura accionarial (página 10)
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	●	Página 63

3 PARÁMETROS DE LA MEMORIA		Informado	Páginas Informe
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año natural).	●	La información contenida en el presente informe hace referencia al año natural 2011 (ver portada).
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	●	Este es el primer Informe Anual Integrado de VidaCaixa Grupo que se publica. Los informes anteriores corresponden a VidaCaixa Grupo (informe Anual 2010 e Informe de Responsabilidad Corporativa 2010).
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	●	El Informe Integrado de VidaCaixa Grupo se realiza con carácter 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: • 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	●	6.2 Diálogo con los grupos de interés. El contenido del presente informe se basa en las guías de elaboración de memorias, suplementos específicos y protocolos técnicos del GRI.
3.6	Cobertura de la memoria (p. ej., países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	●	La información económica y financiera incluida en el presente informe toma como base las cuentas anuales consolidadas de VidaCaixa Grupo y sociedades dependientes. Destacar que para el caso de la sociedad participada SecurCaixa Adeslas, VidaCaixa participa de los beneficios de SecurCaixa Adeslas a través de la consolidación del dividendo, atendiendo a la situación accionarial de la compañía. Más allá de esta participación en beneficios, el presente informe no detalla la actividad de esta compañía (página 15). Las cuentas anuales y el informe de gestión del ejercicio 2011 pueden consultarse en http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/memoria_anual.html; 6.2 Diálogo con los grupos de interés y materialidad.
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	●	No existen limitaciones del alcance o cobertura del presente 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 periodos y/o entre organizaciones.	●	El perímetro del presente informe es VidaCaixa Grupo y sus sociedades VidaCaixa y AgenCaixa. SecurCaixa Adeslas participada en un 49,9% por VidaCaixa Grupo, dispone de políticas y de un sistema de gestión y de un Informe integrado propio.
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.	●	El contenido del presente informe se basa en las guías de elaboración de memorias, suplementos específicos y protocolos técnicos del GRI.
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 periodos informativos, naturaleza del negocio o métodos de valoración).	●	No se ha producido dicha reformulación de la información.
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	●	En 2011, se han producido cambios significativos en el alcance del informe, derivados de la reorganización del Grupo. Se incluyen en el apartado 2.3 Estructura accionarial (página 10). No hay cambios en los métodos de cálculo.
3.12	Tabla que indica la localización de las Contenidos básicos en la memoria.	●	Índice del informe, 6.3 Tabla de indicadores GRI G3.0 y Pacto Mundial de las Naciones Unidas.
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye 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.	●	Informe de revisión independiente (páginas 111-114)

4 GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN GRUPOS INTERÉS		Informado	Páginas Informe
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.	●	2.3 Estructura accionarial (página 10) e I+A200
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).	●	3.1 Órganos de gobiernos y de gestión (página 17) e Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html
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.	●	3.1 Órganos de gobiernos y de gestión (página 17) e Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	●	3.1 Órganos de gobiernos y de gestión (página 17) e Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html , 3.2 Ética empresarial (página 21)
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).	●	3.1 Órganos de gobiernos y de gestión (página 17) e Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	●	3.1 Órganos de gobiernos y de gestión (página 17) e Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	●	3.1 Órganos de gobiernos y de gestión (página 17) e Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html
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.	●	2.2 VidaCaixa Grupo (página 8)
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.	●	3.1 Órganos de gobierno y de gestión (página 17) e Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	●	3.1 Órganos de gobierno y de gestión (página 17) e Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	●	4.4 Gestión prudente y solvente (páginas 47-50)

		Informado	Páginas Informe
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	●	Principales pactos y adhesiones (página 22-23) 4.4. Gestión prudente y solvente (página 47) 4.5. Gestión sostenible (página 51)
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: • Esté presente en los órganos de gobierno • Participe en proyectos o comités • Proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios • Tenga consideraciones estratégicas	●	4.5. Gestión sostenible (páginas 51-81)
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	●	6.2 Diálogo con los grupos de interés (página 93)
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	●	6.2 Diálogo con los grupos de interés (página 93)
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.	●	6.2 Diálogo con los grupos de interés (página 93-95)
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.	●	6.2 Diálogo con los grupos de interés (página 93)

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN Y/O DIRECCIÓN

DIMENSIÓN ECONÓMICA	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador
Desempeño económico	●	2.1 Datos más relevantes (página 7), 4.3 VidaCaixa Grupo en 2011 (páginas 34-46)	
Presencia en el mercado	●	Elementos diferenciales del negocio (página 42)	
Impacto económico indirecto	●	4.5 Gestión sostenible (página 51)	

DIMENSIÓN AMBIENTAL	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador
Materiales	●	Respeto por el medio ambiente (página 56)	
Energía	●	Respeto por el medio ambiente (página 57)	
Agua	●	Respeto por el medio ambiente (página 58)	
Biodiversidad	○	N.A.	VidaCaixa Grupo no dispone de instalaciones en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
Emisiones, vertidos y residuos	●	Respeto por el medio ambiente (página 56)	
Productos y servicios	●	4.4 Gestión prudente y solvente (páginas 47-50)	
Cumplimiento normativo	●	Respeto por el medio ambiente (página 56)	
Transporte	●	Respeto por el medio ambiente (página 58)	
Aspectos generales	●	Respeto por el medio ambiente (página 56-59), 5. Objetivos y retos (página 90), 6.3 Tabla indicadores (página 96)	

DIMENSIÓN SOCIAL - Prácticas laborales y ética en el trabajo	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador
Empleo	●	Gestión sostenible de la cadena de valor (página 60), Excelente lugar para trabajar (páginas 67-80)	
Relación Empresa/Trabajadores	●	Diálogo, participación y comunicación (páginas 71-72)	
Salud y Seguridad en el trabajo	●	Salud y seguridad en el trabajo (página 77)	
Formación y Educación	●	Desarrollo del talento y de la capacidades organizacionales (páginas 78-80)	
Diversidad e Igualdad de oportunidades	●	Igualdad de oportunidades e integración laboral (página 75)	

DIMENSIÓN SOCIAL - Derechos Humanos	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador
Prácticas de inversión y aprovisionamientos	●	3.2 Ética empresarial (página 21)	
No discriminación	●	Igualdad de oportunidades e integración laboral (página 75)	
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	●	Derechos colectivos (página 76)	
Abolición de la Explotación Infantil	●	Dado su ámbito de actuación, en VidaCaixa Grupo no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo.	
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	●	Dado su ámbito de actuación, en VidaCaixa Grupo no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo.	
Prácticas de Seguridad	●	Diálogo, participación y comunicación (páginas 71-72)	
Derechos de los indígenas	○	N.A.	La actividad de aseguramiento y previsión social desarrollada por VidaCaixa Grupo se centra exclusivamente en el territorio Español

DIMENSIÓN SOCIAL - Sociedad	Informado	Páginas Informe
Comunidad	●	4.5 VidaCaixa Grupo con el entorno (páginas 51-59)
Corrupción	●	Página 21-23
Política Pública	○	3.2 Ética empresarial (página 21).
Comportamiento de Competencia Desleal	●	En 2011 no hay procedimientos abiertos en contra de VidaCaixa Grupo por prácticas anticompetencia.
Cumplimiento normativo	●	3.2 Ética empresarial (página 21); Comunicación transparente y veraz y protección de datos y de la intimidad de los clientes (página 66).

DIMENSIÓN SOCIAL - Responsabilidad de producto		Informado	Páginas Informe
Salud y Seguridad del Cliente			Comunicación transparente y veraz y protección de datos y de la intimidad de los clientes (página 66)
Etiquetado de Productos y Servicios			Comunicación transparente y veraz y protección de datos y de la intimidad de los clientes (página 66)
Comunicaciones de Marketing			Comunicación transparente y veraz y protección de datos y de la intimidad de los clientes (página 66)
Privacidad del Cliente			Atención al cliente (páginas 63-65); Comunicación transparente y veraz y protección de datos y de la intimidad de los clientes (página 66)
Cumplimiento normativo			4.5 VidaCaixa Grupo con el entorno (páginas 51-59)

INDICADORES GRI G3.0 Y ESPECÍFICOS DEL SECTOR FINANCIERO

INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
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		4.3 VidaCaixa Grupo en 2011 (página 34); La aportación de VidaCaixa Grupo a la Obra Social “la Caixa” (página 53); Formación y desarrollo profesional (página 78); Ventajas y beneficios sociales (página 74)	No se informa sobre el valor económico directo distribuido: pagos a gobiernos.	N.A.	El desglose por país no es relevante porque la actividad de VidaCaixa Grupo se realiza en España.
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	C		Gestión de las inversiones (páginas 49-50)			
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	C		Mecanismos de compensación, ventajas y beneficios sociales (página 73)			
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	C		En 2011, no se ha recibido ningún tipo de ayuda o subvención para el desarrollo de la actividad.			
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	A		Mecanismos de compensación, ventajas y beneficios sociales (página 73)			
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	C		Proveedores (página 81)			
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	C				N.A.	La actividad de VidaCaixa Grupo se centra en el territorio nacional.
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		VidaCaixa Grupo con el entorno (página 51)			
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	A		VidaCaixa Grupo con el entorno (página 51)			

INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	C	●	Respeto por el medio ambiente (páginas 56-59)			
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	C	●	Respeto por el medio ambiente (páginas 56-59)			
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	C	●	Respeto por el medio ambiente (páginas 56-59)			
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	C	●	Respeto por el medio ambiente (páginas 56-59)			
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	A	●	Actuaciones desarrolladas para minimizar el impacto ambiental (páginas 56-59)			
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	●	Actuaciones desarrolladas para minimizar el impacto ambiental (páginas 56-59)			
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	A	●	Actuaciones desarrolladas para minimizar el impacto ambiental (páginas 56-59)			
EN8	Captación total de agua por fuentes.	C	◐	Consumo de agua (página 58)	No se informa sobre el volumen de agua procedente de fuentes que no sean de abastecimiento local.	N.A.	La totalidad el agua consumida procede de una única fuente de abastecimiento local.
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	A	○			N.A.	El agua que utiliza VidaCaixa Grupo es siempre de abastecimiento municipal, por lo que no se afecta a fuentes de agua ni a hábitats relacionados.
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	A	○			N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.
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	○			N.A.	VidaCaixa Grupo no dispone de instalaciones en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
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	○			N.A.	VidaCaixa Grupo no realiza ninguna actividad nociva en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	A	○			N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	A	○			N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.

		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
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				N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	C		Emisiones CO ₂ (página 58)			
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	C				N.A.	Indicador no aplicable dado que la actividad de VidaCaixa Grupo no genera otras emisiones indirectas.
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	A		Respeto por el medio ambiente (páginas 56-59)		N.M.	En este indicador se detallan las iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, pero no se cuantifican las reducciones logradas. Se valorará la posibilidad de implementar herramientas de cálculo para este indicador a medio plazo.
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	C				N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.
EN20	NO _x , SO _x y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	C				N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.
EN21	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	C		Agua (página 58)			Indicador no aplicable ya que en la actividad de la compañía los vertidos de aguas residuales únicamente provienen de las aguas sanitarias
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	C		Gestión de residuos (página 59)			
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	C				N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.
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				N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.
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				N.A.	Indicador no aplicable a la actividad de VidaCaixa Grupo.
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	C		Actuaciones desarrolladas para minimizar el impacto ambiental (páginas 56-59)			
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	C				N.A.	VidaCaixa Grupo únicamente comercializa productos y servicios de aseguramiento y previsión social y, por tanto, no son susceptibles de ser recuperados.

		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	C	●	Durante 2011 VidaCaixa Grupo no ha sido objeto de multa 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	●	Actuaciones desarrolladas para minimizar el impacto ambiental (páginas 56-59)	No se informa sobre los impactos ambientales derivados de los productos y servicios ni sobre los criterios y la metodología para determinar qué impactos ambientales son significativos.	N.M.	El transporte de productos y servicios de VidaCaixa Grupo no tiene impactos significativos.
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	A	○			N.M.	Información no material.

INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL	Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
----------------------------------	------	-----------	-----------------	--	---------------	-----------------------

PRÁCTICAS LABORALES

LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	C	●	Apuesta por el empleo de calidad y la diversidad (páginas 67-69)			
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	C	●	Apuesta por el empleo de calidad y la diversidad (páginas 67-69)			
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	C	●	Ventajas y beneficios sociales (página 74)			
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	C	●	Derechos colectivos (página 76)			
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	C	●	En lo que se refiere a cambios organizativos, VidaCaixa Grupo sigue los trámites establecidos en el Estatuto de los Trabajadores. Para los cambios que supongan modificaciones sustanciales de las condiciones de trabajo, la compañía cumple con los 30 días de preaviso previstos en la legislación vigente.			
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	●	Salud y seguridad en el trabajo (página 77)			
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	C	●	Salud y seguridad en el trabajo (página 77)			
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	●	Salud y seguridad en el trabajo (página 77)			
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	A	●	Salud y seguridad en el trabajo (página 77)			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	C	●	Desarrollo del talento y de las capacidades organizacionales (páginas 78-80)	No se desglosa por categoría de empleado.	N.A.	Se valorará la posibilidad de definir a medio plazo (2014).

		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
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		Páginas 76-78	No se informa sobre la formación continua a empleados que les apoye en la gestión del final de sus carreras profesionales ni tampoco sobre la oferta de planes de pre-jubilación a empleados que se van a retirar.	N.A.	Se valorará la posibilidad de definir a medio plazo (2014).
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	A		Desarrollo del talento y de la capacidades organizacionales (páginas 78-80)			
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		Apuesta por el empleo de calidad y la diversidad (páginas 67-69)			
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	C		Ventajas y beneficios sociales (página 74)			No se reporta este indicador por género y categoría profesional.

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		Gestión de las inversiones (páginas 49-50). Todas las inversiones de VidaCaixa Grupo están sujetas a los principios PRI y, por tanto, requieren el cumplimiento de cláusulas vinculadas a derechos humanos.			
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				N.A.	Los sistemas de información actuales de la compañía no permiten obtener esta información. Se valorará la posibilidad de implantar herramientas de cálculo para este indicador a medio plazo (2014).
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 y en el Código Ético de VidaCaixa Grupo se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés.		N.A.	Sólo se informa cualitativamente.
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	C		Durante 2011 no se ha producido en VidaCaixa Grupo ninguna incidencia por discriminación.			
HR5	Actividades de la Compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	C		Durante 2011 VidaCaixa Grupo 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 su ámbito de actuación, en VidaCaixa Grupo no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo.			

		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
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 su ámbito de actuación, en VidaCaixa Grupo 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	●	Todos los vigilantes de seguridad que trabajan en VidaCaixa Grupo son contratados a través de una empresa que ha certificado que dichas personas han recibido la formación correspondiente.			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	A	○			N.A.	La actividad de aseguramiento y previsión social desarrollada por VidaCaixa Grupo se centra exclusivamente en el territorio Español.

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	●	Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vida caixa-segur caixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html , Gestión del riesgo (página 47)			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	C	●	Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vida caixa-segur caixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html , Gestión del riesgo (página 47). Todas las unidades de negocio están sujetas a la aplicación y cumplimiento del código ético de la compañía.			
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	C	●	3.2 Ética empresarial (página 21). Todos los trabajadores de VidaCaixa Grupo reciben formación en materia anticorrupción a través del Código Ético de la compañía.			
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	C	●	Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vida caixa-segur caixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html (páginas 12-13)			
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i> .	C	●	VidaCaixa Grupo no tiene una política general definida con relación a la participación en el desarrollo de políticas públicas o actividades de lobbying.			
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	A	●	Durante 2011 no se ha producido por parte de VidaCaixa Grupo dichas aportaciones.			

		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	A	●	Durante 2011 no se ha producido en VidaCaixa Grupo ningún tipo de acción por causas relacionadas con prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.			
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	C	●	Durante 2011 no se han producido en VidaCaixa Grupo sanciones, multas ni incumplimientos significativos.			

REPONSABILIDAD 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	●	Páginas 27-31, 33-40, 41-42	Los impactos sobre la seguridad y salud de los productos y servicios no se evalúan por parte de VidaCaixa Grupo.	N.A.	Indicador no aplicable debido a que dentro de la actividad de VidaCaixa Grupo no se realizan este tipo de acciones / servicios.
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	●	Durante 2011 VidaCaixa Grupo no ha incurrido en ningún incidente por este motivo, sin haberse derivado sanciones, ni preavisos por incumplimiento de legislación o códigos voluntarios en materia de seguridad y salud de productos y servicios.			
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	●	Comunicación transparente y veraz (página 66)	Sólo se informa cualitativamente. No se reporta el porcentaje de productos y servicios que cumplen requisitos de información y etiquetado.	N.A.	Los sistemas de información actuales de la compañía no permiten obtener esta información. Se valorará la posibilidad de implantar herramientas de cálculo para este indicador a medio plazo (2014).
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	●	Durante 2011 VidaCaixa Grupo no ha recibido sanciones o resoluciones contrarias ni preavisos por incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios en materia de publicidad por información de productos.			
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	A	●	Clientes (páginas 60-66)			
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	●	Comunicación transparente y veraz (página 66)			
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	●	Durante 2011 VidaCaixa Grupo no ha recibido ninguna sanción por incumplimiento en materia de publicidad o información sobre productos.			

		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	A	●	Durante 2011 VidaCaixa Grupo no ha recibido ninguna reclamación en relación con el respeto a la privacidad la fuga de datos personales de los clientes (página 64).			
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el	C	●	Durante 2011 VidaCaixa Grupo no ha recibido sanciones debidas al incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.			

IMPACTO DEL PRODUCTO Y SERVICIO	Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
---------------------------------	------	-----------	-----------------	--	---------------	-----------------------

Revelaciones específicas acerca de la gestión en el sector de servicios financieros

FS1	Políticas con componente medioambiental y social aplicadas a las líneas de negocio.	C	●	4.5 Gestión sostenible (páginas 51-81)			
FS2	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	C	●	4.5 Gestión sostenible (páginas 51-81)			
FS3	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	C	●	4.5 Gestión sostenible (páginas 51-81)			
FS4	Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.	C	●	4.5 Gestión sostenible (páginas 51-81)			
FS5	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	C	●	4.4 Gestión prudente y solvente (páginas 47-50)			

Indicadores de gestión del portfolio de producto

FS6	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector.	C	◐	VidaCaixa Grupo desarrolla su actividad en el mercado español y la práctica totalidad de los ingresos y gastos son generados en este mercado. Sus mercados servidos abarcan cerca de 5,9 millones de clientes.			
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio, desglosado por objetivos.	C	●	Gestión de las inversiones (páginas 49-50)			
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio, desglosado por objetivos.	C	●	Gestión de las inversiones (páginas 49-50)			

Indicadores de gestión de procesos de auditoría

FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y de los procedimientos para evaluar el riesgo.	C	●	Gestión del riesgo (páginas 47-48); Gestión de las inversiones (página 48-50)	Se informa sobre procedimientos de evaluación de riesgos.		
-----	--	---	---	--	---	--	--

		Tipo	Informado	Páginas Informe	Si procede, indique el ámbito no informado	Razón omisión	Comentarios indicador
Indicadores de gestión del ejercicio de la propiedad							
FS10	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	C	●	Gestión de las inversiones (páginas 49-50)			El 100% de las inversiones se gestionan mediante criterios ESG.
FS11	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	C	●	Gestión de las inversiones (páginas 49-50)			
FS12	Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.	C	●	Informe Anual de Gobierno Corporativo http://www.vidacaixa-segurcaixaadeslas.es/cas/info_corporativa/gobierno_corporativo.html (páginas 16-17)			
FS13	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	C	●	Multicanalidad al servicio del cliente (páginas 45-46; 62)			
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	C	●	Multicanalidad al servicio del cliente (páginas 45-46; 62)			
FS15	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	C	●	Comunicación transparente y veraz y protección de datos y de la intimidad de los clientes (página 56)			
FS16	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipos de beneficiarios.	C	●	Contribución a la generación de una cultura a favor del ahorro y la previsión (páginas 50-52)			

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS (GLOBAL COMPACT)

DERECHOS HUMANOS	Páginas Informe	Indicadores GRI
Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos internacionales, en su ámbito de influencia.	pág. 21	HR1, HR2, HR3, HR4, HR8
Las empresas deben asegurarse que no son cómplices de abusos de derechos humanos.	pág. 21	HR1, HR2, HR3, HR4, HR8
TRABAJO	Páginas Informe	Indicadores GRI
Las empresas deben defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	pág. 67-80	HR5, HR6, HR7, HR9, LA (1 a 14)
Las empresas deben eliminar toda forma de trabajo forzado y obligatorio.	pág. 67-80	HR5, HR6, HR7, HR9, LA (1 a 14)
Las empresas deben abolir efectivamente el trabajo infantil.	pág. 67-80	HR5, HR6, HR7, HR9, LA (1 a 14)
Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	pág. 67-80	HR5, HR6, HR7, HR9, LA (1 a 14)
MEDIO AMBIENTE	Páginas Informe	Indicadores GRI
Las empresas deben apoyar un enfoque de precaución frente a los retos medioambientales.	pág. 56-59	EN (1 a 30)
Las empresas deben acometer iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental.	pág. 56-59	EN (1 a 30)
Las empresas deben impulsar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	pág. 56-59	EN (1 a 30)
ANTICORRUPCIÓN	Páginas Informe	Indicadores GRI
Las empresas deben luchar contra toda forma de corrupción, incluyendo el chantaje y el soborno.	pág. 19	SO (2 a 8)

Informe de Revisión Independiente y Declaración GRI



INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL INTEGRADO 2011

A la Dirección de VidaCaixa Grupo, S.A.:

Alcance del trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos de la información de Responsabilidad Corporativa contenida en el Informe Anual Integrado 2011 (en adelante IAI 2011) de VidaCaixa Grupo, S.A. y su Grupo de Sociedades (en adelante VidaCaixa) para el ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2011:

- La adaptación de los contenidos del IAI 2011 a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), así como la validación de los indicadores de desempeño centrales propuestos en dicha guía y de los correspondientes al suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros (descritos en las páginas 101-109 del IAI 2011).
- La adecuación de los contenidos del IAI 2011 a los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta de la Norma AA1000 Accountability Principles Standard 2008 emitida por AccountAbility, Institute of Social and Ethical Accountability (en adelante, AA1000APS (2008)).

La preparación del IAI 2011, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de VidaCaixa, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información y los sistemas para la aplicación de los principios de la AA1000APS (2008). Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Criterios y procedimientos aplicados para realizar la verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (Limited Assurance Engagements)* emitida por el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la *Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa* emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España. Asimismo, hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con la Norma AA1000 *Assurance Standard 2008* de AccountAbility, bajo un encargo de aseguramiento moderado Tipo 2, para proporcionar un aseguramiento limitado sobre los indicadores de desempeño centrales y los contenidos en el suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros de la Guía G3 del GRI correspondientes al año 2011, y la aplicación de los principios de la AA1000APS (2008).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de VidaCaixa que han participado en la elaboración del IAI 2011, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que, con carácter general, se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de VidaCaixa para conocer los enfoques de gestión aplicados y obtener la información necesaria para la revisión externa.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Avenida Diagonal, 640, 08017 Barcelona, España
T: +34 932 532 700 F: +34 934 059 032, www.pwc.com/es

R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.267, libro 8.054, sección 3ª. Inscrita en el R.O.A.C. con el número S0242 - CIF: B-79 031290



- Reuniones con el personal de VidaCaixa para conocer los procedimientos, sistemas y enfoques de gestión empleados en relación con la consideración y cumplimiento de los principios de la AA1000APS (2008).
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos de Responsabilidad Corporativa presentados en el IAI 2011.
- Revisión de la efectividad de los procesos utilizados para cumplir con los principios de la AA1000APS (2008).
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IAI 2011 a lo señalado en la Guía G3 del GRI y a los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta de la norma AA1000APS (2008), así como la comprobación de que los indicadores centrales y los indicadores específicos del suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros, incluidos en el IAI 2011, se corresponden con los recomendados por dicho estándar, y que se indican tanto los no aplicables como los no disponibles.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados a cada grupo de indicadores.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores centrales y los indicadores específicos del suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros correspondientes al ejercicio 2011 incluidos en el IAI 2011, y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de VidaCaixa.

El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el *Código Ético* de la International Federation of Accountants (IFAC). El trabajo ha sido realizado por un equipo de especialistas en sostenibilidad con amplia experiencia en la revisión de este tipo de informes.

Conclusión

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información de Responsabilidad Corporativa del IAI 2011 de VidaCaixa contiene errores significativos o no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3).

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la información de Responsabilidad Corporativa del IAI 2011 de VidaCaixa no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta establecidos en la norma AA1000APS (2008). En concreto:

- En cuanto al principio básico de **inclusividad** de la AA1000APS (2008), no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la Dirección de VidaCaixa no ha establecido un proceso de implicación y participación de los grupos de interés a través del cual la Dirección identifica cuáles son sus grupos de interés y comprende de forma equilibrada y exhaustiva cuáles son sus expectativas, así como la forma de implicarse con ellos.
- En cuanto al principio de **relevancia** de la AA1000APS (2008), no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la Dirección de VidaCaixa no dispone de una comprensión equilibrada de los asuntos de sostenibilidad relevantes para la organización y sus grupos de interés.



- En cuanto al principio de **capacidad de respuesta** de la AA1000APS (2008), no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que la Dirección de VidaCaixa no dispone de un proceso para desarrollar las respuestas apropiadas a los asuntos relevantes y a las expectativas de los grupos de interés.

Recomendaciones

Adicionalmente, durante el proceso de verificación realizado han surgido algunas observaciones y recomendaciones relativas a las mejoras en la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, que serán presentadas a la Dirección de VidaCaixa en un documento interno. A continuación se presenta un resumen de las recomendaciones más significativas, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe.

Inclusividad

El diálogo con los grupos de interés forma parte de la estrategia de VidaCaixa, y se realiza a través de los distintos canales de comunicación de los que dispone. Existen tres subcomités consultivos en los cuales se hallan representados los empleados, los clientes, la sociedad y el medio ambiente. En 2011, y a causa de la reorganización del grupo, estos subcomités no han estado operativos. Se recomienda retomar estas reuniones y ampliar el análisis de prioridades de forma que incorpore, con el mismo nivel de profundidad, a todos los grupos de interés relevantes.

Relevancia

VidaCaixa evalúa la materialidad y relevancia de los asuntos de Responsabilidad Corporativa en base a consultas a los principales grupos de interés, tanto internos como externos. Se recomienda consolidar un procedimiento que garantice una adecuada cobertura de todos los aspectos relacionados con la Responsabilidad Corporativa del grupo, y que permita establecer una metodología de evaluación.

Capacidad de respuesta

El diálogo con los grupos de interés se complementa con el Comité de Responsabilidad Corporativa, que vela para que las expectativas de los mismos sean gestionadas de forma eficiente. Se recomienda involucrar de forma más activa a este Comité en la toma de decisiones en materia de Responsabilidad Corporativa del Grupo, así como desarrollar un Plan Director de Responsabilidad Corporativa que priorice las respuestas a las expectativas de los diferentes grupos de interés.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

Mª Luz Castilla
Director
29 de junio de 2012





Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **VidaCaixa Grupo** ha presentado su memoria “2011 Informe Anual Integrado” a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI.

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 29 de junio 2012



Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva

Global Reporting Initiative



Se ha añadido el signo “+” al Nivel de Aplicación porque VidaCaixa Grupo ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. www.globalreporting.org

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 27 de junio 2012. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

Para más información

General

VidaCaixa Grupo
Juan Gris, 20-26. 08014, Barcelona
Teléfono: 93 227 87 00 / Fax: 93 298 90 05
Dirección en Internet: www.vidacaixa.com

Responsabilidad Corporativa

Marc Puig Ramos
Director de Desarrollo Corporativo y Calidad
Juan Gris, 20-26. 08014, Barcelona
Teléfono: 93 227 88 50 / Fax: 93 298 90 08

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

Otras publicaciones:

Informe Anual VidaCaixa Grupo 2010
Informe de Responsabilidad Corporativa VidaCaixa Grupo 2010

VidaCaixa Grupo, S.A.U

Domicilio Social: Juan Gris, 20-26 – 08014 Barcelona, España
Número de identificación fiscal: A 60196946
Teléfono: (34) 93 227 87 00
Fax: (34) 93 298 90 05
Dirección en Internet: www.vidacaixa.com

