



2

**Relaciones con los clientes**

## 2.1

# Productos innovadores y sostenibles de aseguramiento y previsión

## Una sólida base de clientes

5,9 millones de clientes, un 74% más que en 2009, han depositado su confianza en VidaCaixa Grupo

Con la integración de Adeslas, son cerca de 5,9 millones las personas que han otorgado su confianza a la gestión y a los productos de aseguramiento y previsión social de VidaCaixa Grupo.

En 2010, más de 2,5 millones de nuevos clientes particulares se han integrado en el colectivo de asegurados y partícipes de VidaCaixa Grupo, lo cual confirma un año más el crecimiento sostenido experimentado desde la creación de la Compañía en 1992.

### Evolución del número de clientes de VidaCaixa Grupo

millones



En el negocio de grandes clientes corporativos y colectivos, más de 1.700 empresas y organismos continúan otorgando su fidelidad a VidaCaixa Grupo. Adicionalmente, más de 100.000 pymes y empresarios autónomos han depositado su confianza en la gama de productos específicamente diseñados para este colectivo.

### Distribución de los clientes de VidaCaixa Grupo

2010

Clientes negocio particulares	3.140.750
Clientes negocio pymes y autónomos	378.521
Clientes negocio empresas	2.734.587

### Distribución del número de clientes empresas y colectivos

2010

Pymes	47.150
Empresarios autónomos	56.931
Compañías multinacionales	812
Compañías que forman parte del IBEX 35	29
Organismos públicos	919

# Productos enfocados a las necesidades de los clientes

En 2010, VidaCaixa Grupo ha lanzado 11 nuevos productos de aseguramiento y previsión social

El diseño dirigido a cubrir las necesidades de aseguramiento y previsión social de los clientes es la prioridad de VidaCaixa Grupo. A lo largo de 2010, la oferta del Grupo se ha ampliado con once nuevos productos.

Con esta nueva oferta de productos, por un lado, se amplía la oferta a nuevos colectivos, como por ejemplo las pymes, que son un sector estratégico del Grupo, y por otro, se amplía la oferta con nuevos servicios y nuevas coberturas no disponibles anteriormente (un ejemplo de ello es Adeslas Visión).

En el ámbito del ahorro, se han realizado dos emisiones de la Libreta Futuro, el tradicional seguro dotal de VidaCaixa, y se han comercializado cinco nuevos planes de pensiones individuales –el PlanCaixa 4 Plus II, el PlanCaixa 4 Plus III, el PlanCaixa 5 Flash, el PlanCaixa Momento y el PlanCaixa Tándem–, que contribuyen a completar la extensa cartera de productos individuales de ahorro para la jubilación de VidaCaixa Grupo.

## Diseño de productos específicos para cada segmento de clientes

En línea con el esfuerzo innovador de VidaCaixa Grupo, en el año 2010 cabe destacar el lanzamiento del PlanCaixa Tándem, un producto de ahorro-previsión especialmente diseñado para los clientes del segmento de Banca Privada y Banca Personal, que combina un plan de pensiones con un plan de previsión asegurado.

**Sume ideas para llegar al futuro que usted decida**

**PlanCaixa Tándem A medida**

Banca Personal

la Caixa

Con el objetivo de dar soluciones para la financiación eficiente de las situaciones de dependencia, y dentro del marco legislativo establecido en la Ley de Promoción de Autonomía Personal y Atención a las Personas en Situación de Dependencia, en el año 2009 la Compañía incorporó a uno de sus productos con mayor aceptación y tradición, como es la Renta Vitalicia, una nueva cobertura de dependencia severa y gran dependencia. Así, con estos productos, tras el pago de una prima inicial, el asegurado empieza a percibir una renta mensual con carácter vitalicio, pudiendo escoger la modalidad de plazo de garantía y tipo de interés que más se ajuste a sus necesidades, desde anual

En el ámbito de la salud se han comercializado 5 nuevos productos con amplias y flexibles coberturas

a vitalicio. A su fallecimiento, los beneficiarios perciben un capital. En caso de sufrir una situación de dependencia severa o gran dependencia, la nueva cobertura ofrece a los asegurados la posibilidad de incrementar la renta mensual percibida. Hay que destacar que en el año 2010, gracias al adecuado diseño del producto y a la favorable situación en las curvas de tipos de interés, la Renta Vitalicia ha tenido un desarrollo extraordinario, con más de 1.800 millones de euros captados en primas.

Por otro lado, en el negocio de riesgo y, concretamente, en el ámbito de salud se han lanzado cinco nuevos productos con amplias y flexibles coberturas que se adaptan a las necesidades específicas de las familias. Cabe mencionar, en este sentido, los productos VidaCaixa Cuadro Médico Familia y Adeslas Familia, que tienen la particularidad de incluir asistencia dental a un precio muy equilibrado, dado que los asegurados menores de 45 años que los contratan pagan lo mismo independientemente de su edad o género.

Además, en la mayor parte de las modalidades (exceptuando el producto de reembolso y las modalidades para pymes) se facilita el acceso a asistencia sanitaria privada a un rango mayor de población, ampliando 5 años la posibilidad de contratación de estos productos, y situando la edad límite de contratación en los 70 años. Adicionalmente, se ofrece la posibilidad de contratar este producto a los clientes de más de 70 años si en la misma póliza hay como mínimo 3 asegurados menores de 61 años.

Asimismo, los nuevos productos Adeslas Visión y Adeslas Visión Plus combinan la asistencia sanitaria oftalmológica con servicios y material óptico para el asegurado, sin necesidad de copago y con un precio muy competitivo, una necesidad que no estaba cubierta anteriormente por la oferta de VidaCaixa Grupo.

### **Adeslas Familia: asistencia sanitaria para toda la familia con un precio único**

El nuevo producto Adeslas Familia, dirigido a familias con más de dos miembros, facilita una cobertura integral de asistencia sanitaria y dental con un precio muy equilibrado, pagando todos los menores de 45 años la misma prima.

Muchos de los servicios dentales están cubiertos sin coste adicional y algunos de los tratamientos permiten ahorros que pueden alcanzar hasta un 50%.

Entre las coberturas más importantes destacan:

- Acceso directo a medicina general, pediatría y todas las especialidades médicas.
- Pruebas diagnósticas de alta tecnología, análisis clínicos, estudios radiográficos, PET-TAC, mamografías, pruebas genéticas para la detección de enfermedades, hospitalización con o sin intervención quirúrgica, prótesis, marcapasos, etc.
- El parto y la asistencia relacionada con el mismo.
- Trasplantes de córnea y médula ósea.
- Tratamientos especiales como oxigenoterapia ambulatoria, psicoterapia, etc.
- Asistencia sanitaria extranjera.

Además, permite el acceso a un cuadro médico formado por más de 30.000 profesionales sanitarios, 1.580 centros de atención médico-asistencial, 219 puntos de atención al público, 269 centros hospitalarios, más de 1.000 odontólogos y 155 clínicas dentales Adeslas.



También en 2010 se han realizado lanzamientos de nuevos productos para el segmento de autónomos. Con motivo de la aprobación de la Ley de Protección por Cese de Actividad de los Trabajadores Autónomos, cuyo objetivo es facilitar un sistema de protección a través de la Seguridad Social a aquellos trabajadores autónomos que se vean obligados a cesar en la actividad por causas ajenas a su voluntad, VidaCaixa Grupo ha creado una solución para que este colectivo pueda cotizar voluntariamente y así poder optar a esta prestación. Se trata del nuevo módulo de prestación económica por incapacidad temporal dirigido a trabajadores autónomos, que puede ser contratado voluntariamente por cada uno de estos asegurados que cuenten con una póliza de asistencia sanitaria de Adeslas Pymes.

Respecto a las mejoras aplicadas en la cartera de productos, hay que mencionar las implementaciones realizadas en los productos de Salud Reembolso para pymes. Este producto permite al colectivo elegir cualquier médico y centro que desee sin restringirlo a un cuadro médico predeterminado, otorgando mayor flexibilidad al asegurado.

Por último, cabe destacar que, con el objetivo de ofrecer al cliente más servicios y beneficios cuanto mayor sea su vinculación con la Compañía, se realizan distintas acciones de aplicación de descuentos por la contratación de otros seguros. Un ejemplo de ello es la campaña multiSeguros. Cuanto mayor es el número de productos que el cliente tiene asegurados en VidaCaixa Grupo, mayor es la promoción que recibirá, pudiendo llegar a alcanzar los 500 euros en una tarjeta regalo. Además, la Compañía lleva a cabo diferentes acciones de fidelización como, por ejemplo, el programa de prevención de cáncer de mama para los clientes de VidaCaixa Salud.

**multiSeguros**

***Dentro de "la Caixa" cabe todo lo que te importa***

**Vida** **Salud** **Hogar** **Auto**

SegurCaixa, S.A. de Seguros y Resseguros, VidaCaixa, S.A. de Seguros y Resseguros, Caja de Ahorro y Pensiones de Barcelona, operador de Sumoseguros exclusivos de VidaCaixa, S.A. y autorizado de SegurCaixa, S.A., inscrito en el registro administrativo de mediadores de la DGSFP con el código C011028899998.

# Una cultura orientada a la innovación y al servicio al cliente

## Tecnología al servicio del cliente

La integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo ha supuesto el reto de unificar los sistemas de gestión e información con el objetivo de funcionar como una única compañía. A lo largo de 2010 se ha trabajado de forma intensa en este ámbito, y se prevé que la mayoría de sistemas estén unificados en 2011.

Como prueba de ello, hay que destacar la inversión de 27,5 millones de euros en tecnología y sistemas de información realizada en 2010 con el único objetivo de continuar con la mejora del servicio que se presta al cliente. Además, la inversión realizada en proyectos de I+D ha sido de 1 millón de euros.

Entre las principales actuaciones llevadas a cabo en 2010, cabe destacar:

- La elaboración del Plan de Sistemas 2011-2015, que contempla los siguientes elementos:
  - El nuevo diseño de la arquitectura de sistemas.
  - La unificación del sistema de plataformas de Recursos Humanos de la antigua SegurCaixa Holding y Adeslas.
  - Herramientas de soporte para la implementación, seguimiento y evaluación de resultados del Plan Estratégico de VidaCaixa Grupo.
  - Herramientas para el diseño de nuevos productos.
  - Herramientas para mejorar la ergonomía de los procesos de simulación y comercialización.
- Se ha realizado un proyecto de análisis y diseño de la página web [www.vidacaixa previsionsocial.com](http://www.vidacaixa previsionsocial.com) para mejorar su usabilidad. En este rediseño se han incorporado novedades, como un cambio en el enfoque de la comunicación, pasando de una orientación de producto a otra basada en soluciones específicas para cada uno de los segmentos. También se ha potenciado el área de información corporativa y de servicios, así como los apartados de acceso y contacto, diseñándose nuevas funcionalidades y mejoras en la plataforma *on-line* para los clientes.
- Se ha desarrollado una aplicación para teléfonos móviles que facilita el acceso a distintos servicios por parte de los clientes. Los asegurados pueden descargarse en su móvil todos los teléfonos de contacto que puedan necesitar de la Compañía, siempre y cuando se disponga de acceso a Internet. Asimismo, se ha realizado una agrupación de productos por familias y, mediante la utilización de una serie de iconos, se facilita la selección del producto requerido. Este proyecto es el primero que se desarrolla en el canal móvil, canal que se va a continuar potenciando en el futuro.

**SegurCaixa Holding**  
Grupo Asegurador

# SegurCaixa Móvil

Con el portal móvil de SegurCaixa Holding podrá acceder de forma rápida y en cualquier momento a los principales teléfonos de contacto de la compañía.



**Introduzca su número de móvil y pulse el botón "Enviar".**  
Automáticamente, recibirá un sms con los pasos a seguir para completar la descarga.

Cómo funciona

Móvil

**Enviar**

**SegurCaixa Holding**  
Grupo Asegurador

**Hogar**  
Seguro destinado a cubrir los daños que con más frecuencia pueden producirse en una vivienda, tanto en el continente (paredes, suelos, ventanas...) como en el contenido (muebles, ropa...)

**Auto / Moto**  
El seguro de vehículos que ofrece las coberturas más amplias y el servicio y las garantías más completas.

**Salud**  
Seguro de asistencia sanitaria privada con uno de los cuadros médicos más amplios y coberturas más completas.

**Vida**  
Orientación médica.

**Desempleo Incapacidad laboral**  
Seguro destinado a cubrir las prestaciones de desempleo o incapacidad temporal, según las condiciones de la póliza.

**Repatriación**  
Consulta y gestión de los trámites de repatriación.

**Negocio**  
Asistencia en el comercio, servicios urgentes de 24 h.

**Desde el Extranjero**  
Solicitud de asistencia desde el extranjero.

- Se ha incorporado el e-mailing en las acciones de fidelización y recordatorio para las coberturas de asistencia informática y protección jurídica vinculadas con el producto SegurCaixa Hogar.

**“VidaCaixa Grupo comercializa sus productos a través de una estrategia multicanal para ofrecer al cliente la plataforma de relación más adecuada a sus necesidades particulares”**

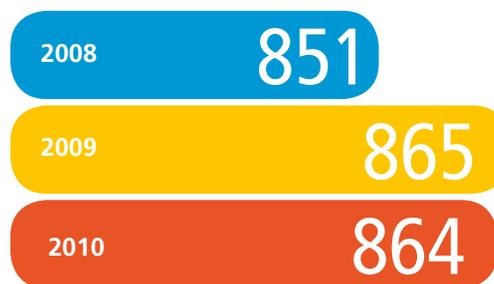
## La innovación, una apuesta permanente

Los empleados de VidaCaixa Grupo están alineados con la innovación y la mejora continua en el servicio al cliente. Para ello, se fomentan y facilitan diferentes canales internos para que puedan expresar sus opiniones, sugerencias e ideas, generando así valor compartido para el Grupo y para los clientes.

En 2010, los empleados de VidaCaixa Grupo y las oficinas de "la Caixa" han aportado un total de 864 nuevas ideas innovadoras

En línea con los años anteriores, se ha mantenido constante el volumen de ideas recibidas. En total, en 2010 los empleados han aportado 864 nuevas ideas, de las cuales 121 corresponden a VidaCaixa Grupo, un 70% menos que en 2009, y 743 a la red de oficinas de "la Caixa", un 68% más que en el año anterior. El decremento de las ideas procedentes de VidaCaixa Grupo se debe a la complejidad del proceso de integración realizado en 2010 y a la focalización de los esfuerzos en el desarrollo de los múltiples proyectos de que consta el mismo. El incremento de las ideas aportadas por la red de oficinas de "la Caixa" se debe al aumento significativo de la comercialización de nuevos productos de VidaCaixa Grupo a lo largo del pasado año. En 2011, el programa de Ideas se extenderá a todo el perímetro actual del Grupo, y se retomarán las medidas de incentivación de la innovación.

### Número de ideas recibidas



### SegurCaixa Maps, una idea práctica para el cliente

De la labor de investigación y desarrollo del equipo de trabajo del programa Ideas surgen, entre otras, iniciativas como SegurCaixa Maps.

SegurCaixa Maps es un producto que mejora la gestión en los seguros de hogar, actuando antes de que el cliente se ponga en contacto con la Compañía.

El funcionamiento de este sistema de alerta consiste en que, al detectar un siniestro, se busca si en la zona hay algún cliente de la Compañía y, en el caso de haberlo, se da orden a la oficina de "la Caixa" más cercana. De esta manera, se puede conocer cuántas personas podrían necesitar ayuda y mejorar así la gestión.

Este proyecto fue galardonado con el "II Premio a la Innovación en Seguros", que convoca ICEA, en la categoría de 'Distribución, Servicio y Proceso'. El jurado de los premios valoró positivamente la anticipación a la declaración del siniestro, la gestión dinámica de los profesionales, la facilitación de la labor de los peritos y los beneficios paralelos de este producto.



## 2.2

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

## Avances en la aplicación de los Principios de Inversión Responsable: PRI

VidaCaixa ha sido activa en la aplicación de criterios de sostenibilidad en las inversiones

VidaCaixa Grupo es consciente del efecto que pueden tener sobre las carteras de inversión las prácticas responsables respecto a cuestiones Ambientales, Sociales y de buen Gobierno (ASG), por lo que las considera en el análisis de las empresas que puedan ser objeto de sus inversiones.

La Inversión Socialmente Responsable (ISR) de VidaCaixa Grupo no es una novedad. Desde 2001, el Grupo ha sido activo en la aplicación de criterios de sostenibilidad en las inversiones, como la utilización de cuestionarios de seguimiento, la incorporación de prácticas de inversión socialmente responsables y la utilización de criterios de exclusión de inversiones que no tienen en cuenta los aspectos ASG.

En este sentido, VidaCaixa Grupo tiene el convencimiento de que la inversión socialmente responsable, además de aportar beneficios para la sociedad a largo plazo, no renuncia a la rentabilidad respecto a las inversiones tradicionales y se incurre en menores riesgos y, por lo tanto, se optimiza el binomio rentabilidad-riesgo.

En 2009, VidaCaixa Grupo dio un definitivo paso adelante con la adhesión a la iniciativa de los Principios para la Inversión Responsable de las Naciones Unidas (PRI), convirtiéndose de esta manera, en la primera aseguradora de vida y gestora de planes de pensiones estatal en asumir los principios del PRI para el total de inversión realizada tanto en seguros de vida como en planes de pensiones.



A través de la incorporación de los principios del PRI, VidaCaixa Grupo asegura que todas las inversiones gestionadas por el Grupo garantizan el cumplimiento de criterios de inversión socialmente responsable. En este sentido, VidaCaixa Grupo se compromete a analizar sus inversiones desde esta triple perspectiva y, por tanto, garantiza la posibilidad de descartar aquellas inversiones que, si bien pueden ser rentables a corto plazo, no siguen estos principios.

En línea con el objetivo de promover los principios del PRI entre los gestores y proveedores de inversión de VidaCaixa Grupo, se ha empezado a evaluar la respuesta por parte de este grupo de interés respecto a la acción realizada en 2009 y que consistió en informarles sobre esta materia con el objetivo de reforzar el circuito ISR de selección externa de activos. En este sentido, cabe destacar la buena acogida y predisposición por parte de las 22 gestoras con las que se dialogó acerca de las prioridades manifestadas por VidaCaixa Grupo y su alineamiento con los Principios del PRI, establecidas a través del proceso de diálogo realizado.

Además en 2010 se ha cumplimentado el primer informe de progreso del PRI, donde VidaCaixa Grupo da cuenta del seguimiento de los principios, así como de los principales avances y proyectos con relación a la aplicación de los PRI.

“El compromiso de VidaCaixa Grupo es muy valioso porque transmite a otros actores del mercado español el poderoso mensaje de que los PRI son un marco importante e incipiente para los inversores convencionales”  
**James Gifford**

## El origen de los PRI y su situación actual en España

*(Extracto de la entrevista a James Gifford, director ejecutivo de los PRI publicada en el InfoVidaCaixa Previsión Social)*

La iniciativa PRI está catalizando verdaderas mejoras en la percepción que los inversores tienen de los temas ASG, centrándose en políticas y procesos en torno a la integración, el compromiso y la transparencia.

Estos cambios en la conducta de los inversores se manifiestan, sobre todo, en la actividad de inversión responsable propia de la que informan los signatarios del PRI. En 2009, por ejemplo, creció un 25% el número de propietarios activos, como fondos de pensiones que incluían elementos de inversión responsable en sus contratos con gestores de inversiones externos.

Con sólo 12 signatarios, el número de inversores españoles adheridos a los PRI es relativamente bajo en comparación con países como Reino Unido, con más de 60 signatarios, Francia con 32, Alemania con 31 y Estados Unidos con más de 90.

VidaCaixa Grupo realiza una gestión solvente de sus inversiones

## Solvencia y cultura de control

La solvencia de VidaCaixa Grupo ha sido una característica del Grupo, desde sus inicios hace ya más de 100 años, cuando “la Caixa” emitió la primera libreta de pensión.

El Grupo realiza una gestión solvente de las inversiones basada en la prudencia, la responsabilidad y la eficacia, garantizando unos niveles de reservas por encima del nivel legal exigido. Este compromiso con la gestión responsable y sostenible se ha traducido en una confianza creciente por parte de sus casi 6 millones de clientes en 2010 y un volumen de más de 33.000 millones de euros gestionados.

Como líder del mercado en previsión social complementaria, VidaCaixa Grupo, además de gestionar con criterios responsables y sostenibles, participa de forma proactiva y voluntaria en iniciativas que promueven la solvencia de las entidades aseguradoras. En este sentido, cabe mencionar la Guía de Buenas Prácticas de Control Interno y de Buen Gobierno Corporativo, promovidas por UNESPA, el Proyecto Solvencia II de la Unión Europea o el Grupo de Trabajo de RSC GenCat.

En el marco del Proyecto Solvencia II, cuya directiva se aprobó en 2009, VidaCaixa Grupo colabora con el Grupo de trabajo de UNESPA para la implementación de todas las medidas que se pondrán en marcha a partir de 2012. Este proceso ha culminado con la publicación del primer Borrador del Reglamento de Solvencia a finales de 2010, que sienta las bases que garantizan la viabilidad y sostenibilidad de las empresas aseguradoras, así como el establecimiento de su régimen de supervisión y medición del capital exigido en función del riesgo.

Además VidaCaixa Grupo ha participado en el estudio de impacto cuantitativo de solvencia, QIS 5, cuyo objetivo es determinar los factores que influirán en los nuevos requisitos de capital derivados del proyecto Solvencia II.

Por último, y en línea con el proceso iniciado en años anteriores, VidaCaixa Grupo ha continuado con el diseño del modelo propio interno para que la medición del riesgo sea más exhaustiva. Para ello, y de acuerdo con el plan previsto, se ha avanzado en los tres objetivos principales siguientes:

- Mejorar en la valoración del riesgo para tener capacidad de optimizar los requerimientos de capital en el futuro.
- Conocer en profundidad y de forma sistemática dichos riesgos bajo metodologías avanzadas.
- Integrar la gestión de estos riesgos y sus parámetros de consumo de capital en los procesos del Grupo, especialmente en el diseño de productos, suscripción, tarificación, provisionamiento y reaseguro. VidaCaixa Grupo va a continuar trabajando en este último objetivo en los próximos años, dado que es la base fundamental para la aprobación del modelo.

Como principal avance en este ámbito, cabe mencionar la presentación ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones de la presolicitud de modelo parcial interno para su aprobación.

La precisión en la medición y seguimiento de los riesgos es un factor clave que garantiza la solvencia del negocio. Para ello, VidaCaixa Grupo ha llevado a cabo diversas acciones con el objetivo de garantizar la supervisión y el control interno. En este sentido, cabe destacar la finalización en 2010 de la mejora en la aplicación de gestión de riesgos y control interno.

**“VidaCaixa Grupo  
ha llevado a cabo  
diversas acciones para  
incrementar la medición  
del riesgo con el objetivo  
de mantener la garantía  
de solvencia del Grupo”**

## 2.3

# Seguridad y transparencia en la relación con los clientes

VidaCaixa Grupo ha continuado mejorando los mecanismos que garantizan la seguridad y la transparencia hacia sus clientes

La confianza de los clientes en VidaCaixa Grupo se sustenta en la amplia gama de productos comercializados, en la gestión excelente que realizan sus 2.634 profesionales y en el establecimiento de relaciones basadas en la seguridad y la transparencia.

## Intimidad y confidencialidad en la información al cliente

Una de las prioridades de VidaCaixa Grupo es el respeto a la intimidad y a la confidencialidad del cliente. En 2010 se ha mantenido este compromiso, a través de una escrupulosa gestión basada en el establecimiento de medidas preventivas que van más allá del estricto cumplimiento de la ley. Entre las medidas que VidaCaixa Grupo tiene implantadas para asegurar un entorno de intimidad y confidencialidad para el cliente, cabe destacar las siguientes:

- La adecuación de las medidas técnicas y de seguridad para preservar la intimidad y confidencialidad de los clientes en el marco del Real Decreto 1720/2007, por el que se aprueba el reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de carácter personal (LOPD), y cuyo período transitorio finalizó en 2010.



- La edición, y su posterior difusión entre todos los empleados de VidaCaixa Grupo, del boletín periódico semestral, dentro del Plan de Divulgación de Información y LOPD, que se estructura en los siguientes apartados:
  - Seguridad de la información: en él se muestra cómo se agrupan los datos personales en los diferentes ficheros declarados en la Agencia Española de Protección de Datos.
  - Las normas, reglamentos, procedimientos y su cumplimiento para todos los empleados de la organización.
  - Noticias y novedades relacionadas con aspectos de la seguridad y confidencialidad de los clientes.

En 2010 VidaCaixa Grupo no ha recibido ninguna sanción por vulneración de la intimidad o fuga de información confidencial de sus clientes

- El desarrollo de un documento estándar de cumplimiento de la LOPD, que se facilita a todos los clientes del negocio colectivo que lo solicitan.
- La difusión de una carta de condiciones para los mediadores que son miembros de ADECOSE (Asociación Española de Corredurías de Seguros), en la que se adapta la legislación en materia de blanqueo y cesión de datos de clientes.
- La realización de un curso de formación específico sobre temas de seguridad y confidencialidad por parte de la antigua SegurCaixa Holding. En 2011, está previsto ampliar el alcance del curso a toda la plantilla del Grupo.
- La revisión de cláusulas de tratamiento y cesión de datos de todos los productos de la Compañía para su homogeneización y adaptación al nuevo entorno, tras la integración de Adeslas.
- Realización de una nueva Jornada Anual para la Mejora del Paisaje de la Oficina para dar cumplimiento a los requerimientos de seguridad de ficheros no automatizados.
- Extensión de la aplicación del Reglamento Interno de Conducta de VidaCaixa, S.A. de Seguros y Reaseguros a todas las personas que se ha considerado que quedaban afectadas por el ámbito de aplicación de este reglamento como consecuencia de la integración de Adeslas.

Algunas de las actividades previstas para el año 2010, como la revisión de los contratos de prestación de servicios y vinculación con el documento de seguridad, así como la auditoría bienal sobre temas de seguridad de los datos de clientes, han sido retrasadas a 2011 como consecuencia del proceso de integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo.

## Ética y transparencia de la información comercial

En línea con las actuaciones de años anteriores, VidaCaixa Grupo ha continuado con su esfuerzo por mejorar la información a sus clientes

VidaCaixa Grupo está comprometida con ofrecer información clara, exacta y fidedigna, a través de sus comunicaciones, con el fin de facilitar a los clientes la toma de decisiones.

Como continuidad a la acción iniciada en 2009, consistente en la creación de una Guía de Redacción dirigida a los empleados involucrados en la elaboración de comunicaciones que se envían a los clientes, en el año 2010 se ha procedido a su implementación en el canal de oficinas de "la Caixa".

También en línea con los años anteriores, se han llevado a cabo cinco estudios para conocer la opinión y valoración de los clientes respecto a las acciones de comunicación vinculadas a las campañas comerciales Profesional Multiestrella, VidaCaixa Salud Individual, VidaCaixa Salud Pymes y Planes de Pensiones. En todos los estudios efectuados, la valoración por parte de los clientes acerca de la información aportada sobre los productos ha sido valorada como "bien" o "muy bien explicada".

En este ámbito cabe mencionar que VidaCaixa Grupo, además 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 las Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO).

Hay que destacar también la colaboración con instituciones del ámbito de los seguros y de la previsión social, como UNESPA, la Patronal del Seguro en España, difundiendo y aplicando los principios de su Guía de Buenas Prácticas relativos a la transparencia de la información suministrada a los clientes, tanto en la fase previa informativa como en el contrato. En línea con este compromiso, en 2010, VidaCaixa Grupo ha procedido a la adaptación de su portal corporativo de Internet y a realizar ajustes en las notas informativas de algunos de sus productos de multirriesgo y automóviles.

### **Medidas para facilitar la comprensión de la información sobre productos de aseguramiento y previsión social**

- Redacción de apuntes y notas a pie de página.
- Incorporación de ejemplos que ayuden a comprender el cálculo de las tarifas.
- Inclusión en una sola página de los principales datos de la póliza contratada, de forma clara e inteligible, lo que permite al asegurado conocer:
  - Los términos y condiciones del servicio contratado.
  - El tipo de seguro.
  - La prima.
  - La duración del contrato.
  - Las coberturas y también sus límites.

Adicionalmente, VidaCaixa Grupo se adhirió en 2010 al nuevo documento de autorregulación del sector "Guía de buenas prácticas en materia de información previa a la contratación en los seguros de salud", promovido por UNESPA. Esta nueva guía tiene como principal objetivo facilitar a los consumidores la comparación entre las diversas modalidades de los seguros de salud, antes de que lo contraten. VidaCaixa Adeslas se adhirió a esta iniciativa a final de año, estando prevista para 2011 su correspondiente implementación.

Respecto al *newsletter* trimestral de VidaCaixa Previsión Social, también se han realizado cambios, focalizando los temas de interés en previsión social y mejorando el tratamiento de las novedades y la transparencia de la información.

Asimismo, en la página web de VidaCaixa Grupo, [www.vidacaixa.com](http://www.vidacaixa.com), se han creado nuevos contenidos y se ha rediseñado el menú de seguros con el fin de facilitar la comprensión de las garantías que ofrecen los productos de seguros y previsión social. En este sentido, se ha creado la sección "¿Sabías que...?", vinculada a seguros de hogar, en la que, entre otros temas, se explica el servicio de protección jurídica.

**"También en la página web del Grupo se ha rediseñado el menú de seguros, y se han creado nuevos contenidos para facilitar su comprensión"**

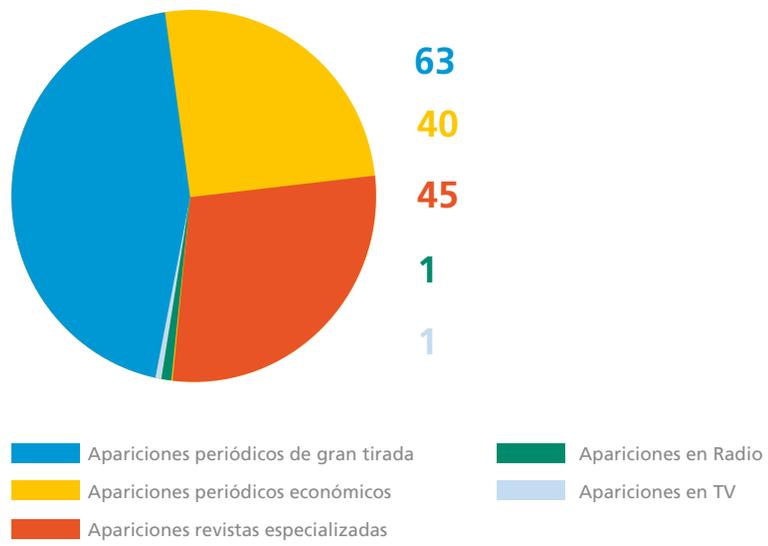
Por último, y tras la adhesión a los Principios para la Inversión Responsable (PRI), VidaCaixa Grupo se ha comprometido con su cumplimiento y difusión. Para ello, ha incorporado la imagen corporativa de los PRI y un texto explicativo del significado y alcance de los mismos en toda la información de planes de pensiones dirigida a sus clientes.

### Algunos ejemplos de mejora de la transparencia en la información

- En los seguros de invalidez se exponen de forma inequívoca los criterios y variables para calificar el siniestro o grado de minusvalía y se garantiza la canalización de las quejas o reclamaciones de los clientes, informando a los tomadores de su derecho al desistimiento, cuando proceda.
- En los cuestionarios de salud se recuerda la necesidad y utilidad de que el contratante lea las preguntas del cuestionario y que responda de forma honesta y fidedigna. Asimismo, se informa de que la información facilitada se mantiene almacenada y custodiada en ficheros de alta seguridad.
- En los seguros de ahorro se informa de las condiciones de la garantía ofrecida y del interés técnico garantizado, y en los productos Unit-linked se informa de que el tomador del seguro es el que asume el riesgo de la inversión vinculada al contrato.
- Se notifican a los contratantes de Planes de Previsión Asegurados y Planes de Pensiones las condiciones necesarias para obtener su liquidez de acuerdo con los criterios legales establecidos.
- En los seguros de hogar, VidaCaixa Grupo renuncia a la aplicación de la regla proporcional en los siniestros que no superen un determinado importe y facilita una valoración orientativa, con el objetivo de evitar posibles infraseguros.
- En el ámbito de la previsión social para colectivos y empresas se han desarrollado iniciativas para la difusión de estos productos, como el blog de VidaCaixa Previsión Social, con la colaboración del diario económico *Expansión*.

La transparencia de la información es un compromiso que va implícito también en la comunicación que VidaCaixa Grupo difunde en los medios. A lo largo de 2010, la Compañía ha enviado un total de 15 notas de prensa, ha redactado 25 colaboraciones y ha realizado 4 entrevistas, lo que ha supuesto un total de 150 apariciones en los medios, tanto periódicos de gran tirada y económicos como revistas especializadas. Los principales momentos de comunicación fueron los resultados obtenidos, el proceso de integración de Adeslas en SegurCaixa Holding, la aprobación de la fusión por parte de las Juntas de ambas compañías, el nombre de VidaCaixa como nueva denominación del Grupo, el lanzamiento de nuevos productos y servicios y temas diversos como estudios realizados.

## Apariciones en los medios de comunicación



Rueda de prensa de VidaCaixa Grupo.

## 2.4

# Accesibilidad a los productos y servicios

VidaCaixa Grupo cuenta con la red de oficinas de "la Caixa", la más extensa del país, con más de 5.400 puntos de atención al cliente

VidaCaixa Grupo aspira, con la integración de Adeslas en 2010, a convertirse en referencia del mercado asegurador español, con una oferta multirramo, multisegmento y multicanal.

En este sentido, desarrolla propuestas de valor integradas, que se sustentan en un enfoque orientado a las necesidades de los clientes, en un amplio portafolio de productos de aseguramiento y en un servicio que persigue la excelencia.

En la relación con los clientes, VidaCaixa Grupo actúa guiado por sus valores corporativos de Confianza, Calidad, Dinamismo y Cercanía, y desarrolla su estrategia basándose en los principios de proximidad, multicanalidad y eliminación de barreras físicas y sensoriales.

## Bancoaseguradores con gestión multicanal

Las más de 5.400 oficinas de "la Caixa", los empleados de AgenCaixa, las oficinas propias y los centros médicos y dentales de VidaCaixa Adeslas, junto con la red de consultores y mediadores externos e internos, son los pilares que aseguran un servicio y asesoramiento de calidad a los cerca de 6 millones de clientes de VidaCaixa Grupo.

Con la integración de Adeslas, se ha mejorado la capacidad y posibilidades del Grupo para relacionarse con sus clientes, tanto particulares como autónomos, pymes y empresas, y se han ampliado las vías y canales presenciales y electrónicos para informar y contratar los productos de VidaCaixa Grupo.



En los canales presenciales se ha conseguido incrementar la capilaridad territorial mediante la integración de las oficinas propias y centros médicos y dentales de VidaCaixa Adeslas, además de las redes de agentes. Esto ha permitido intensificar la relación con los clientes, ofreciendo todos los productos de aseguramiento y previsión social a través de toda la red de VidaCaixa Grupo.

Respecto al resto de canales no presenciales, cabe destacar la ampliación de la oferta de productos que se pueden contratar a través del canal telefónico. En 2010, se ha incorporado la posibilidad de contratación de los productos de Salud a través de la página web de VidaCaixa Adeslas, [www.adeslas.es](http://www.adeslas.es), con el servicio telefónico de asesoramiento y contratación "Call Me Now", atendido por un agente telefónico.

Cabe destacar también la existencia de la página web de VidaCaixa Grupo, [www.vidacaixa.com](http://www.vidacaixa.com) y, desde hace dos años, la página web específica de previsión social, [www.vidacaixaprevisionsocial.com](http://www.vidacaixaprevisionsocial.com).

Además, en 2010 se ha avanzado en la mejora de Línea Abierta Web, el servicio de banca *on-line* de "la Caixa", con información para facilitar la comprensión al cliente. A través de este canal se pueden consultar todos los seguros y planes de previsión contratados, así como declarar un siniestro de hogar, facilitando de esta forma la accesibilidad y evitando desplazamientos o llamadas al cliente. Todas las campañas de VidaCaixa Grupo que se han llevado a cabo en 2010 para promover el aseguramiento y la previsión social, además de difundirse a través del portal del Grupo, se han comunicado en Línea Abierta Web.

Por último, a través de Línea Abierta Móvil se han llevado a cabo nuevos desarrollos, dirigidos a *smartphones*, facilitando así diversas operativas en planes de pensiones, como la posibilidad de realizar aportaciones.

## Eliminación de barreras físicas y de comunicación

El compromiso de VidaCaixa Grupo con la accesibilidad queda patente en las oficinas de "la Caixa" y en los centros médicos y dentales de VidaCaixa Adeslas, a través de los cuales se ofrece un servicio cercano, ágil y de forma mayoritaria libre de barreras arquitectónicas y sensoriales.

El compromiso con la accesibilidad se extiende también al ámbito no presencial. En este sentido, todas las páginas web de VidaCaixa Grupo se han adaptado para facilitar el acceso de personas con diversidad funcional. Adicionalmente, la web corporativa y la web de previsión social disponen del certificado de doble accesibilidad de la Web Accessibility Initiative (WAI).

**"Cercanía, agilidad y accesibilidad son los ejes del servicio que presta VidaCaixa Grupo a sus clientes"**

## 2.5

### Satisfacción de los clientes

#### Satisfacción basada en un excelente producto y servicio

Se ha mejorado la capacidad de respuesta a través de la implantación de sistemas de calidad predictiva que facilitan información sobre la probabilidad de insatisfacción de un cliente

Lograr la máxima satisfacción de los clientes es la aspiración de los profesionales que conforman VidaCaixa Grupo. La medición de la calidad de los productos y servicios que ofrece el Grupo es una fuente de mejora permanente y un punto de partida para la innovación constante en los procesos y en el servicio que se ofrece a los 5,9 millones de clientes.

Desde el inicio, VidaCaixa Grupo ha tenido interiorizada la calidad y la satisfacción del cliente como ejes clave para la relación con los clientes. Año tras año, esta convicción se hace más patente, si cabe, y se ha convertido en uno de los pilares del nuevo Grupo.



A lo largo de 2010 se han puesto en marcha las siguientes medidas, con una mejora directa para el cliente:

- En el ámbito de los seguros de hogar, se ha continuado trabajando en la centralización del seguimiento de los siniestros mediante sistemas de calidad predictiva, consistentes en facilitar información a los gestores de VidaCaixa Grupo sobre la probabilidad de insatisfacción de un cliente en el tratamiento de un siniestro. En este sentido, cabe destacar que en la aplicación informática de siniestros se ha desarrollado un sistema automático de reclamación a peritos que se activa cuando el modelo predictivo anticipa que el nivel de insatisfacción del cliente será elevado. A través de este sistema se consigue que las reclamaciones de los informes periciales sean más activas en aquellos casos en los que el riesgo de insatisfacción por parte del asegurado pueda ser mayor.

Con la nueva herramienta CRM se obtendrá una visión global del cliente

- Se ha finalizado la implementación del sistema *customer relationship management* (CRM) para los clientes individuales y colectivos, iniciado en 2009, en el ámbito de la antigua SegurCaixa Holding. Esto permite obtener una visión del cliente global, integrando todos y cada uno de los canales de comunicación de que dispone VidaCaixa Grupo.
- En los seguros de salud, se ha procedido a la modificación de la periodicidad de la facturación del copago y la eliminación de la caducidad de la tarjeta sanitaria.
- Se ha procedido a flexibilizar el pago a asegurados en la mayoría de los seguros.
- Se han desarrollado nuevos elementos que otorgan mayor autonomía a los agentes de las oficinas propias de VidaCaixa Adeslas y facilitan el autoservicio a los clientes, reduciendo el plazo de alta de un beneficiario.
- Se ha mejorado la accesibilidad en la información al cliente. Cabe destacar, en este sentido, el envío de las facturaciones a grandes cuentas a través de e-mail y el desarrollo del gestor documental Filenet, que potencia el uso del expediente electrónico, reduciendo así las transacciones en papel con el cliente.

### La atención a los clientes afectados por siniestros en el hogar

La prioridad de VidaCaixa Grupo es atender con la máxima rapidez y el mejor servicio a los asegurados que han sufrido algún siniestro. En este sentido, todos los esfuerzos se concentran en anular o minimizar las demoras en los procesos de reparación y los defectos de las reparaciones, que son fuente de insatisfacción para los asegurados.

Para ello, VidaCaixa Grupo ha intensificado sus esfuerzos en la gestión del siniestro y la satisfacción del cliente y ha implementado las siguientes acciones:

- Mejoras en los procesos de explotación de los resultados de las encuestas de satisfacción de sus proveedores, con el fin de disponer de información actualizada de cada uno de ellos y redireccionar la carga de trabajo, optimizando así la eficacia de sus actuaciones en beneficio del cliente.
- Mecanización del *reporting* de los datos de satisfacción enviados a los peritos mensualmente con el fin de implementar soluciones de mejora en el futuro, reportando tanto los índices de satisfacción globales de los siniestros en que han intervenido, como el detalle de aquellos casos en los que la valoración del cliente no ha sido suficientemente satisfactoria.

### Introducción de mejoras en la gestión de siniestros del automóvil

En 2010 se han incorporado las siguientes mejoras con el objetivo de reducir los tiempos de gestión y el coste de los siniestros:

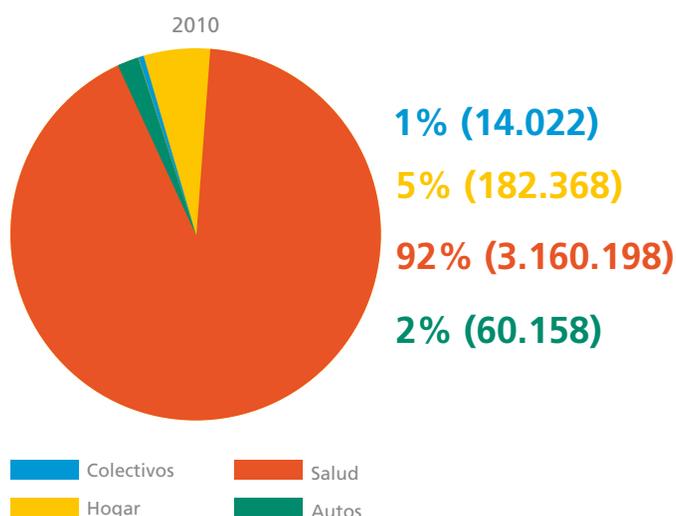
- Se ha reducido el tiempo de peritación en la red de talleres colaboradores, introduciendo en algunas reparaciones el servicio de fotoperitación, que permite en menos de 24 horas dar respuesta al taller e iniciar antes la reparación del vehículo.
- Se ha extendido la plataforma tecnológica que gestionaba la red de peritos a la red de médicos, mejorando así el control e información que se recibe de estos profesionales.

# Atención multicanal al cliente

En 2010 se atendieron 3.416.746 llamadas, un 10% más que en 2009

Los clientes de VidaCaixa Grupo disponen de diversas vías para la comunicación con el Grupo a través de una plataforma multicanal y multicontacto, las cuales ofrecen un servicio de alta calidad y especialización. En 2010, atendieron un total de 3.416.746 llamadas, lo que significa un incremento del 10% respecto a 2009, consecuencia del gran incremento en el volumen de negocio del Grupo.

## Distribución de llamadas por ramo de negocio



### El Contact Center para clientes con seguro de salud

En 2010, con la incorporación de Adeslas se han atendido un total de 3.160.198 llamadas de clientes con seguro de salud en el Contact Center. A pesar de este importante número de llamadas, la gestión realizada por los profesionales del Grupo ha permitido situar el nivel de la calidad en un 8,3 sobre 10, superior al 8,1 del año 2009. Asimismo, el plazo de la gestión de las peticiones recibidas en el Contact Center ha disminuido de 6,1 días a 4,3 días.

## Buzón de sugerencias

VidaCaixa Adeslas cuenta con un buzón de sugerencias en todas sus oficinas propias, centros médicos y clínicas dentales. En ellos se ponen a disposición de los asegurados formularios para recoger su opinión sobre aspectos relacionados con los productos, la atención personal recibida, las instalaciones de los centros y su experiencia. Las sugerencias recibidas en los buzones son revisadas periódicamente, se analizan posteriormente en los servicios centrales y se trasladan los comentarios a las áreas correspondientes.

Número de formularios recibidos en los buzones de sugerencias	2009	2010
Oficinas propias	94	174
Centros médicos	20	34
Clínicas dentales	57	61

Se han remitido 63.299 peticiones de oficinas de "la Caixa", que se han respondido en un plazo medio de 0,78 días

## Peticiones procedentes de la red de oficinas de "la Caixa"

A través de las más de 5.400 oficinas de "la Caixa" se han canalizado en 2010 un total de 63.299 peticiones. El compromiso de respuesta de cada una de estas peticiones provenientes de la red de oficinas de "la Caixa" es de un máximo de 2 días.

En 2010 el plazo de respuesta se ha situado en 0,78 días, frente a la media de 1,23 días en 2009, y sólo un 0,74% han tenido una contestación fuera del plazo estipulado.

## La gestión y la medición de la calidad

En salud, en 2010, se ha extendido el alcance de la norma ISO 9001 a los procesos de facturación a clientes y a 12 nuevas clínicas dentales, sumando un total de 31

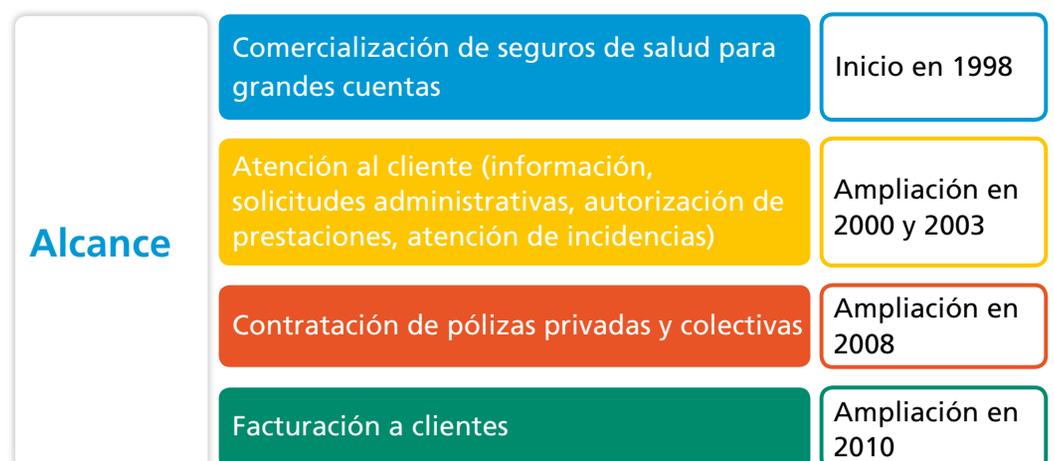
El liderazgo de VidaCaixa Grupo se debe en gran medida a la calidad de los productos que comercializa y el alto nivel de servicio que ofrece a sus clientes. Esta vocación por la excelencia es asumida por toda la organización y está integrada en los procesos de trabajo y en la relación que mantiene con los proveedores.

Durante 2010, se han homogeneizado los procesos para disponer de un modelo común de medición de la calidad percibida por parte de los clientes y los canales entre la antigua SegurCaixa Holding y Adeslas. En línea con este objetivo, se ha procedido a incrementar la periodicidad en la realización de algunas de las encuestas y a estandarizar en la medida de lo posible las preguntas de los cuestionarios a clientes, así como las opciones de respuesta y los niveles de satisfacción. El departamento de Calidad centraliza todos estos temas y a través de él se unifica, se coordina, se miden los resultados de todas las encuestas y se difunden internamente.

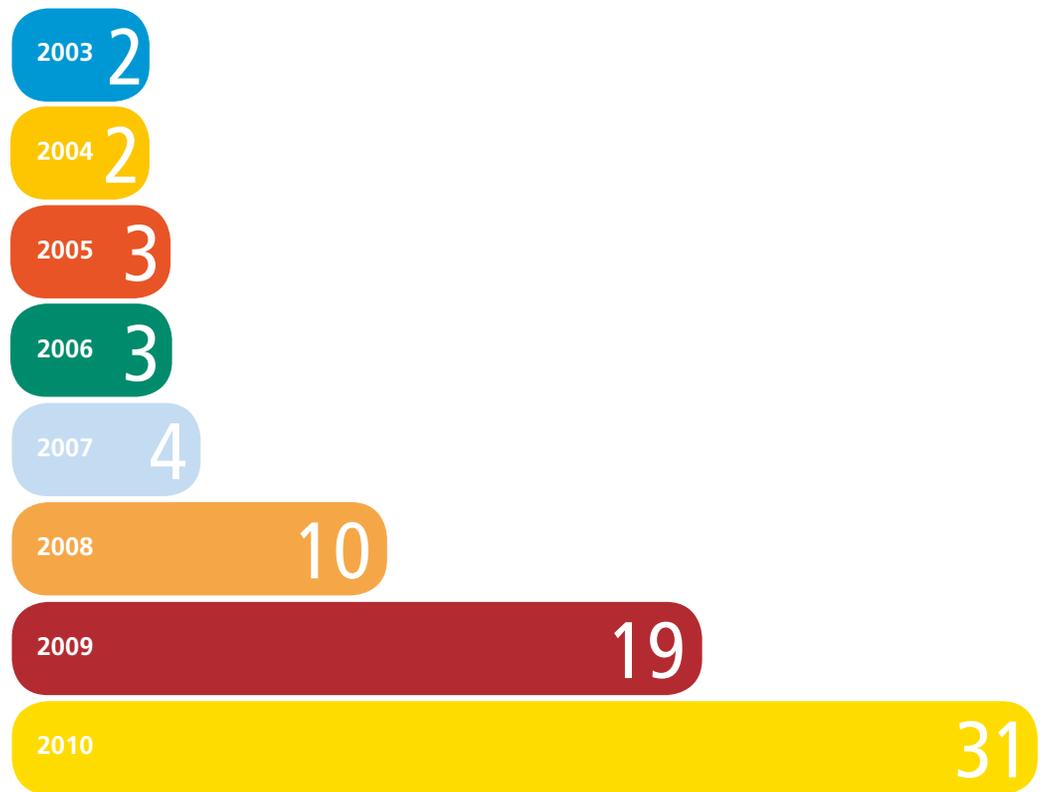
En este año 2010, VidaCaixa Grupo también ha avanzado en los aspectos de gestión y medición de la calidad. Respecto a la gestión cabe mencionar, en el ámbito de la salud, la renovación de la certificación ISO 9001 en los siguientes ámbitos: los procesos de comercialización de seguros de salud para grandes cuentas, la contratación de pólizas privadas y colectivas y los procesos de atención al cliente.

Asimismo, se ha procedido a la ampliación del alcance de la norma ISO 9001 a los procesos de facturación a clientes. En la unidad dental de VidaCaixa Adeslas, el sistema de gestión certificado abarca la prestación integral de servicios de odontología a los asegurados e incluye los procesos estratégicos, operativos y de soporte necesarios para garantizar la calidad del servicio al cliente. En 2010, el alcance de la certificación ha incluido 12 clínicas más, que se unen a las 19 que ya estaban certificadas en 2009, aplicando así el modelo *multi-site* a un total de 31 clínicas dentales. En resumen, el alcance de la certificación ISO 9001 en 2010 incluye todas las zonas y oficinas propias, además de los servicios centrales y las 31 clínicas dentales.

### Certificación ISO 9001: Negocio de salud



### Evolución del número de clínicas dentales incluidas en el alcance de la certificación

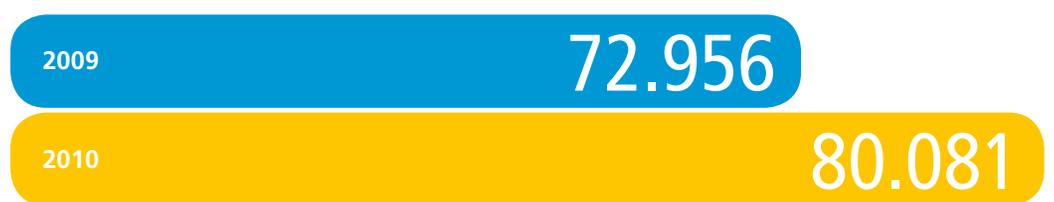


En el año 2010 se ha intensificado el esfuerzo por medir el nivel de satisfacción de los clientes

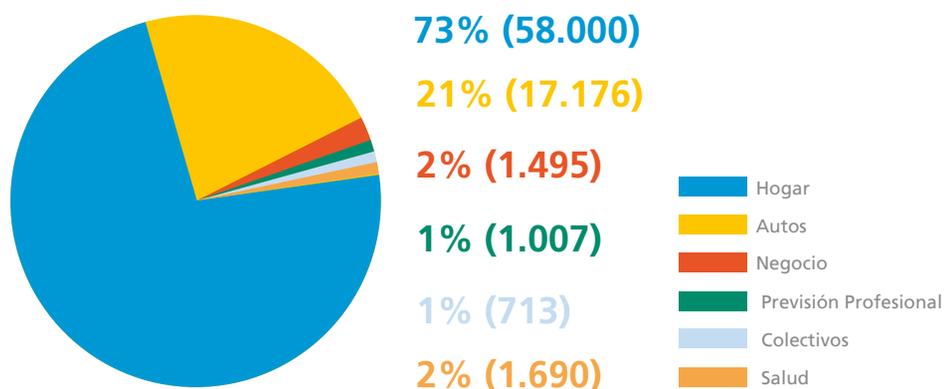
También en 2010 se ha mejorado el sistema de encuestas a clientes y se ha incrementado el número de clientes entrevistados respecto a 2009, debido a la incorporación del segmento de salud y al incremento de la actividad experimentada en el resto de ramos.

A lo largo del año 2010 se han realizado un total de 80.081 encuestas, un 10% más que el año anterior. Este dato evidencia la política de la Dirección y el esfuerzo de la organización por conocer de manera continua el nivel de satisfacción de nuestros clientes. Este compromiso por la calidad y la satisfacción del cliente se concreta en toda la organización, a través del establecimiento de indicadores de calidad en el Cuadro de Mando Integral, siendo de aplicación a todos los departamentos de VidaCaixa Grupo.

### Número de encuestas de satisfacción realizadas a clientes



### Encuestas realizadas por ramo de negocio en 2010



En 2010 se ha aumentado la exigencia en la valoración global de las encuestas del hogar con el objetivo de mejorar continuamente la calidad de servicio

## Seguros de hogar

En 2010, se han realizado un total de 58.000 encuestas a clientes que tenían contratado un seguro de hogar. En este ramo, la satisfacción de los clientes alcanza el 93%. Con el objetivo de mejorar continuamente la calidad del servicio, se ha aumentado la exigencia en la valoración global, incluyendo dentro de los resultados del segmento de clientes insatisfechos a aquellos que valoran el servicio como regular y no sólo como malo. Este cambio en el criterio de valoración impide la comparación del nivel de satisfacción alcanzado en ejercicios anteriores.

En el producto SegurCaixa Negocio también se ha alcanzado un nivel de valoración del 93%. Pese a tratarse de un producto nuevo y destinado al segmento de pymes, la firme apuesta por la calidad de VidaCaixa Grupo ha permitido la obtención de unos altos niveles de valoración en la satisfacción.



## Seguros de automóvil

A lo largo de 2010, en el ramo de autos (siniestros y asistencia) se han realizado un total de 17.176 encuestas a clientes con siniestro. Respecto a 2010, el nivel de valoración se ha mantenido en un nivel similar al año 2009, quedando en un 95% para la prestación de asistencia en viaje y un 92% para la gestión de siniestros.

## Seguros de salud

En el ramo de salud, la calidad percibida se sitúa en el 92%, mejorando el dato del 2009 y situándose en los niveles de 2008.

## Otros seguros

En el ámbito de la previsión profesional, el seguro de incapacidad laboral ha alcanzado un 83% de satisfacción, mejorando 3 puntos respecto a los resultados de 2009. Esta evolución positiva se ha debido al aumento en la valoración del producto y del servicio ofrecido. El Grupo concentrará esfuerzos para seguir incrementando de manera sostenida el nivel de calidad de servicio.

En los ramos de empresas, se ha alcanzado un nivel de valoración del 95% en las encuestas realizadas a clientes empresa.

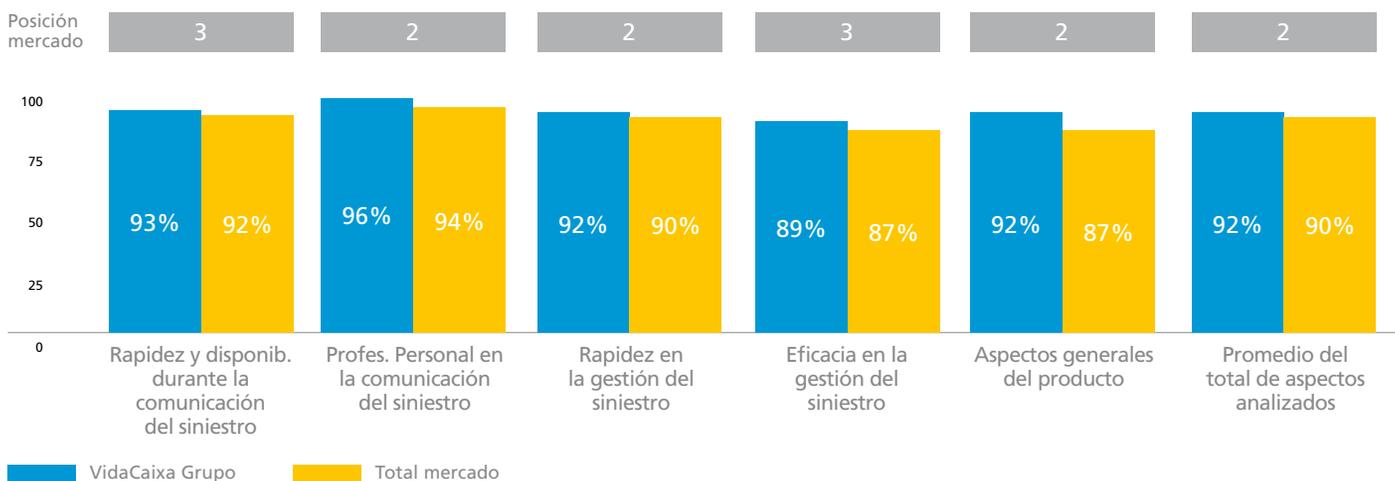
Reconocimiento de la gestión de la calidad	2010
Hogar	92,6%
Negocio	92,8%
Asistencia Autos	95,1%
Siniestros Autos	92,3%
Empresas	95,3%
Previsión Profesional	82,9%
Salud	92,4%

En seguros de hogar, VidaCaixa Grupo lidera el ranking de ICEA con un 92% de valoración, 5 puntos por encima de la media del sector

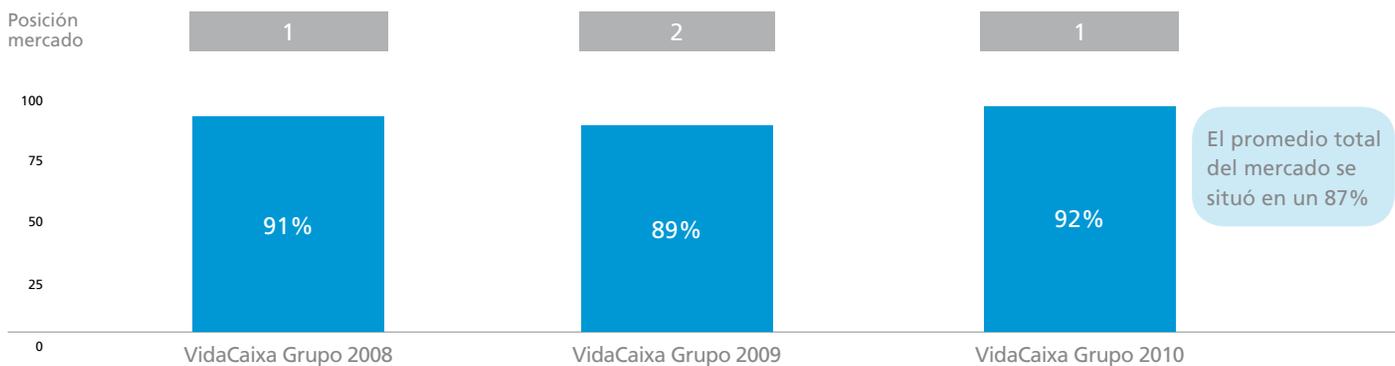
Además de las encuestas efectuadas internamente, ICEA, la entidad que realiza las estadísticas del sector de seguros, también lleva a cabo encuestas de calidad a clientes atendidos por siniestro. VidaCaixa Grupo ha participado y, un año más, ha obtenido excelentes valoraciones.

En este sentido cabe destacar que, en el ámbito de los seguros de hogar, VidaCaixa Grupo lidera el ranking con un 92% de valoración, 5 puntos por encima de la media del sector. Asimismo, en los seguros de autos, se ha alcanzado la segunda posición del ranking y la valoración se sitúa 2 puntos por encima de la media de las empresas del sector en todos y cada uno de los aspectos del servicio, con un 92% de valoración total.

### Ranking ICEA 2010: satisfacción de los clientes de autos con siniestro



### Ranking ICEA 2010: satisfacción de los clientes de hogar con siniestro



## VidaCaixa Grupo también mide la calidad de los encuestadores

En 2010 se han realizado un total de 3.000 encuestas a proveedores de encuestas de calidad

En este sentido, con el objetivo de asegurar la calidad de los proveedores que realizan las encuestas de calidad a los clientes, en 2010 VidaCaixa Grupo ha procedido a auditar 3.000 encuestas a los dos principales proveedores que llevan a cabo esta labor. Los aspectos que se han medido son los mensajes de acogida y despedida, el procedimiento establecido, la capacidad de expresión y adaptación al interlocutor y la calidad técnica y escucha activa. Se ha superado el objetivo mínimo del 8,5 sobre 10, mejorando así los resultados de 2009.

# Canales de escucha activa con el cliente

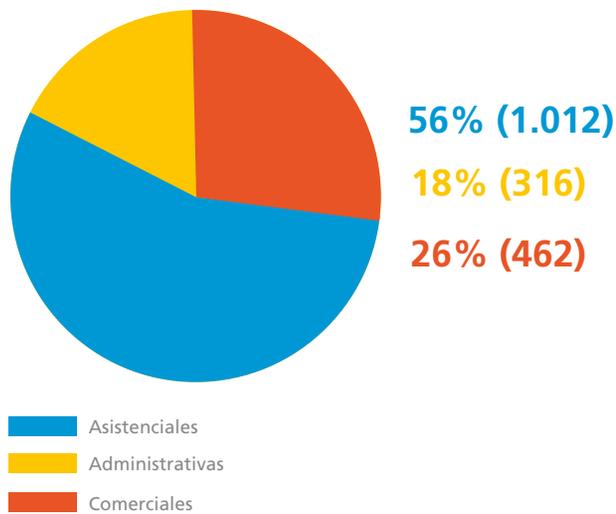
Entre los mecanismos de diálogo que VidaCaixa Grupo pone a disposición de sus clientes, destacan las cartas al Director General, el correo electrónico y el teléfono de Atención al Cliente (gratuito) para dar respuesta a incidencias y reclamaciones. También existe la figura del Defensor del Cliente de Seguros y el Servicio de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, a quienes los clientes pueden formular quejas y reclamaciones.

## Oficina de atención al cliente

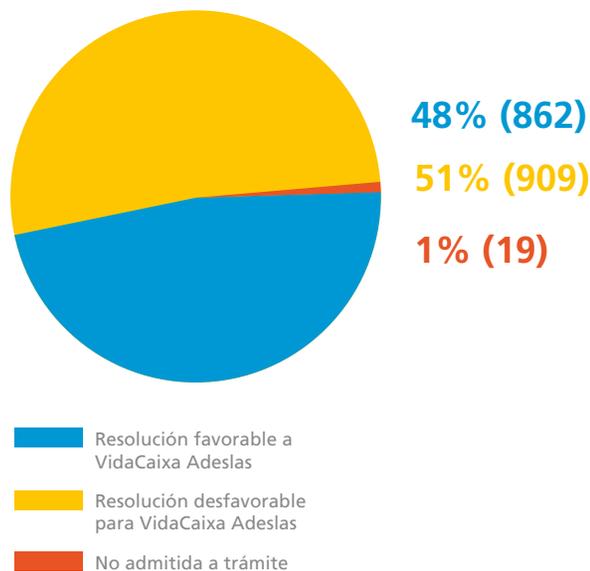
El cliente de VidaCaixa Adeslas dispone, aparte de la posibilidad de remitir sus quejas y reclamaciones vía e-mail, correo y teléfono a la Compañía, del Departamento de Atención al Cliente, conforme estipula la ley ECO/734/2004.

En 2010 se han recibido un total de 1.790 cartas, un 5% menos que en 2009. Por tanto, se ha producido un decremento, a pesar, del incremento de la cartera de productos. El número de incidencias por 1.000 asegurados es un 2,9, lo cual supone una disminución respecto al ejercicio anterior, en el que alcanzaba el 3,3.

### Tipología de reclamaciones recibidas en la oficina de atención al cliente en 2010



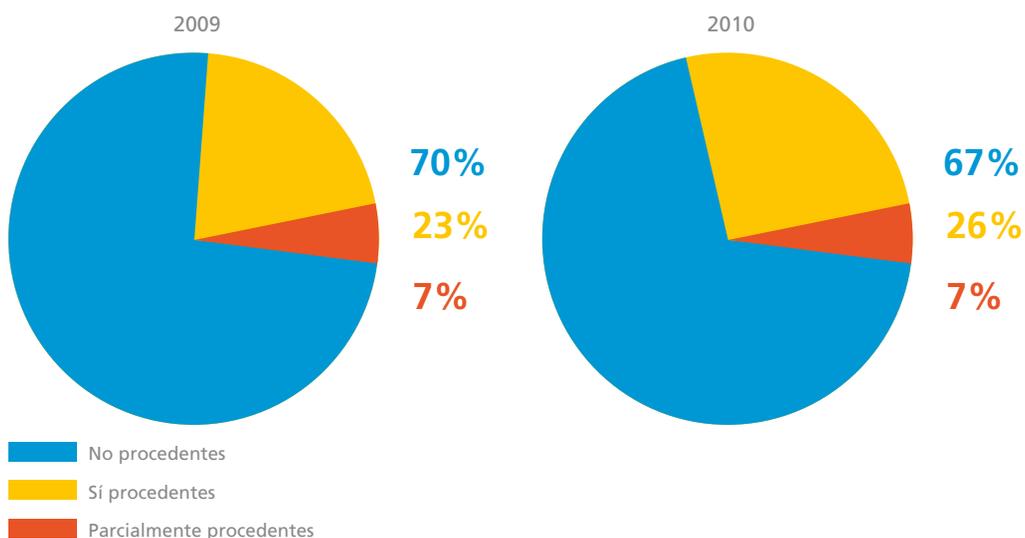
### Resolución de las reclamaciones tramitadas en la oficina de atención al cliente en 2010



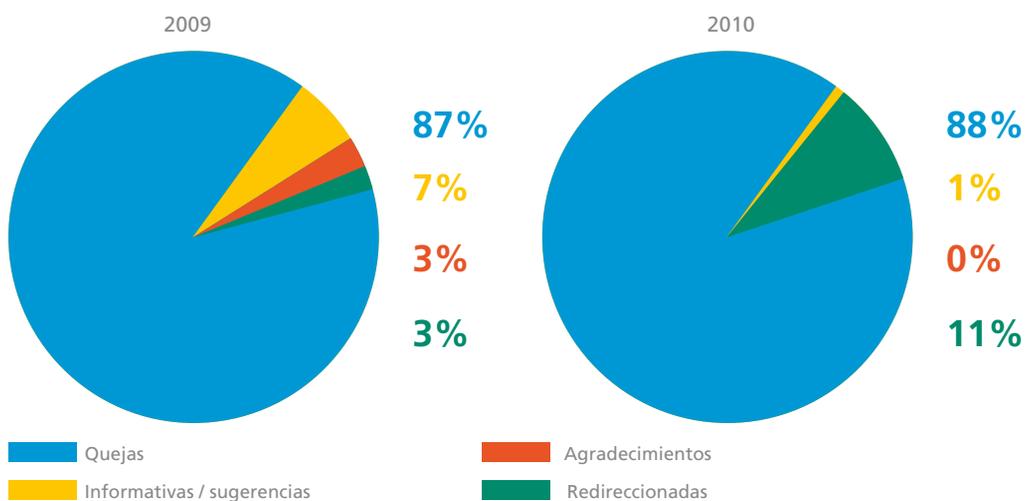
## Cartas al Director

En 2010 se han recibido un total de 265 cartas al Director, un 14% más que en 2009. Este incremento se debe al gran aumento en el volumen de negocio y en el número de clientes, así como a la mayor proclividad de los clientes a la utilización de este canal para realizar sus reclamaciones. El tiempo medio de respuesta no ha superado los tres días, en línea con el año pasado. En este aspecto, conviene resaltar que del total de cartas al Director recibidas únicamente una de ellas ha sido respondida fuera del plazo previsto.

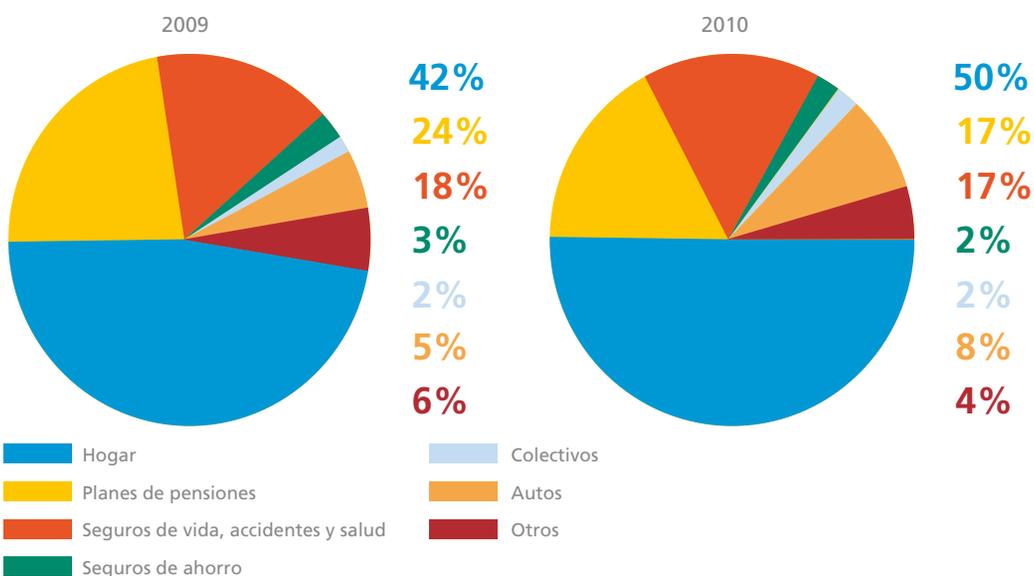
### Resolución de las cartas al Director tramitadas



### Tipología de cartas al Director recibidas



### Total cartas al Director recibidas por producto

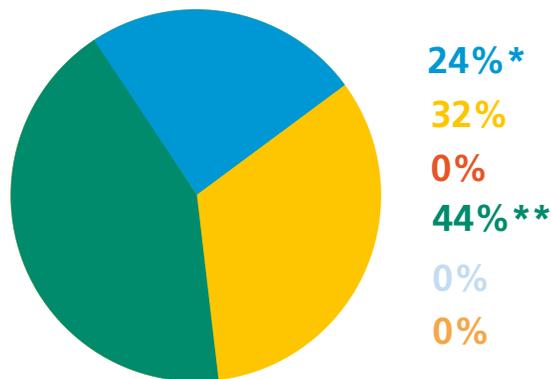


## Defensor del Cliente

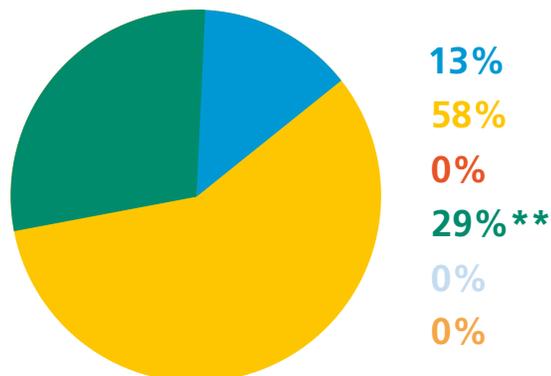
Los clientes de VidaCaixa Grupo disponen del recurso del Defensor del Cliente de las cajas de ahorro catalanas, cuyas decisiones son vinculantes para las entidades, pero no para los asegurados.

En 2010, se han tramitado un total de 205 reclamaciones al Defensor del Cliente. Además del Defensor del Cliente, los asegurados de VidaCaixa Grupo pueden dirigirse a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, que en 2010 ha recibido un total de 139 reclamaciones de asegurados del Grupo. En 2010 se observa un incremento de las reclamaciones presentadas ante la Dirección General de Seguros, a pesar del decremento significativo de reclamaciones en la Compañía.

### Resolución de las reclamaciones tramitadas ante el Defensor del Cliente en 2010



### Resolución de las reclamaciones tramitadas ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones en 2010



\* Nota: Están incluidas las estimatorias total y parcialmente.

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

## 2.6

# Relaciones con proveedores

## Marco de relación

En 2010 más de 33.000 proveedores han trabajado para VidaCaixa Grupo, sin que se haya producido ninguna incidencia relativa a los compromisos con los pagos

En VidaCaixa Grupo, la relación con los proveedores se rige por los principios de la transparencia en el proceso de negociación, el rigor, la calidad y la igualdad de oportunidades para todos los proveedores y contratistas, en línea con la Norma de Compras, Contratación de Servicios y Pago de Facturas del Grupo "la Caixa".

Este marco de relación con los proveedores se articula a través de procesos de evaluación en los que, además de contemplar aquellos aspectos que desde el punto de vista técnico pueden generar un mejor servicio y satisfacción al cliente, se tiene en cuenta el cumplimiento de los compromisos con el medio ambiente y con los derechos humanos.

En 2010, más de 33.000 proveedores han trabajado para VidaCaixa Grupo. Cabe destacar que, a raíz de la integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo, el volumen de compras ha aumentado, sin que se haya producido –al igual que en años anteriores– ninguna incidencia relacionada con los compromisos de pago.

Los contratos con proveedores tienen en cuenta acuerdos sobre el nivel de servicio a prestar, lo que garantiza un criterio objetivo de valoración de la calidad ofrecida al cliente.

### Criterios sociales y medioambientales de cumplimiento por parte de los proveedores

VidaCaixa incorpora en todos los contratos con proveedores de Servicios Generales una cláusula de respeto a la legislación medioambiental vigente

VidaCaixa Grupo exige a sus proveedores el cumplimiento estricto y riguroso de la normativa legal en aquellos ámbitos relacionados con cuestiones laborales, mercantiles y fiscales.

Más allá del cumplimiento legal, VidaCaixa Grupo suscribe los compromisos en materia de derechos humanos y sostenibilidad tanto del Pacto Mundial de Naciones Unidas como de los Principios de Inversión Responsable (PRI).

Los proveedores de VidaCaixa Grupo son empresas solventes y reputadas cuyos servicios se realizan en el territorio español, donde el Grupo ejerce su actividad; por tanto, el riesgo en temas de derechos humanos y sostenibilidad está muy acotado. En este sentido, el Grupo incorpora en sus contratos con proveedores de servicios generales una cláusula de cumplimiento de la legislación medioambiental vigente y actúa proactivamente en la difusión de su compromiso a favor de la sostenibilidad.

En 2010, en el ámbito de las inversiones, también se ha fomentado el compromiso de los proveedores; en este sentido, se ha procedido a evaluar la respuesta entre sus gestoras respecto a la acción de difusión sobre los PRI realizada en 2009, con el objetivo de reforzar el circuito SRI de selección externa de activos.

## Proveedores de asistencia en el seguro del hogar

VidaCaixa Grupo asigna y distribuye los encargos de trabajo a sus proveedores del hogar en función de criterios transparentes con relación al servicio que ofrecen a los clientes

En el ámbito de la asistencia de siniestros en el hogar, VidaCaixa Grupo cuenta con varios proveedores, a los cuales asigna y distribuye las cargas de trabajo en función de criterios transparentes que están en relación con el servicio ofrecido a los clientes. En este sentido se fomenta la competitividad a través de la mejora continua, a la vez que se garantiza el mejor servicio a los asegurados.

En 2010, se ha aumentado la exigencia y el número de clientes con siniestro entrevistados. Dichas encuestas son una fuente excelente de oportunidades de mejora que VidaCaixa utiliza intensamente para incrementar de manera sostenida el nivel de calidad en el servicio a clientes. Esto se traduce en una mayor adopción de medidas de mejora por parte de los proveedores.

## Proveedores de asistencia en el seguro de salud

VidaCaixa Adeslas, valora la competencia científica y técnica de sus profesionales desde su incorporación al cuadro médico

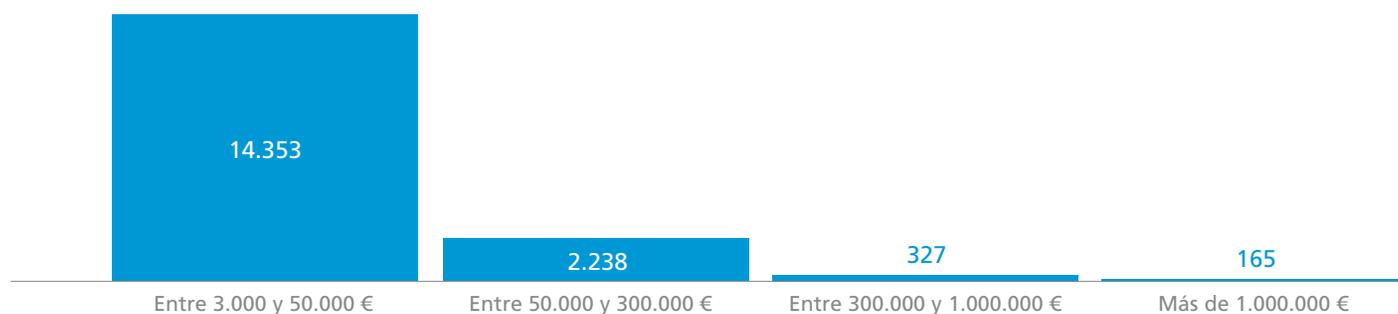
En el ámbito de la asistencia del seguro de salud, VidaCaixa Adeslas cuenta con más de 30.000 profesionales de la salud, 1.580 centros de atención médico asistencial y 269 centros hospitalarios implementados. Con el ánimo de ofrecer la mejor calidad de servicio a los asegurados, VidaCaixa Adeslas valora la competencia científica y técnica de sus profesionales desde su incorporación al cuadro médico y, posteriormente, los resultados de su actividad asistencial dentro de la Compañía. Esto se lleva a cabo mediante la valoración de la calidad percibida por los clientes y la medición de la eficiencia y calidad de los servicios asistenciales. A partir de aquí, se ponen en marcha planes de mejora para tratar de ofrecer el mejor servicio a los asegurados y también se incentivan las buenas prácticas de los profesionales.



Una de las principales herramientas de comunicación entre VidaCaixa Adeslas y los profesionales del cuadro médico es el Portal de Profesionales Sanitarios; durante el año 2010 este canal de comunicación ha recibido 46.900 consultas. Además, el profesional es la pieza clave en la prevención y detección precoz de enfermedades y en la atención a pacientes con patologías crónicas. En el Portal de Prevención para profesionales, éstos pueden acceder a guías clínicas de referencia y a contenidos destinados a promover la salud de sus pacientes.

### Principales proveedores de VidaCaixa Grupo por tramo de facturación (2010)

en número



Nota: El número total de proveedores citados en la tabla no coincide con el total de proveedores enunciado en el texto del capítulo, ya que en la tabla de datos únicamente se recogen los datos de proveedores con facturación mayor a 3.000 euros y los datos de proveedores que tienen un CIF/NIF de facturación. Éste es el caso, por ejemplo, de ciertos profesionales médicos que facturan de forma agregada y no de forma individual.