



2

**Relacions amb els clients**

## 2.1

# Productes innovadors i sostenibles d'assegurament i previsió

## Una sòlida base de clients

5,9 milions de clients, un 74% més que el 2009, han dipositat la seva confiança en VidaCaixa Grup

Amb la integració d'Adeslas, són prop de 5,9 milions les persones que han atorgat la seva confiança a la gestió i als productes d'assegurament i previsió social de VidaCaixa Grup.

El 2010, més de 2,5 milions de nous clients particulars s'han integrat al col·lectiu d'assegurats i partícips de VidaCaixa Grup, la qual cosa confirma un any més el creixement sostingut experimentat des de la creació de la Companyia el 1992.

### Evolució del nombre de clients de VidaCaixa Grup

milions



En el negoci de grans clients corporatius i col·lectius, més de 1.700 empreses i organismes continuen atorgant la seva fidelitat a VidaCaixa Grup. Addicionalment, més de 100.000 pimes i empresaris autònoms han dipositat la seva confiança en la gamma de productes específicament dissenyats per a aquest col·lectiu.

### Distribució dels clients de VidaCaixa Grup

2010

Clients negoci particulars	3.140.750
Clients negoci pimes i autònoms	378.521
Clients negoci empreses	2.734.587

### Distribució del nombre de clients empreses i col·lectius

2010

Pimes	47.150
Empresaris autònoms	56.931
Companyies multinacionals	812
Companyies que formen part de l'IBEX 35	29
Organismes públics	919

# Productes enfocats a les necessitats dels clients

El 2010, VidaCaixa Grup ha llançat 11 nous productes d'assegurament i previsió social

El disseny dirigit a cobrir les necessitats d'assegurament i previsió social dels clients és la prioritat de VidaCaixa Grup. Al llarg del 2010, l'oferta del Grup s'ha ampliat amb onze nous productes.

Amb aquesta nova oferta de productes, d'una banda, s'amplia l'oferta a nous col·lectius, com per exemple les pimes, que són un sector estratègic del Grup, i de l'altra, s'amplia l'oferta amb nous serveis i noves cobertures no disponibles anteriorment (n'és un exemple Adeslas Visión).

En l'àmbit de l'estalvi, s'han dut a terme dues emissions de la Llibreta Futur, la tradicional assegurança dotal de VidaCaixa, i s'han comercialitzat cinc nous plans de pensions individuals –el PlanCaixa 4 Plus II, el PlanCaixa 4 Plus III, el PlanCaixa 5 Flaix, el PlanCaixa Moment i el PlanCaixa Tàndem–, que contribueixen a completar l'extensa cartera de productes individuals d'estalvi per a la jubilació de VidaCaixa Grup.

## Disseny de productes específics per a cada segment de clients

En línia amb l'esforç innovador de VidaCaixa Grup, l'any 2010 cal destacar el llançament del PlanCaixa Tàndem, un producte d'estalvi-previsió especialment dissenyat per als clients del segment de Banca Privada i Banca Personal, que combina un pla de pensions amb un pla de previsió assegurat.



Amb l'objectiu de donar solucions per al finançament eficient de les situacions de dependència, i dins del marc legislatiu establert en la Llei de Promoció d'Autonomia Personal i Atenció a les Persones en Situació de Dependència, l'any 2009 la Companyia va incorporar a un dels seus productes amb més acceptació i tradició, com és la Renda Vitalícia, una nova cobertura de dependència severa i gran dependència. Així, amb aquests productes, després del pagament d'una prima inicial, l'assegurat comença a percebre una renda mensual amb caràcter vitalici, i pot escollir la modalitat de termini de garantia i tipus d'interès que s'ajusti més a les seves necessitats, des d'annual fins a vitalici.

En l'àmbit de la salut s'han comercialitzat 5 nous productes amb cobertures àmplies i flexibles

A la seva defunció, els beneficiaris perceben un capital. En cas de patir una situació de dependència severa o gran dependència, la nova cobertura ofereix als assegurats la possibilitat d'incrementar la renda mensual percebuda. Cal destacar que l'any 2010, gràcies a l'adequat disseny del producte i a la situació favorable en les corbes de tipus d'interès, la Renda Vitalícia ha tingut un desenvolupament extraordinari, amb més de 1.800 milions d'euros captats en primes.

D'altra banda, en el negoci de risc i, concretament, en l'àmbit de salut s'han llançat cinc nous productes amb cobertures àmplies i flexibles, que s'adapten a les necessitats específiques de les famílies. Cal esmentar, en aquest sentit, els productes VidaCaixa Quadre Mèdic Família i Adeslas Família, que tenen la particularitat d'incloure assistència dental a un preu molt equilibrat, atès que els assegurats menors de 45 anys que els contracten paguen el mateix independentment de la seva edat o gènere.

A més, en la major part de les modalitats (exceptuant el producte de reembors i les modalitats per a pimes) es facilita l'accés a assistència sanitària privada a un rang més gran de població, tot ampliant 5 anys la possibilitat de contractació d'aquests productes, i situant l'edat límit de contractació en els 70 anys. Addicionalment, s'ofereix la possibilitat de contractar aquest producte als clients de més de 70 anys si en la mateixa pòlissa hi ha com a mínim 3 assegurats menors de 61 anys.

Així mateix, els nous productes Adeslas Visión i Adeslas Visión Plus combinen l'assistència sanitària oftalmològica amb serveis i material òptic per a l'assegurat, sense necessitat de copagament i amb un preu molt competitiu, una necessitat que no estava coberta anteriorment per l'oferta de VidaCaixa Grup.

### **Adeslas Família: assistència sanitària per a tota la família amb un preu únic**

El nou producte Adeslas Família, adreçat a famílies amb més de dos membres, facilita una cobertura integral d'assistència sanitària i dental amb un preu molt equilibrat, ja que tots els menors de 45 anys paguen la mateixa prima.

Molts dels serveis dentals estan coberts sense cap cost addicional i alguns dels tractaments permeten estalvis que poden arribar fins a un 50%.

Entre les cobertures més importants destaquen:

- Accés directe a medicina general, pediatria i totes les especialitats mèdiques.
- Proves diagnòstiques d'alta tecnologia, anàlisis clíniques, estudis radiogràfics, PET-TAC, mamografies, proves genètiques per a la detecció de malalties, hospitalització amb o sense intervenció quirúrgica, pròtesis, marcapassos, etc.
- El part i l'assistència que hi està relacionada.
- Trasplantaments de còrnia i medul·la òssia.
- Tractaments especials com oxigenoteràpia ambulatoria, psicoteràpia, etc.
- Assistència sanitària estrangera.

A més, permet l'accés a un quadre mèdic format per més de 30.000 professionals sanitaris, 1.580 centres d'atenció medicoassistencial, 219 punts d'atenció al públic, 269 centres hospitalaris, més de 1.000 odontòlegs i 155 clíniques dentals Adeslas.



També el 2010 s'han efectuat llançaments de nous productes per al segment d'autònoms. Amb motiu de l'aprovació de la Llei de Protecció per Cessament d'Activitat dels Treballadors Autònoms, l'objectiu de la qual és facilitar un sistema de protecció a través de la Seguretat Social a aquells treballadors autònoms que es vegin obligats a cessar en l'activitat per causes alienes a la seva voluntat, VidaCaixa Grup ha creat una solució perquè aquest col·lectiu pugui cotitzar voluntàriament i així poder optar a aquesta prestació. Es tracta del nou mòdul de prestació econòmica per incapacitat temporal adreçat a treballadors autònoms, que pot ser contractat voluntàriament per cadascun d'aquests assegurats que disposin d'una pòlissa d'assistència sanitària d'Adeslas Pimes.

Respecte a les millores aplicades en la cartera de productes, cal esmentar les implementacions realitzades en els productes de Salut Reembors per a pimes. Aquest producte permet al col·lectiu escollir qualsevol metge i centre que desitgi sense restringir-lo a un quadre mèdic predeterminat, amb la qual cosa s'atorga més flexibilitat a l'assegurat.

Finalment, cal destacar que, amb l'objectiu d'oferir al client més serveis i beneficis com més gran sigui la seva vinculació amb la Companyia, es duen a terme diverses accions d'aplicació de descomptes per la contractació d'altres assegurances. N'és un exemple la campanya multiAssegurances. Com més gran és el nombre de productes que el client té assegurats a VidaCaixa Grup, més gran és la promoció que rebrà, de manera que pot arribar a aconseguir fins a 500 euros en una targeta regal. A més, la Companyia duu a terme diferents accions de fidelització com, per exemple, el programa de prevenció de càncer de mama per als clients de VidaCaixa Salut.

**multiAssegurances**

**A "la Caixa",  
hi cap tot  
el que t'importa**

**Vida** **Salut** **Llar** **Auto**

VidaCaixa, SA d'assegurances, Reemborsament, VidaCaixa, SA d'assegurances i Reemborsament, Caixa d'Estalvis i Pensions de Sant Jordi, operador de bancs asseguradors  
encalca de VidaCaixa, SA i autoritat de SegurCaixa, SA, inscrits en el registre administratiu de mediadors de la DGAPP amb el codi CDE1103800996

# Una cultura orientada a la innovació i al servei al client

## Tecnologia al servei del client

La integració d'Adeslas a VidaCaixa Grup ha suposat el repte d'unificar els sistemes de gestió i informació amb l'objectiu de funcionar com una única companyia. Al llarg del 2010 s'ha treballat de manera intensa en aquest àmbit, i es preveu que la majoria de sistemes estiguin unificats el 2011.

Com a prova d'això, cal destacar la inversió de 27,5 milions d'euros en tecnologia i sistemes d'informació realitzada el 2010 amb l'únic objectiu de continuar amb la millora del servei que es presta al client. A més, la inversió efectuada en projectes de R+D ha estat d'1 milió d'euros.

Entre les principals actuacions dutes a terme el 2010, cal destacar:

- L'elaboració del Pla de Sistemes 2011-2015, que recull els elements següents:
  - El nou disseny de l'arquitectura de sistemes.
  - La unificació del sistema de plataformes de Recursos Humans de l'antiga SegurCaixa Holding i Adeslas.
  - Eines de suport per a la implementació, seguiment i avaluació de resultats del Pla Estratègic de VidaCaixa Grup.
  - Eines per al disseny de nous productes.
  - Eines per millorar l'ergonomia dels processos de simulació i comercialització.
- S'ha realitzat un projecte d'anàlisi i disseny de la pàgina web [www.vidacaixa.previsiosocial.com](http://www.vidacaixa.previsiosocial.com) per millorar-ne la usabilitat. En aquest redisseny s'hi han incorporat novetats, com un canvi en l'enfocament de la comunicació, passant d'una orientació de producte a una altra basada en solucions específiques per a cadascun dels segments. També s'ha potenciat l'àrea d'informació corporativa i de serveis, així com els apartats d'accés i contacte, alhora que s'han dissenyat noves funcionalitats i millores en la plataforma on-line per als clients.
- S'ha desenvolupat una aplicació per a telèfons mòbils que facilita l'accés a diferents serveis per part dels clients. Els assegurats poden descarregar-se al mòbil tots els telèfons de contacte que puguin necessitar de la Companyia, sempre que es disposi d'accés a Internet. Així mateix, s'ha dut a terme una agrupació de productes per famílies i, mitjançant la utilització d'una sèrie d'icones, es facilita la selecció del producte requerit. Aquest projecte és el primer que es desenvolupa en el canal mòbil, canal que es continuarà potenciant en el futur.

**SegurCaixa Holding**  
Grup Assurances

## SegurCaixa Mòbil

Amb el portal mòbil de SegurCaixa Holding podrà accedir de forma ràpida i en qualsevol moment als principals telèfons de contacte de la companyia.



**Introdueixi el seu número de mòbil i premi el botó "Enviar".**  
Automàticament, rebrà un sms amb els passos a seguir per a completar la descàrrega.

Com funciona

Mòbil

**Enviar**

**SegurCaixa Holding**  
Grup Assurances

- Llar**  
Assuradora destinada a cobrir les pèrdues que es produeixen més sovint a l'habitatge, tant al continent (parets, terrats, finestres...) com al contingent (mobles, roba...)
- Vehic. i motos**  
L'assuradora de vehicles que ofereix les cobertures més àmplies i el servei i les garanties més complertes.
- Salut**  
Assuradora d'assistència sanitària privada amb un dels quadres mèdics més àmplis i una relació de cobertures més completa.
- Vida**  
Orientació mèdica.
- Atur/incapacitat laboral**  
Assuradora destinada a cobrir les prestacions d'atur o d'incapacitat temporal, segons les condicions de la pòlissa.
- Repatriació**  
Consulta i gestió dels tràmits de repatriació.
- Negoci**  
Assistència en el comerç, serveis vigents de 24h.
- Des de l'Estranger**  
Sol·licitud d'assistència des de l'estranger.

- S'ha incorporat l'e-mailing en les accions de fidelització i recordatori per a les cobertures d'assistència informàtica i protecció jurídica vinculades amb el producte SegurCaixa Llar.

**“VidaCaixa Grup comercialitza els seus productes a través d’una estratègia multicanal per oferir al client la plataforma de relació més adequada a les seves necessitats particulars”**

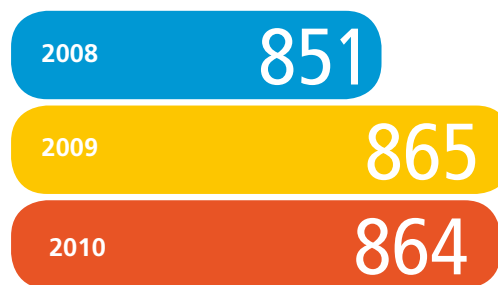
## La innovació, una aposta permanent

Els empleats de VidaCaixa Grup estan alineats amb la innovació i la millora contínua en el servei al client. És per això que es fomenten i es faciliten diferents canals interns perquè puguin expressar les seves opinions, suggeriments i idees, i generar així valor compartit per al Grup i per als clients.

El 2010, els empleats de VidaCaixa Grup i les oficines de "la Caixa" han aportat un total de 864 noves idees innovadores

En línia amb els anys anteriors, s'ha mantingut constant el volum d'idees rebudes. En total, el 2010 els empleats han aportat 864 noves idees, de les quals 121 corresponen a VidaCaixa Grup, un 70% menys que el 2009, i 743 a la xarxa d'oficines de "la Caixa", un 68% més que l'any anterior. La disminució de les idees procedents de VidaCaixa Grup es deu a la complexitat del procés d'integració realitzat el 2010 i a la focalització dels esforços en el desenvolupament dels múltiples projectes de què consta aquest procés. L'increment de les idees aportades per la xarxa d'oficines de "la Caixa" és degut a l'augment significatiu de la comercialització de nous productes de VidaCaixa Grup al llarg del darrer any. El 2011, el programa d'Idees s'estendrà a tot el perímetre actual del Grup, i es reprendran les mesures d'incentivació de la innovació.

### Nombre d'idees rebudes



### SegurCaixa Maps, una idea pràctica per al client

De la feina d'investigació i desenvolupament de l'equip de treball del programa Idees, en sorgeixen, entre d'altres, iniciatives com SegurCaixa Maps.

SegurCaixa Maps és un producte que millora la gestió en les assegurances de la llar, pel fet que actua abans

que el client es posi en contacte amb la Companyia. El funcionament d'aquest sistema d'alerta consisteix en el següent: quan es detecta un sinistre, es busca si a la zona hi ha algun client de la Companyia i, en el cas que n'hi hagi cap, es dona ordre a l'oficina de "la Caixa" més propera. D'aquesta manera, es pot conèixer quantes persones podrien necessitar ajuda i millorar així la gestió.

Aquest projecte va ser guardonat amb el "II Premi a la Innovació en Assegurances", que convoca ICEA, en la categoria de 'Distribució, Servei i Procés'. El jurat dels premis va valorar positivament l'anticipació a la declaració del sinistre, la gestió dinàmica dels professionals, la facilitació de la feina dels pèrits i els beneficis paral·lels d'aquest producte.





## 2.2

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

## Avanços en l'aplicació dels Principis d'Inversió Responsable: PRI

VidaCaixa ha estat activa en l'aplicació de criteris de sostenibilitat en les inversions

VidaCaixa Grup és conscient de l'efecte que poden tenir sobre les carteres d'inversió les pràctiques responsables respecte a qüestions Ambientals, Socials i de bon Govern (ASG), per la qual cosa les considera en l'anàlisi de les empreses que puguin ser objecte de les seves inversions.

La Inversió Socialment Responsable (ISR) de VidaCaixa Grup no és cap novetat. Des del 2001, el Grup ha estat actiu en l'aplicació de criteris de sostenibilitat en les inversions, com la utilització de qüestionaris de seguiment, la incorporació de pràctiques d'inversió socialment responsables i la utilització de criteris d'exclusió d'inversions que no tenen en compte els aspectes ASG.

En aquest sentit, VidaCaixa Grup té el convenciment que la inversió socialment responsable, a més d'aportar beneficis per a la societat a llarg termini, no renuncia a la rendibilitat respecte a les inversions tradicionals i s'incorre en menys riscos i, per tant, s'optimitza el binomi rendibilitat-risc.

El 2009, VidaCaixa Grup va fer un definitiu pas endavant amb l'adhesió a la iniciativa dels Principis per a la Inversió Responsable de les Nacions Unides (PRI), convertint-se d'aquesta manera en la primera asseguradora de vida i gestora de plans de pensions estatal que assumia els principis del PRI per al total d'inversió efectuada tant en assegurances de vida com en plans de pensions.



A través de la incorporació dels principis del PRI, VidaCaixa Grup assegura que totes les inversions gestionades pel Grup garanteixen el compliment de criteris d'inversió socialment responsable. En aquest sentit, VidaCaixa Grup es compromet a analitzar les seves inversions des d'aquesta triple perspectiva i, per tant, garanteix la possibilitat de descartar aquelles inversions que, si bé poden ser rendibles a curt termini, no segueixen aquests principis.

En línia amb l'objectiu de promoure els principis del PRI entre els gestors i proveïdors d'inversió de VidaCaixa Grup, s'ha començat a avaluar la resposta per part d'aquest grup d'interès respecte a l'acció efectuada el 2009 i que va consistir a informar-los sobre aquesta matèria amb l'objectiu de reforçar el circuit ISR de selecció externa d'actius. En aquest sentit, cal destacar la bona acollida i predisposició per part de les 22 gestores amb les quals es va dialogar sobre les prioritats manifestades per VidaCaixa Grup i el seu alineament amb els Principis del PRI, establertes a través del procés de diàleg realitzat.

A més, el 2010 s'ha emplenat el primer informe de progrés del PRI, on VidaCaixa Grup dóna compte del seguiment dels principis, així com dels principals avanços i projectes amb relació a l'aplicació dels PRI.

“El compromís de VidaCaixa Grup és molt valuós perquè transmet a altres actors del mercat espanyol el poderós missatge que els PRI són un marc important i incipient per als inversors convencionals”

**James Gifford**

## L'origen dels PRI i la seva situació actual a Espanya

*(Extracte de l'entrevista a James Gifford, director executiu dels PRI, publicada a l'InfoVidaCaixa Previsió Social)*

La iniciativa PRI està catalitzant autèntiques millores en la percepció que els inversors tenen dels temes ASG, ja que se centra en polítiques i processos al voltant de la integració, el compromís i la transparència.

Aquests canvis en la conducta dels inversors es manifesten, sobretot, en l'activitat d'inversió responsable pròpia de la qual informen els signataris del PRI. El 2009, per exemple, va créixer un 25% el nombre de propietaris actius, com fons de pensions que inclouen elements d'inversió responsable en els seus contractes amb gestors d'inversions externs.

Amb només 12 signataris, el nombre d'inversors espanyols adherits al PRI és relativament baix en comparació amb països com el Regne Unit, amb més de 60 signataris, França amb 32, Alemanya amb 31 i Estats Units amb més de 90.

VidaCaixa Grup duu a terme una gestió solvent de les seves inversions

## Solvència i cultura de control

La solvència de VidaCaixa Grup ha estat una característica del Grup, des dels seus inicis ja fa més de 100 anys, quan “la Caixa” va emetre la primera llibreta de pensió.

El Grup duu a terme una gestió solvent de les inversions basada en la prudència, la responsabilitat i l'eficàcia, tot garantint uns nivells de reserves per damunt del nivell legal exigít. Aquest compromís amb la gestió responsable i sostenible s'ha traduït en una confiança creixent per part dels seus gairebé 6 milions de clients el 2010 i un volum de més de 33.000 milions d'euros gestionats.

Com a líder del mercat en previsió social complementària, VidaCaixa Grup, a més de gestionar amb criteris responsables i sostenibles, participa de manera proactiva i voluntària en iniciatives que promouen la solvència de les entitats asseguradores. En aquest sentit, cal esmentar la Guia de Bones Pràctiques de Control Intern i de Bon Govern Corporatiu, promogudes per UNESPA, el Projecte Solvència II de la Unió Europea o el Grup de Treball de RSC GenCat.

En el marc del Projecte Solvència II, la directiva del qual va ser aprovada el 2009, VidaCaixa Grup col·labora amb el Grup de treball d'UNESPA per a la implementació de totes les mesures que es posaran en marxa a partir del 2012. Aquest procés ha culminat amb la publicació del primer Esborrany del Reglament de Solvència a finals del 2010, el qual estableix les bases que garanteixen la viabilitat i sostenibilitat de les empreses asseguradores, així com l'establiment del seu règim de supervisió i mesurament del capital exigít en funció del risc.

A més, VidaCaixa Grup ha participat en l'estudi d'impacte quantitatiu de solvència, QIS 5, l'objectiu del qual és determinar els factors que influiran en els nous requisits de capital derivats del projecte Solvència II.

Finalment, i en línia amb el procés iniciat en anys anteriors, VidaCaixa Grup ha continuat amb el disseny del model propi intern per tal que el mesurament del risc sigui més exhaustiu. Per això, i d'acord amb el pla previst, s'ha avançat en els tres objectius principals següents:

- Millorar en la valoració del risc per tenir capacitat d'optimitzar els requeriments de capital en el futur.
- Conèixer en profunditat i de manera sistemàtica aquests riscos sota metodologies avançades.
- Integrar la gestió d'aquests riscos i els seus paràmetres de consum de capital en els processos del Grup, especialment en el disseny de productes, subscripció, tarificació, provisionament i reassegurança. VidaCaixa Grup continuarà treballant en aquest últim objectiu en els pròxims anys, atès que és la base fonamental per a l'aprovació del model.

Com a principal avanç en aquest àmbit, cal esmentar la presentació davant la Direcció General d'Assegurances i Fons de Pensions de la presol·licitud de model parcial intern per a la seva aprovació.

La precisió en el mesurament i el seguiment dels riscos és un factor clau que garanteix la solvència del negoci. Per això, VidaCaixa Grup ha dut a terme diverses accions amb l'objectiu de garantir la supervisió i el control intern. En aquest sentit, cal destacar la finalització el 2010 de la millora en l'aplicació de gestió de riscos i control intern.

**“VidaCaixa Grup ha dut a terme diverses accions per incrementar el mesurament del risc amb l'objectiu de mantenir la garantia de solvència del Grup”**

## 2.3

# Seguretat i transparència en la relació amb els clients

VidaCaixa Grup ha continuat millorant els mecanismes que garanteixen la seguretat i la transparència envers els seus clients

La confiança dels clients en VidaCaixa Grup se sustenta en l'àmplia gamma de productes comercialitzats, en la gestió excel·lent que realitzen els seus 2.634 professionals i en l'establiment de relacions basades en la seguretat i la transparència.

## Intimitat i confidencialitat en la informació al client

Una de les prioritats de VidaCaixa Grup és el respecte a la intimitat i a la confidencialitat del client. El 2010 s'ha mantingut aquest compromís, a través d'una escurpolsa gestió basada en l'establiment de mesures preventives que van més enllà de l'estricta compliment de la llei. Entre les mesures que VidaCaixa Grup té implantades per assegurar un entorn d'intimitat i confidencialitat per al client, cal destacar-ne les següents:

- L'adequació de les mesures tècniques i de seguretat per preservar la intimitat i confidencialitat dels clients en el marc del Reial Decret 1720/2007, pel qual s'aprova el reglament de desenvolupament de la Llei Orgànica 15/1999 de Protecció de Dades de caràcter personal (LOPD), i el període transitori del qual va finalitzar el 2010.



- L'edició, i la seva posterior difusió entre tots els empleats de VidaCaixa Grup, del butlletí periòdic semestral, dins del Pla de Divulgació d'Informació i LOPD, que s'estructura en els apartats següents:
  - Seguretat de la informació: s'hi mostra com s'agrupen les dades personals en els diferents fitxers declarats a l'Agència Espanyola de Protecció de Dades.
  - Les normes, reglaments, procediments i el seu compliment per a tots els empleats de l'organització.
  - Notícies i novetats relacionades amb aspectes de la seguretat i confidencialitat dels clients.

El 2010 VidaCaixa Grup no ha rebut cap sanció per vulneració de la intimitat o fuga d'informació confidencial dels seus clients

- El desenvolupament d'un document estàndard de compliment de la LOPD, que es facilita a tots els clients del negoci col·lectiu que ho sol·liciten.
- La difusió d'una carta de condicions per als mediadors que són membres d'ADECOSE (Associació Espanyola de Corredories d'Assegurances), en la qual s'adapta la legislació en matèria de blanqueig i cessió de dades de clients.
- La realització d'un curs de formació específic sobre temes de seguretat i confidencialitat per part de l'antiga SegurCaixa Holding. El 2011, es preveu ampliar l'abast del curs a tota la plantilla del Grup.
- La revisió de clàusules de tractament i cessió de dades de tots els productes de la Companyia per homogeneïtzar-les i adaptar-les al nou entorn, després de la integració d'Adeslas.
- Realització d'una nova Jornada Anual per a la Millora del Paisatge de l'Oficina per fer complir els requeriments de seguretat de fitxers no automatitzats.
- Extensió de l'aplicació del Reglament Intern de Conducta de VidaCaixa, S.A. d'Assegurances i Reassegurances a totes les persones que s'ha considerat que quedaven afectades per l'àmbit d'aplicació d'aquest reglament com a conseqüència de la integració d'Adeslas.

Algunes de les activitats previstes per a l'any 2010, com la revisió dels contractes de prestació de serveis i vinculació amb el document de seguretat, així com l'auditoria biennal sobre temes de seguretat de les dades de clients, han estat posposades al 2011 com a conseqüència del procés d'integració d'Adeslas a VidaCaixa Grup.

## Ètica i transparència de la informació comercial

En línia amb les actuacions d'anys anteriors, VidaCaixa Grup ha continuat amb el seu esforç per millorar la informació als seus clients

VidaCaixa Grup està compromesa a oferir informació clara, exacta i fidedigna, a través de les seves comunicacions, a fi de facilitar als clients la presa de decisions.

Com a continuïtat a l'acció iniciada el 2009, consistent en la creació d'una Guia de Redacció adreçada als empleats involucrats en l'elaboració de comunicacions que s'envien als clients, l'any 2010 s'ha procedit a la seva implementació en el canal d'oficines de "la Caixa".

També en línia amb els anys anteriors, s'han dut a terme cinc estudis per conèixer l'opinió i la valoració dels clients respecte a les accions de comunicació vinculades a les campanyes comercials Professional Multiestrella, VidaCaixa Salut Individual, VidaCaixa Salut Pimes i Plans de Pensions. En tots els estudis efectuats, la valoració per part dels clients sobre la informació aportada sobre els productes ha estat valorada com a "ben" o "molt ben explicada".

En aquest àmbit cal esmentar que VidaCaixa Grup, a més de complir la normativa sobre publicitat i protecció dels consumidors, assumeix els codis d'autocompliment, com el Codi General de Conducta Publicitària de les Institucions d'Inversió Col·lectiva i Fons de Pensions (INVERCO).

Cal destacar també la col·laboració amb institucions de l'àmbit de les assegurances i de la previsió social, com UNESPA, la Patronal de l'Assegurança a Espanya, difonent i aplicant els principis de la seva Guia de Bones Pràctiques relatius a la transparència de la informació subministrada als clients, tant en la fase prèvia informativa com en el contracte. En línia amb aquest compromís, el 2010, VidaCaixa Grup ha procedit a l'adaptació del seu portal corporatiu d'Internet i a efectuar ajustaments en les notes informatives d'alguns dels seus productes de multirisc i automòbils.

### Mesures per facilitar la comprensió de la informació sobre productes d'assegurament i previsió social

- Redacció d'apunts i notes a peu de pàgina.
- Incorporació d'exemples que ajudin a entendre el càlcul de les tarifes.
- Inclusió en una sola pàgina de les principals dades de la pòlissa contractada, de manera clara i intel·ligible, la qual cosa permet a l'assegurat conèixer:
  - Els termes i condicions del servei contractat.
  - El tipus d'assegurança.
  - La prima.
  - La durada del contracte.
  - Les cobertures i també els seus límits.

Adicionalment, VidaCaixa Grup es va adherir el 2010 al nou document d'autoregulació del sector "Guia de bones pràctiques en matèria d'informació prèvia a la contractació en les assegurances de salut", promogut per UNESPA. Aquesta nova guia té com a principal objectiu facilitar als consumidors la comparació entre les diverses modalitats de les assegurances de salut, abans que la contractin. VidaCaixa Adeslas es va adherir a aquesta iniciativa a final d'any, la corresponent implementació de la qual és prevista per al 2011.

Respecte al newsletter trimestral de VidaCaixa Previsió Social, també s'hi han realitzat canvis, focalitzant els temes d'interès en previsió social i millorant el tractament de les novetats i la transparència de la informació.

Així mateix, a la pàgina web de VidaCaixa Grup, [www.vidacaixa.com](http://www.vidacaixa.com), s'hi han creat nous continguts i s'ha redissenyat el menú d'assegurances a fi de facilitar la comprensió de les garanties que ofereixen els productes d'assegurances i previsió social. En aquest sentit, s'ha creat la secció "Sabies que...?", vinculada a assegurances de la llar, en la qual, entre altres temes, s'explica el servei de protecció jurídica.

**"També a la pàgina web del Grup s'ha redissenyat el menú d'assegurances, i s'han creat nous continguts per facilitar-ne la comprensió"**

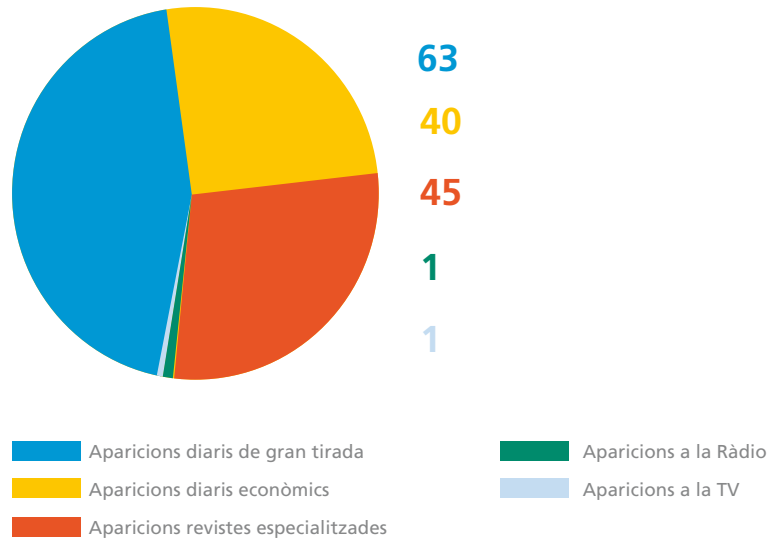
Finalment, i després de l'adhesió als Principis per a la Inversió Responsable (PRI), VidaCaixa Grup s'ha compromès amb el seu compliment i difusió. Per fer-ho, ha incorporat la imatge corporativa dels PRI i un text explicatiu del seu significat i abast en tota la informació de plans de pensions dirigida als seus clients.

### **Alguns exemples de millora de la transparència en la informació**

- En les assegurances d'invalidesa, s'hi s'exposen de manera inequívoca els criteris i les variables per qualificar el sinistre o grau de minusvalidesa i es garanteix la canalització de les queixes o reclamacions dels clients, alhora que s'informa els prenedors del seu dret al desistiment, quan sigui procedent.
- En els qüestionaris de salut es recorda la necessitat i la utilitat que el contractant llegeixi les preguntes del qüestionari i que respongui de manera honesta i fidedigna. Així mateix, s'informa que la informació facilitada es manté emmagatzemada i custodiada en fitxers d'alta seguretat.
- En les assegurances d'estalvi s'informa de les condicions de la garantia oferta i de l'interès tècnic garantit, i en els productes Unit-linked s'informa que el prenedor de l'assegurança és qui assumeix el risc de la inversió vinculada al contracte.
- Es notifiquen als contractants de Plans de Previsió Assegurats i Plans de Pensions les condicions necessàries per obtenir-ne la liquiditat d'acord amb els criteris legals establerts.
- En les assegurances de la llar, VidaCaixa Grup renuncia a l'aplicació de la regla proporcional en els sinistres que no superin un determinat import i facilita una valoració orientativa, amb l'objectiu d'evitar possibles infraassegurances.
- En l'àmbit de la previsió social per a col·lectius i empreses s'han desenvolupat iniciatives per a la difusió d'aquests productes, com el bloc de VidaCaixa Previsió Social, amb la col·laboració del diari econòmic *Expansión*.

La transparència de la informació és un compromís que va implícit també en la comunicació que VidaCaixa Grup difon als mitjans. Al llarg del 2010, la Companyia ha enviat un total de 15 notes de premsa, ha redactat 25 col·laboracions i ha realitzat 4 entrevistes, la qual cosa ha suposat un total de 150 aparicions als mitjans, tant diaris de gran tirada i econòmics com revistes especialitzades. Els principals moments de comunicació van ser els resultats obtinguts, el procés d'integració d'Adeslas a SegurCaixa Holding, l'aprovació de la fusió per part de les Juntes de totes dues companyies, el nom de VidaCaixa com a nova denominació del Grup, el llançament de nous productes i serveis i temes diversos com estudis efectuats.

## Aparicions als mitjans de comunicació



Roda de premsa de VidaCaixa Grup.



## 2.4

# Accessibilitat als productes i serveis

VidaCaixa Grup disposa de la xarxa d'oficines de "la Caixa", la més extensa del país, amb més de 5.400 punts d'atenció al client

VidaCaixa Grup aspira, amb la integració d'Adeslas el 2010, a convertir-se en referència del mercat assegurador espanyol, amb una oferta multiram, multisegment i multicanal.

En aquest sentit, desenvolupa propostes de valor integrades, que es fonamenten en un enfocament orientat a les necessitats dels clients, en un ampli portafoli de productes d'assegurament i en un servei que persegueix l'excel·lència.

En la relació amb els clients, VidaCaixa Grup actua guiat pels seus valors corporatius de Confiança, Qualitat, Dinamisme i Proximitat, i desenvolupa la seva estratègia basant-se en els principis de proximitat, multicanalitat i eliminació de barreres físiques i sensorials.

## Bancasseguradors amb gestió multicanal

Les més de 5.400 oficines de "la Caixa", els empleats d'AgenCaixa, les oficines pròpies i els centres mèdics i dentals de VidaCaixa Adeslas, juntament amb la xarxa de consultors i mediadors externs i interns, són els pilars que asseguren un servei i assessorament de qualitat als prop de 6 milions de clients de VidaCaixa Grup.

Amb la integració d'Adeslas, s'ha millorat la capacitat i les possibilitats del Grup per relacionar-se amb els seus clients, tant particulars com autònoms, pimes i empreses, i s'han ampliat les vies i canals presencials i electrònics per informar i contractar els productes de VidaCaixa Grup.



En els canals presencials s'ha aconseguit incrementar la capil·laritat territorial mitjançant la integració de les oficines pròpies i centres mèdics i dentals de VidaCaixa Adeslas, a més de les xarxes d'agents. Això ha permès intensificar la relació amb els clients, i oferir tots els productes d'assegurament i previsió social a través de tota la xarxa de VidaCaixa Grup.

Respecte a la resta de canals no presencials, cal destacar l'ampliació de l'oferta de productes que es poden contractar a través del canal telefònic. El 2010, s'ha incorporat la possibilitat de contractació dels productes de Salut a través de la pàgina web de VidaCaixa Adeslas, [www.adeslas.es](http://www.adeslas.es), amb el servei telefònic d'assessorament i contractació "Call Me Now", atès per un agent telefònic.

Cal destacar també l'existència de la pàgina web de VidaCaixa Grup, [www.vidacaixa.com](http://www.vidacaixa.com) i, des de fa dos anys, la pàgina web específica de previsió social, [www.vidacaixa.previsiosocial.com](http://www.vidacaixa.previsiosocial.com).

A més, el 2010 s'ha avançat en la millora de Línia Oberta Web, el servei de banca *on-line* de "la Caixa", amb informació per facilitar la comprensió al client. A través d'aquest canal es poden consultar totes les assegurances i plans de previsió contractats, així com declarar un sinistre de la llar, facilitant d'aquesta manera l'accessibilitat i evitant desplaçaments o trucades al client. Totes les campanyes de VidaCaixa Grup que s'han dut a terme el 2010 per promoure l'assegurament i la previsió social, a més de ser difoses a través del portal del Grup, s'han comunicat a Línia Oberta Web.

Finalment, a través de Línia Oberta Mòbil s'han dut a terme nous desenvolupaments, dirigits a *smartphones*, facilitant així diverses operatives en plans de pensions, com la possibilitat d'efectuar aportacions.

## Eliminació de barreres físiques i de comunicació

El compromís de VidaCaixa Grup amb l'accessibilitat queda palès a les oficines de "la Caixa" i als centres mèdics i dentals de VidaCaixa Adeslas, a través dels quals s'ofereix un servei proper, àgil i majoritàriament lliure de barreres arquitectòniques i sensorials.

El compromís amb l'accessibilitat s'estén també a l'àmbit no presencial. En aquest sentit, totes les pàgines web de VidaCaixa Grup s'han adaptat per facilitar-ne l'accés a persones amb diversitat funcional. Addicionalment, la web corporativa i la web de previsió social disposen del certificat de doble accessibilitat de la Web Accessibility Initiative (WAI).

**"Proximitat, agilitat i accessibilitat són els eixos del servei que presta VidaCaixa Grup als seus clients"**

## 2.5

### Satisfacció dels clients

#### Satisfacció basada en un producte i un servei excel·lents

S'ha millorat la capacitat de resposta a través de la implantació de sistemes de qualitat predictiva que faciliten informació sobre la probabilitat d'insatisfacció d'un client

Aconseguir la màxima satisfacció dels clients és l'aspiració dels professionals que conformen VidaCaixa Grup. El mesurament de la qualitat dels productes i serveis que ofereix el Grup és una font de millora permanent i un punt de partida per a la innovació constant en els processos i en el servei que s'ofereix als 5,9 milions de clients.

Des de l'inici, VidaCaixa Grup ha tingut interioritzada la qualitat i la satisfacció del client com a eixos clau per a la relació amb els clients. Any rere any, aquesta convicció esdevé més patent, si és possible, i s'ha convertit en un dels pilars del nou Grup.



Al llarg del 2010 s'han posat en marxa les mesures següents, amb una millora directa per al client:

- En l'àmbit de les assegurances de la llar, s'ha continuat treballant en la centralització del seguiment dels sinistres mitjançant sistemes de qualitat predictiva, consistents a facilitar informació als gestors de VidaCaixa Grup sobre la probabilitat d'insatisfacció d'un client en el tractament d'un sinistre. En aquest sentit, cal destacar que en l'aplicació informàtica de sinistres s'ha desenvolupat un sistema automàtic de reclamació a pèrits que s'activa quan el model predictiu preveu que el nivell d'insatisfacció del client serà elevat. A través d'aquest sistema s'aconsegueix que les reclamacions dels informes pericials siguin més actives en aquells casos en què el risc d'insatisfacció per part de l'assegurat pugui ser més gran.

- S'ha finalitzat la implementació del sistema *customer relationship management* (CRM) per als clients individuals i col·lectius, iniciat el 2009, en l'àmbit de l'antiga SegurCaixa Holding. Això permet obtenir una visió del client global, ja que integra tots i cadascun dels canals de comunicació de què disposa VidaCaixa Grup.
- En les assegurances de salut, s'ha procedit a la modificació de la periodicitat de la facturació del copagament i l'eliminació de la caducitat de la targeta sanitària.
- S'ha procedit a flexibilitzar el pagament a assegurats en la majoria de les assegurances.
- S'han desenvolupat nous elements que atorguen més autonomia als agents de les oficines pròpies de VidaCaixa Adeslas i faciliten l'autoservei als clients, alhora que redueixen el termini d'alta d'un beneficiari.
- S'ha millorat l'accessibilitat en la informació al client. Cal destacar, en aquest sentit, l'enviament de les facturacions a grans comptes a través d'e-mail i el desenvolupament del gestor documental Filenet, que potencia l'ús de l'expedient electrònic, reduint així les transaccions en paper amb el client.

### L'atenció als clients afectats per sinistres a la llar

La prioritat de VidaCaixa Grup és atendre amb la màxima rapidesa i el millor servei els assegurats que han patit algun sinistre. En aquest sentit, tots els esforços es concentren a anul·lar o minimitzar els retards en els processos de reparació i els defectes de les reparacions, que són font d'insatisfacció per als assegurats.

És per això que VidaCaixa Grup ha intensificat els seus esforços en la gestió del sinistre i la satisfacció del client i ha implementat les accions següents:

- Millores en els processos d'explotació dels resultats de les enquestes de satisfacció dels seus proveïdors, a fi de disposar d'informació actualitzada de cadascun d'ells i redirigir la càrrega de treball, optimitzant així l'eficàcia de les seves actuacions en benefici del client.
- Mecanització del *reporting* de les dades de satisfacció enviades als pèrits mensualment per tal d'implementar solucions de millora en el futur, reportant tant els índexs de satisfacció globals dels sinistres en què han intervingut, com el detall d'aquells casos en què la valoració del client no ha estat suficientment satisfactòria.

### Introducció de millores en la gestió de sinistres de l'automòbil

El 2010 s'han incorporat les següents millores amb l'objectiu de reduir els temps de gestió i el cost dels sinistres:

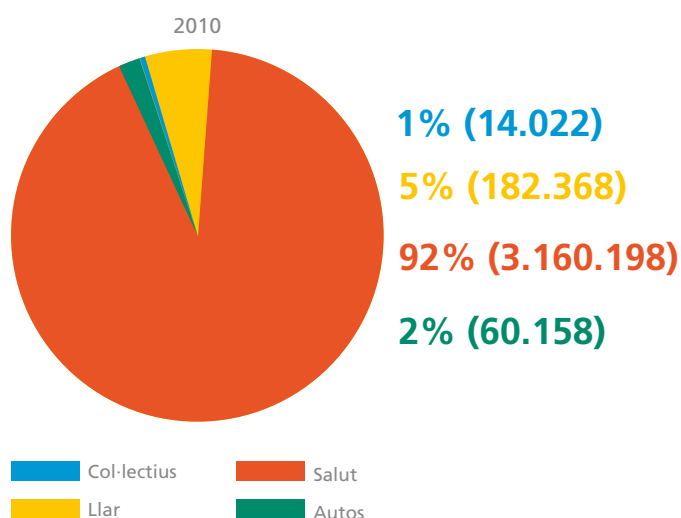
- S'ha reduït el temps de peritatge a la xarxa de tallers col·laboradors, introduint en algunes reparacions el servei de fotoperitatge, que permet en menys de 24 hores donar resposta al taller i iniciar abans la reparació del vehicle.
- S'ha estès la plataforma tecnològica que gestionava la xarxa de pèrits a la xarxa de metges, millorant així el control i informació que es rep d'aquests professionals.

# Atenció multicanal al client

El 2010 es van atendre 3.416.746 trucades, un 10% més que el 2009

Els clients de VidaCaixa Grup disposen de diverses vies per a la comunicació amb el Grup a través d'una plataforma multicanal i multicontacte, les quals ofereixen un servei d'alta qualitat i especialització. El 2010, van atendre un total de 3.416.746 trucades, la qual cosa significa un increment del 10% respecte al 2009, conseqüència del gran increment en el volum de negoci del Grup.

## Distribució de trucades per ram de negoci



### El Contact Center per a clients amb assegurança de salut

El 2010, amb la incorporació d'Adeslas s'han atès un total de 3.160.198 trucades de clients amb assegurança de salut al Contact Center. Malgrat aquest important nombre de trucades, la gestió realitzada pels professionals del Grup ha permès situar el nivell de la qualitat en un 8,3 sobre 10, superior al 8,1 de l'any 2009. Així mateix, el termini de la gestió de les peticions rebudes al Contact Center ha disminuït de 6,1 dies a 4,3 dies.

## Bústia de suggeriments

VidaCaixa Adeslas disposa d'una bústia de suggeriments en totes les seves oficines pròpies, centres mèdics i clíniques dentals. S'hi posen a disposició dels assegurats formularis per recollir la seva opinió sobre aspectes relacionats amb els productes, l'atenció personal rebuda, les instal·lacions dels centres i la seva experiència. Els suggeriments rebuts a les bústies són revisats periòdicament, s'analitzen posteriorment als serveis centrals i es traslladen els comentaris a les àrees corresponents.

Nombre de formularis rebuts a les bústies de suggeriments	2009	2010
Oficines pròpies	94	174
Centres mèdics	20	34
Clíniques dentals	57	61

S'han remès 63.299 peticions d'oficines de "la Caixa", que s'han respost en un termini mitjà de 0,78 dies

## Peticions procedents de la xarxa d'oficines de "la Caixa"

A través de les més de 5.400 oficines de "la Caixa" s'han canalitzat el 2010 un total de 63.299 peticions. El compromís de resposta de cadascuna d'aquestes peticions provinents de la xarxa d'oficines de "la Caixa" és d'un màxim de 2 dies.

El 2010 el termini de resposta s'ha situat en 0,78 dies, enfront de la mitjana d'1,23 dies el 2009, i només un 0,74% han tingut una contestació fora del termini estipulat.

## La gestió i el mesurament de la qualitat

En salut, el 2010, s'ha estès l'abast de la norma ISO 9001 als processos de facturació a clients i a 12 noves clíniques dentals, que sumen un total de 31

El lideratge de VidaCaixa Grup es deu en gran manera a la qualitat dels productes que comercialitza i l'alt nivell de servei que ofereix als seus clients. Aquesta vocació per l'excel·lència és assumida per tota l'organització i està integrada en els processos de treball i en la relació que manté amb els proveïdors.

Durant el 2010, s'han homogeneïtzat els processos per tal de disposar d'un model comú de mesurament de la qualitat percebuda per part dels clients i els canals entre l'antiga SegurCaixa Holding i Adeslas. En línia amb aquest objectiu, s'ha procedit a incrementar la periodicitat en la realització d'algunes de les enquestes i a estandaritzar en la mesura del possible les preguntes dels qüestionaris a clients, així com les opcions de resposta i els nivells de satisfacció. El departament de Qualitat centralitza tots aquests temes i a través seu s'unifica, es coordina, es mesuren els resultats de totes les enquestes i es difonen internament.

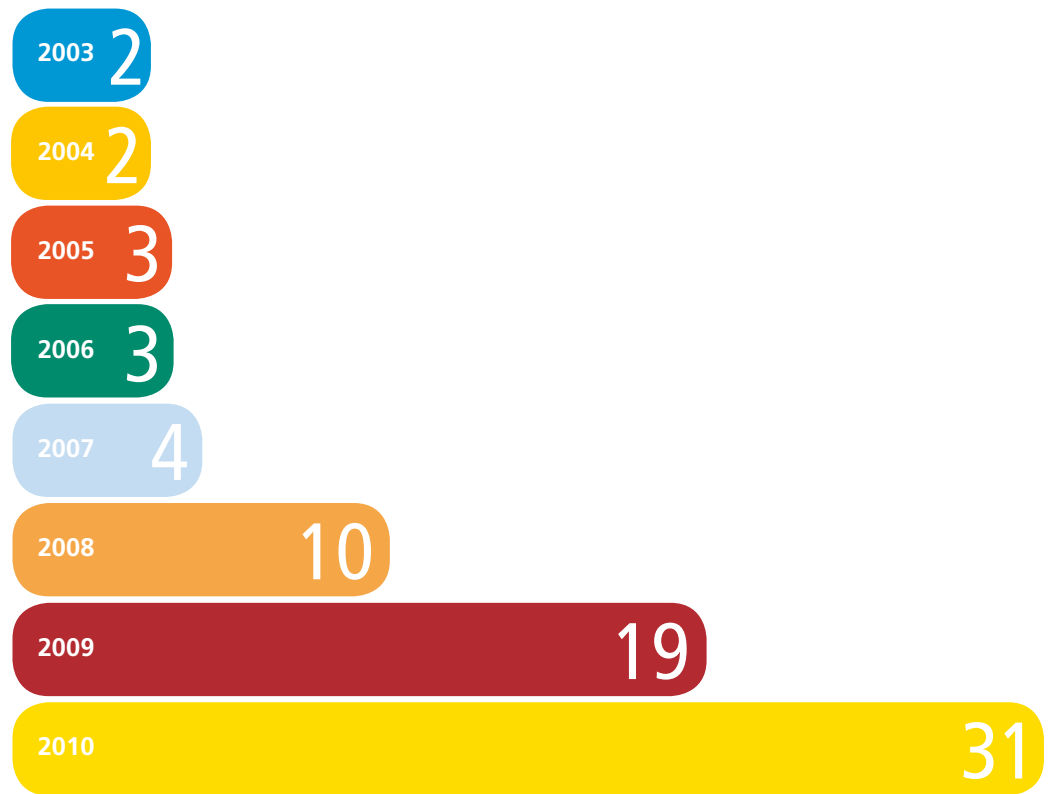
En aquest any 2010, VidaCaixa Grup també ha avançat en els aspectes de gestió i mesurament de la qualitat. Respecte a la gestió cal esmentar, en l'àmbit de la salut, la renovació de la certificació ISO 9001 en els àmbits següents: els processos de comercialització d'assegurances de salut per a grans comptes, la contractació de pòlisses privades i col·lectives i els processos d'atenció al client.

Així mateix, s'ha procedit a l'ampliació de l'abast de la norma ISO 9001 als processos de facturació a clients. En la unitat dental de VidaCaixa Adeslas, el sistema de gestió certificat comprèn la prestació integral de serveis d'odontologia als assegurats i inclou els processos estratègics, operatius i de suport necessaris per garantir la qualitat del servei al client. El 2010, l'abast de la certificació ha inclòs 12 clíniques més, que s'uneixen a les 19 que ja estaven certificades el 2009, aplicant així el model multi-site a un total de 31 clíniques dentals. En resum, l'abast de la certificació ISO 9001 el 2010 inclou totes les zones i oficines pròpies, a més dels serveis centrals i les 31 clíniques dentals.

### Certificació ISO 9001: Negoci de Salut

<b>Abast</b>	Comercialització d'assegurances de salut per a grans comptes	Inici el 1998
	Atenció al client (informació, sol·licituds administratives, autorització de prestacions, atenció d'incidències)	Ampliació el 2000 i 2003
	Contractació de pòlisses privades i col·lectives	Ampliació el 2008
	Facturació a clients	Ampliació el 2010

### Evolució del nombre de clíniques dentals incloses en l'abast de la certificació



L'any 2010 s'ha intensificat l'esforç per mesurar el nivell de satisfacció dels clients

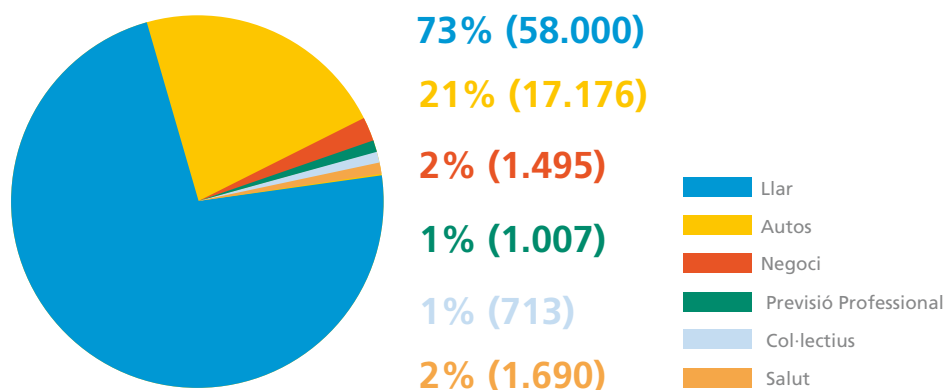
També el 2010 s'ha millorat el sistema d'enquestes a clients i s'ha incrementat el nombre de clients entrevistats respecte al 2009, a causa de la incorporació del segment de salut i l'increment de l'activitat experimentada en la resta de rams.

Al llarg de l'any 2010 s'han dut a terme un total de 80.081 enquestes, un 10% més que l'any anterior. Aquesta dada evidencia la política de la Direcció i l'esforç de l'organització per conèixer de manera contínua el nivell de satisfacció dels nostres clients. Aquest compromís per la qualitat i la satisfacció del client es concreta en tota l'organització, a través de l'establiment d'indicadors de qualitat en el Quadre de Comandament Integral, i s'aplica a tots els departaments de VidaCaixa Grup.

### Nombre d'enquestes de satisfacció realitzades a clients



### Enquestes realitzades per ram de negoci el 2010



El 2010 s'ha augmentat l'exigència en la valoració global de les enquestes de la llar amb l'objectiu de millorar contínuament la qualitat de servei

## Assegurances de la llar

El 2010, s'han realitzat un total de 58.000 enquestes a clients que tenien contractada una assegurança de la llar. En aquest ram, la satisfacció dels clients arriba al 93%. Amb l'objectiu de millorar contínuament la qualitat del servei, s'ha augmentat la exigència en la valoració global, incloent dins dels resultats del segment de clients insatsfets aquells que valoren el servei com a regular i no solament com a dolent. Aquest canvi en el criteri de valoració impedeix la comparació del nivell de satisfacció aconseguit en exercicis anteriors.

En el producte SegurCaixa Negoci també s'ha assolit un nivell de valoració del 93%. Tot i tractar-se d'un producte nou i destinat al segment de pimes, la ferma aposta per la qualitat de VidaCaixa Grup ha permès l'obtenció d'uns alts nivells de valoració en la satisfacció.



## Assegurances d'automòbil

Al llarg del 2010, en el ram d'autos (sinistres i assistència) s'han dut a terme un total de 17.176 enquestes a clients amb sinistre. Respecte al 2010, el nivell de valoració s'ha mantingut en un nivell similar a l'any 2009, de manera que ha quedat en un 95% per a la prestació d'assistència en viatge i un 92% per a la gestió de sinistres.

## Assegurances de salut

En el ram de salut, la qualitat percebuda se situa en el 92%, millorant la dada del 2009 i situant-se en els nivells del 2008.

## Altres assegurances

En l'àmbit de la previsió professional, l'assegurança d'incapacitat laboral ha aconseguit un 83% de satisfacció i millora 3 punts respecte als resultats del 2009. Aquesta evolució positiva ha estat deguda a l'augment en la valoració del producte i del servei ofert. El Grup concentrarà esforços per continuar incrementant de manera sostinguda el nivell de qualitat de servei.

En els rams d'empreses, s'ha aconseguit un nivell de valoració del 95% en les enquestes efectuades a clients empresa.

Reconeixement de la gestió de la qualitat	2010
Llar	92,6%
Negoci	92,8%
Assistència Autos	95,1%
Sinistres Autos	92,3%
Empreses	95,3%
Previsió Professional	82,9%
Salut	92,4%

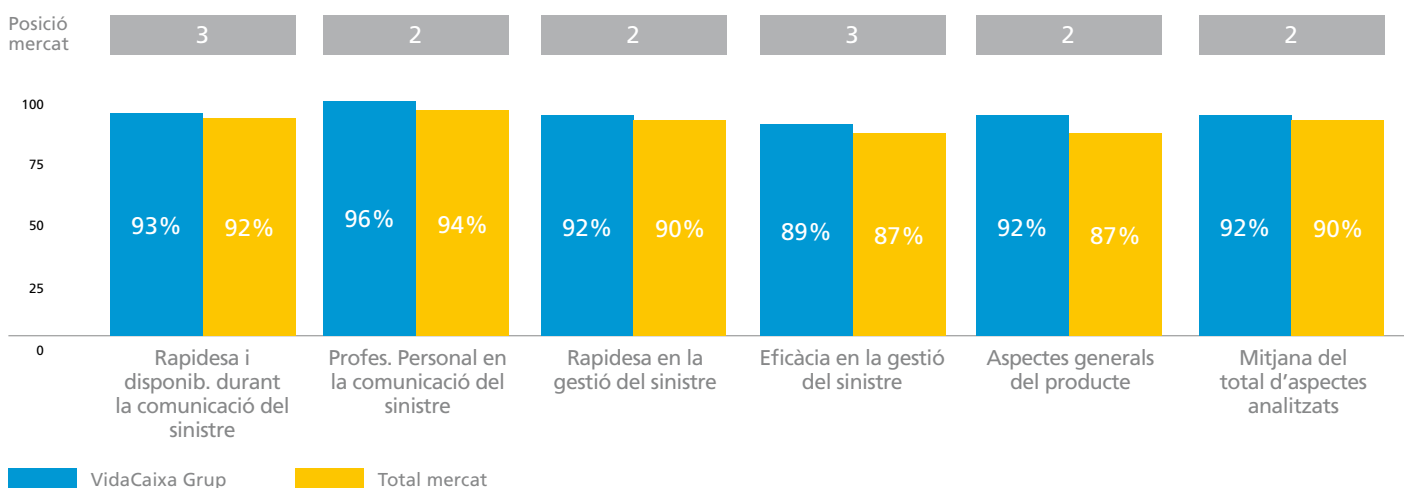


En assegurances de la llar, VidaCaixa Grup lidera el rànquing d'ICEA amb un 92% de valoració, 5 punts per damunt de la mitjana del sector

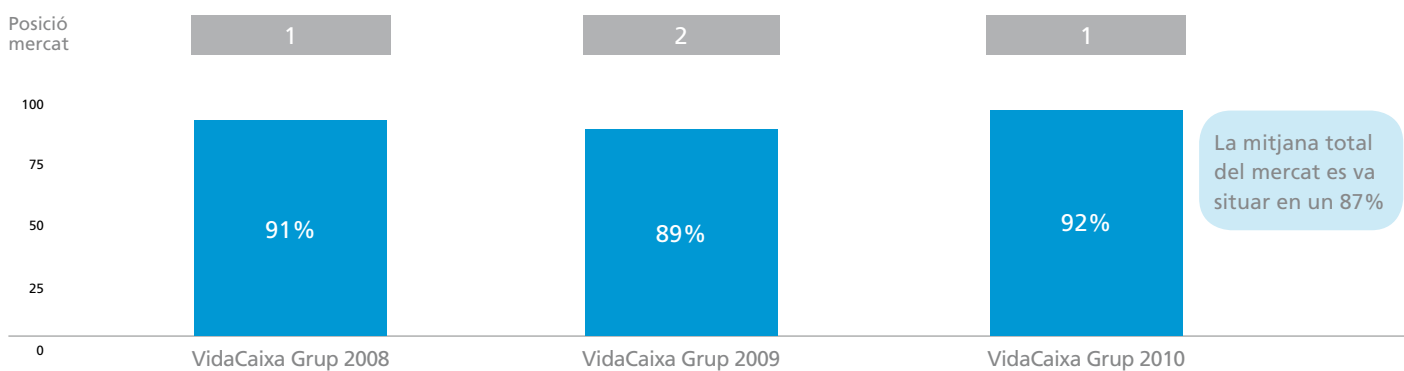
A més de les enquestes efectuades internament, ICEA, l'entitat que realitza les estadístiques del sector d'assegurances, també duu a terme enquestes de qualitat a clients atesos per sinistre. VidaCaixa Grup hi ha participat i ha obtingut, un any més, valoracions excel·lents.

En aquest sentit cal destacar que, en l'àmbit de les assegurances de la llar, VidaCaixa Grup lidera el rànquing amb un 92% de valoració, 5 punts per damunt de la mitjana del sector. Així mateix, en les assegurances d'autos, s'ha assolit la segona posició del rànquing i la valoració se situa 2 punts per damunt de la mitjana de les empreses del sector en tots i cadascun dels aspectes del servei, amb un 92% de valoració total.

### Rànquing ICEA 2010: satisfacció dels clients d'autos amb sinistre



### Rànquing ICEA 2010: satisfacció dels clients de la llar amb sinistre



## VidaCaixa Grup també mesura la qualitat dels enquestadors

El 2010 s'han realitzat un total de 3.000 enquestes a proveïdors d'enquestes de qualitat

En aquest sentit, amb l'objectiu d'assegurar la qualitat dels proveïdors que realitzen les enquestes de qualitat als clients, el 2010 VidaCaixa Grup ha procedit a auditar 3.000 enquestes als dos principals proveïdors que duen a terme aquesta tasca. Els aspectes que s'han mesurat són els missatges d'acollida i comiat, el procediment establert, la capacitat d'expressió i adaptació a l'interlocutor i la qualitat tècnica i escolta activa. S'ha superat l'objectiu mínim del 8,5 sobre 10, millorant així els resultats del 2009.

# Canals d'escolta activa amb el client

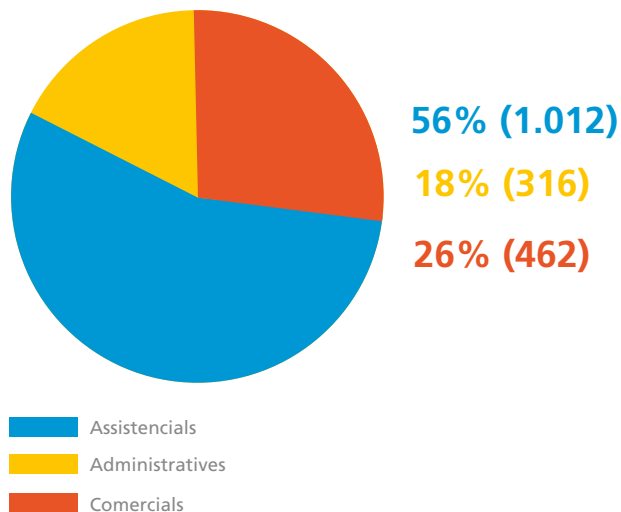
Entre els mecanismes de diàleg que VidaCaixa Grup posa a disposició dels seus clients, destaquen les cartes al Director General, el correu electrònic i el telèfon d'Atenció al Client (gratuït) per donar resposta a incidències i reclamacions. També hi ha la figura del Defensor del Client d'Assegurances i el Servei de la Direcció General d'Assegurances i Fons de Pensions, als quals els clients poden formular queixes i reclamacions.

## Oficina d'atenció al client

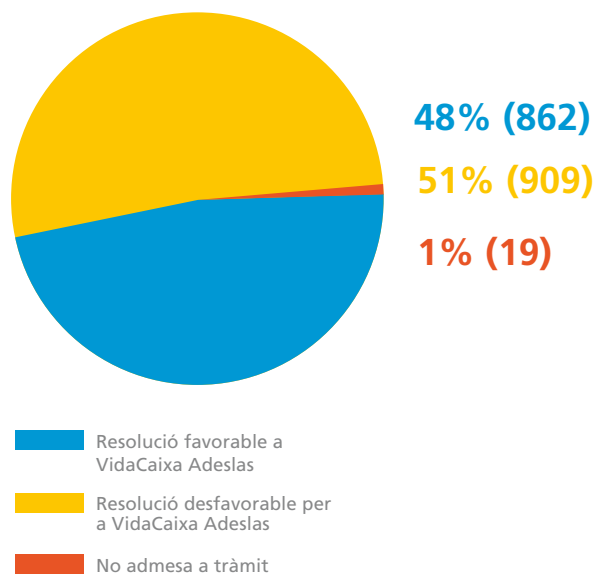
El client de VidaCaixa Adeslas disposa, a més de la possibilitat de remetre les seves queixes i reclamacions via e-mail, correu i telèfon a la Companyia, del Departament d'Atenció al Client, tal com estipula la llei ECO/734/2004.

El 2010 s'han rebut un total de 1.790 cartes, un 5% menys que el 2009. Per tant, s'ha produït un decrement, malgrat l'increment de la cartera de productes. El nombre d'incidències per 1.000 assegurats és un 2,9, la qual cosa suposa una disminució respecte a l'exercici anterior, en el qual arribava al 3,3.

### Tipologia de reclamacions rebudes a l'oficina d'atenció al client el 2010



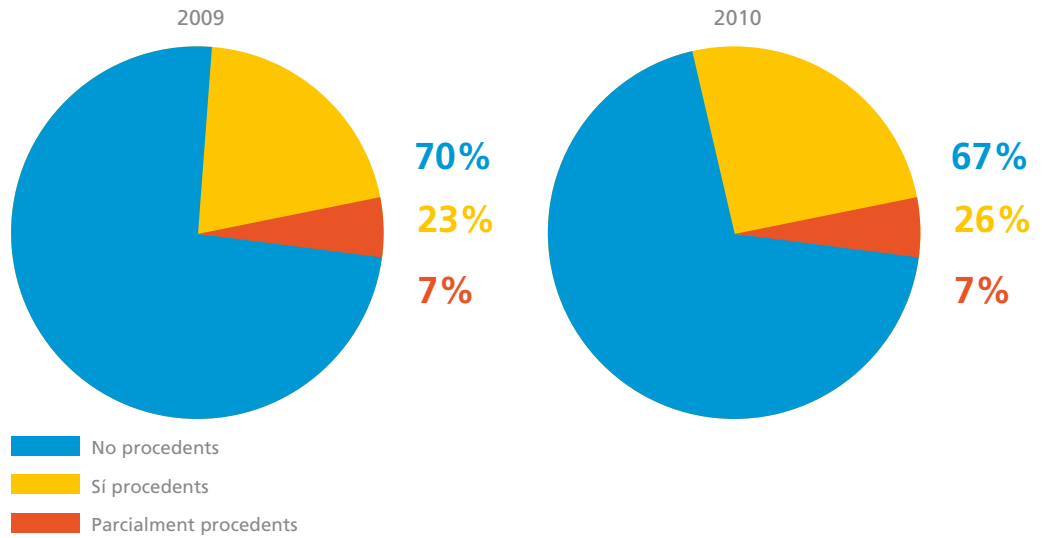
### Resolució de les reclamacions tramitades a l'oficina d'atenció al client el 2010



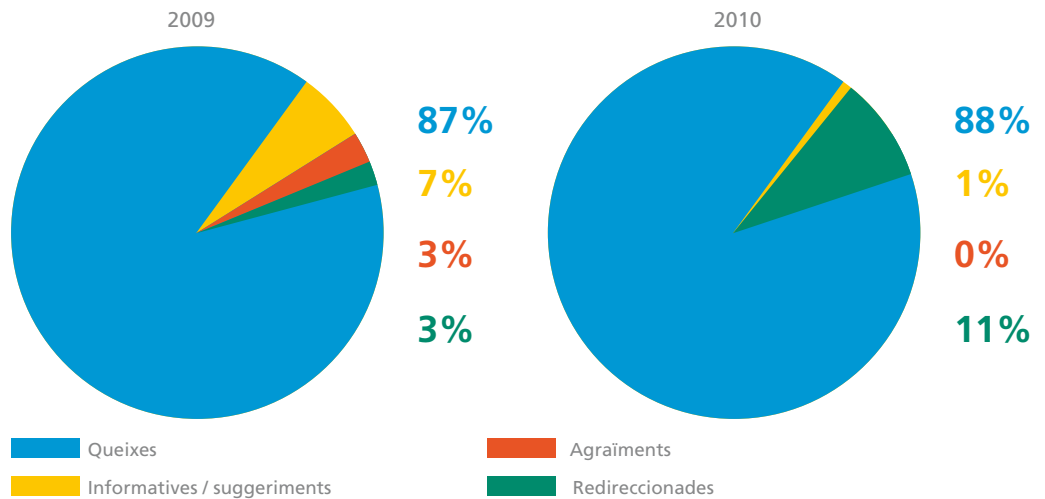
## Cartes al Director

El 2010 s'han rebut un total de 265 cartes al Director, un 14% més que el 2009. Aquest increment es deu al gran augment en el volum de negoci i en el nombre de clients, així com a la proclivitat més gran dels clients a fer servir aquest canal per realitzar les seves reclamacions. El temps mitjà de resposta no ha superat els tres dies, en línia amb l'any passat. En aquest aspecte convé remarcar que, del total de cartes al Director rebudes, tan sols una ha estat contestada fora del termini previst.

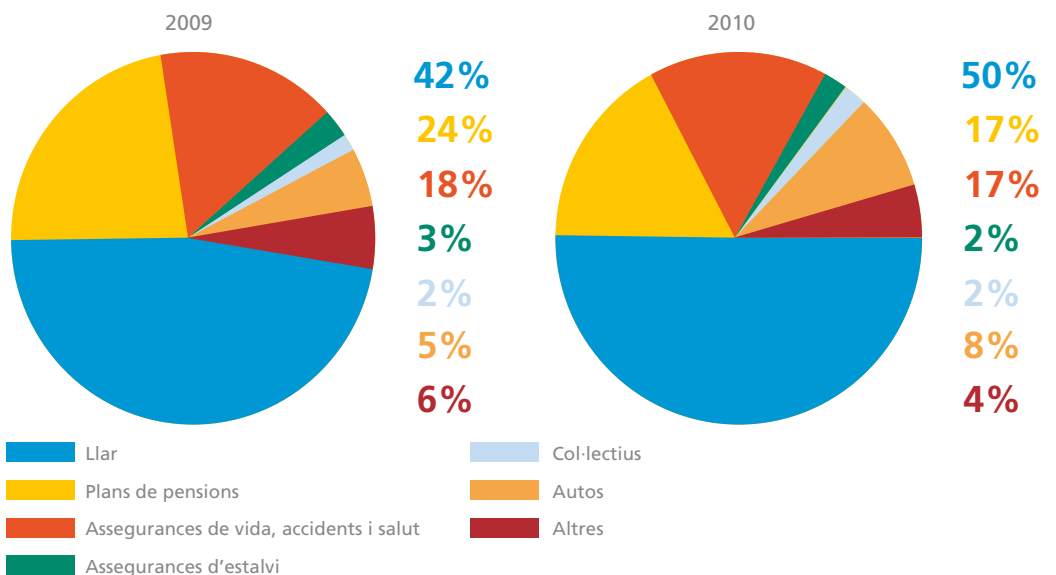
### Resolució de les cartes al Director tramitades



### Tipologia de cartes al Director rebudes



### Total cartes al Director rebudes per producte

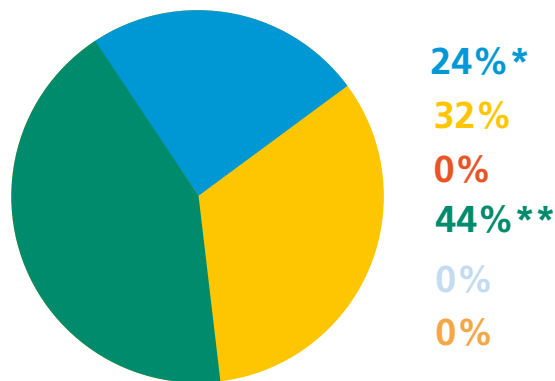


## Defensor del Client

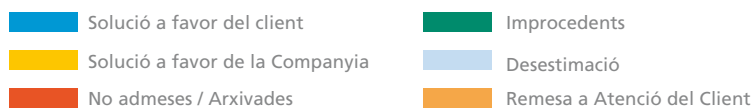
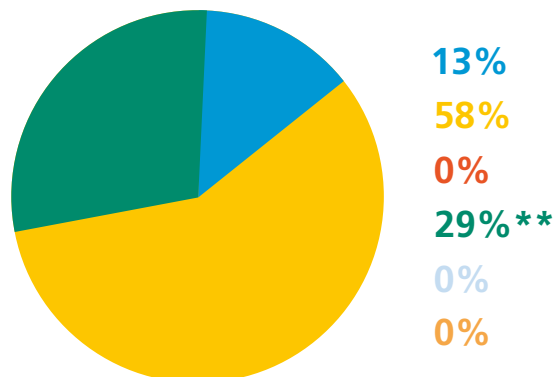
Els clients de VidaCaixa Grup disposen del recurs del Defensor del Client de les caixes d'estalvi catalanes, les decisions del qual són vinculants per a les entitats, però no per als assegurats.

El 2010, s'han tramitat un total de 205 reclamacions al Defensor del Client. A més del Defensor del Client, els assegurats de VidaCaixa Grup poden adreçar-se a la Direcció General d'Assegurances i Fons de Pensions, que el 2010 ha rebut un total de 139 reclamacions d'assegurats del Grup. El 2010 s'observa un increment de les reclamacions presentades davant la Direcció General d'Assegurances, malgrat la disminució significativa de reclamacions a la Companyia.

### Resolució de les reclamacions tramitades davant el Defensor del Client el 2010



### Resolució de les reclamacions tramitades davant la Direcció General d'Assegurances i Fons de Pensions el 2010



\* Nota: Hi estan incloses les estimatòries totalment i parcialment.

\*\* Nota: Per raó de la matèria o pel fet de trobar-se en via judicial, s'hi omet pronunciaments exprés (art. 38 LCA).

## 2.6

# Relacions amb proveïdors

## Marc de relació

El 2010 més de 33.000 proveïdors han treballat per a VidaCaixa Grup, sense que s'hagi produït cap incidència relativa als compromisos amb els pagaments

A VidaCaixa Grup, la relació amb els proveïdors es regeix pels principis de la transparència en el procés de negociació, el rigor, la qualitat i la igualtat d'oportunitats per a tots els proveïdors i contractistes, en línia amb la Norma de Compres, Contractació de Serveis i Pagament de Factures del Grup "la Caixa".

Aquest marc de relació amb els proveïdors s'articula a través de processos d'avaluació en els quals, a més de considerar aquells aspectes que des del punt de vista tècnic poden generar un millor servei i satisfacció al client, es té en compte el compliment dels compromisos amb el medi ambient i amb els drets humans.

El 2010, més de 33.000 proveïdors han treballat per a VidaCaixa Grup. Cal destacar que, arran de la integració d'Adeslas a VidaCaixa Grup, el volum de compres ha augmentat, sense que s'hagi produït –igual que en anys anteriors– cap incidència relacionada amb els compromisos de pagament.

Els contractes amb proveïdors tenen en compte acords sobre el nivell de servei que cal prestar, la qual cosa garanteix un criteri objectiu de valoració de la qualitat oferta al client.

### **Criteris socials i mediambientals de compliment per part dels proveïdors**

VidaCaixa incorpora en tots els contractes amb proveïdors de Serveis Generals una clàusula de respecte a la legislació mediambiental vigent

VidaCaixa Grup exigeix als seus proveïdors el compliment estricte i rigorós de la normativa legal en aquells àmbits relacionats amb qüestions laborals, mercantils i fiscals.

Més enllà del compliment legal, VidaCaixa Grup subscriu els compromisos en matèria de drets humans i sostenibilitat tant del Pacte Mundial de Nacions Unides com dels Principis d'Inversió Responsable (PRI).

Els proveïdors de VidaCaixa Grup són empreses solvents i reputades els serveis de les quals es realitzen al territori espanyol, on el Grup exerceix la seva activitat; per tant, el risc en temes de drets humans i sostenibilitat està molt delimitat. En aquest sentit, el Grup incorpora en els seus contractes amb proveïdors de serveis generals una clàusula de compliment de la legislació mediambiental vigent i actua proactivament en la difusió del seu compromís a favor de la sostenibilitat.

El 2010, en l'àmbit de les inversions, també s'ha fomentat el compromís dels proveïdors; en aquest sentit, s'ha procedit a avaluar la resposta entre les seves gestores respecte a l'acció de difusió sobre els PRI efectuada el 2009, amb l'objectiu de reforçar el circuit SRI de selecció externa d'actius.

## Proveïdors d'assistència en l'assegurança de la llar

VidaCaixa Grup assigna i distribueix els encàrrecs de treball als seus proveïdors de la llar en funció de criteris transparents amb relació al servei que ofereixen als clients

En l'àmbit de l'assistència de sinistres a la llar, VidaCaixa Grup compta amb diversos proveïdors, als quals assigna i distribueix les càrregues de treball en funció de criteris transparents que estan en relació amb el servei ofert als clients. En aquest sentit es fomenta la competitivitat a través de la millora contínua, al mateix temps que es garanteix el millor servei als assegurats.

El 2010, s'ha augmentat l'exigència i el nombre de clients amb sinistre entrevistats. Aquestes enquestes són una font excel·lent d'oportunitats de millora que VidaCaixa utilitza intensament per incrementar de manera sostinguda el nivell de qualitat en el servei als clients. Això es tradueix en una adopció més gran de mesures de millora per part dels proveïdors.

## Proveïdors d'assistència en l'assegurança de salut

VidaCaixa Adeslas valora la competència científica i tècnica dels seus professionals des de la seva incorporació al quadre mèdic

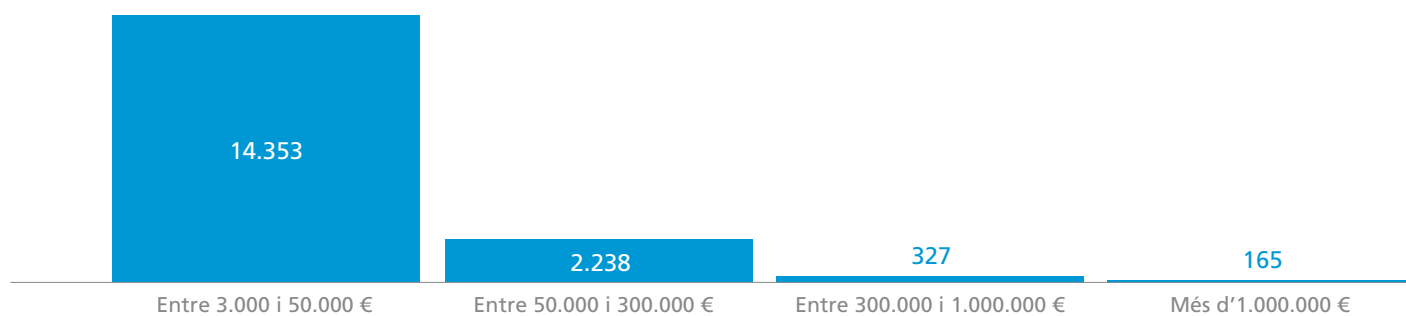
En l'àmbit de l'assistència de l'assegurança de salut, VidaCaixa Adeslas disposa de més de 30.000 professionals de la salut, 1.580 centres d'atenció medicoassistencial i 269 centres hospitalaris implementats. Amb l'ànim d'oferir la millor qualitat de servei als assegurats, VidaCaixa Adeslas valora la competència científica i tècnica dels seus professionals des de la seva incorporació al quadre mèdic i, posteriorment, els resultats de la seva activitat assistencial dins la Companyia. Això es duu a terme mitjançant la valoració de la qualitat percebuda pels clients i el mesurament de l'eficiència i la qualitat dels serveis assistencials. A partir d'aquí, es posen en marxa plans de millora per mirar d'oferir el millor servei als assegurats i també s'incentiven les bones pràctiques dels professionals.



Una de les principals eines de comunicació entre VidaCaixa Adeslas i els professionals del quadre mèdic és el Portal de Professionals Sanitaris; durant l'any 2010, aquest canal de comunicació ha rebut 46.900 consultes. A més, el professional és la peça clau en la prevenció i la detecció precoç de malalties i en l'atenció a pacients amb patologies cròniques. Al Portal de Prevenció per a professionals, aquests poden accedir a guies clíniques de referència i a continguts destinats a promoure la salut dels seus pacients.

### Principals proveïdors de VidaCaixa Grup per tram de facturació (2010)

en nombre



Nota: El nombre total de proveïdors esmentats en la taula no coincideix amb el total de proveïdors enunciat en el text del capítol, ja que en la taula de dades únicament es recullen les dades de proveïdors amb facturació superior a 3.000 euros i les dades de proveïdors que tenen un CIF/NIF de facturació. Aquest és el cas, per exemple, de certs professionals mèdics que facturen de manera agregada i no de manera individual.