

3

Calidad en el servicio a los clientes

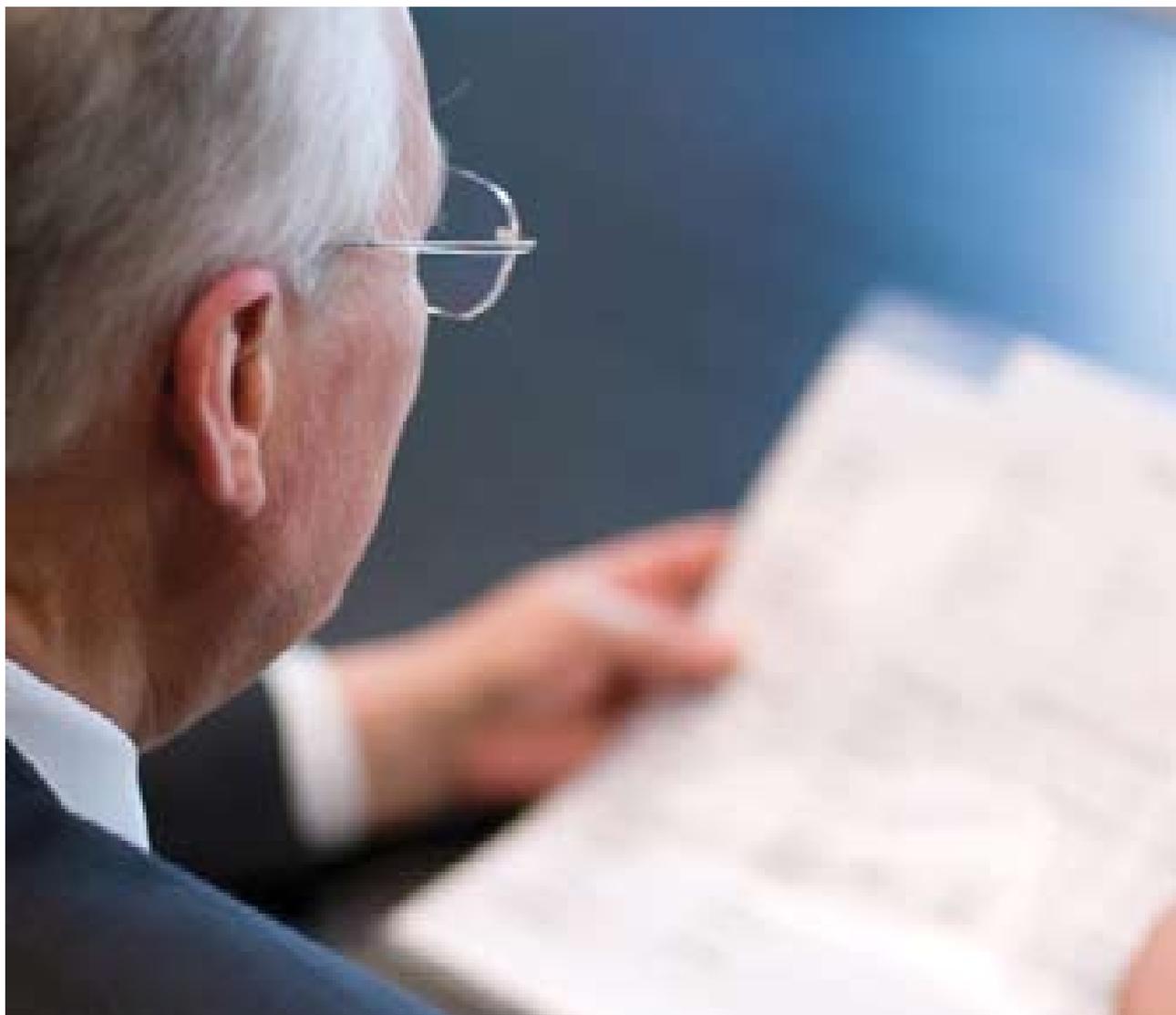


El cliente: centro de la organización

149.382 personas y 8.687 empresas y organismos se han sumado a la red de clientes de SegurCaixa Holding en 2009

Más de 3,4 millones de personas de todo el territorio nacional confían en la gestión de SegurCaixa Holding. Una extensa cartera de clientes que crece cada año –un 5% respecto al ejercicio anterior– y cuya principal característica es su fidelidad. En total, 149.382 personas se han sumado a la red de clientes individuales de SegurCaixa Holding en 2009, manteniéndose de esta manera el crecimiento progresivo que ha registrado la compañía desde su creación en 1992.

En el segmento de clientes corporativos, 45.687 empresas y organismos han depositado su confianza en SegurCaixa Holding en 2009. De este total, buena parte corresponden a pymes, un colectivo por el que el Grupo está apostando de manera muy decidida durante los últimos ejercicios. En el ámbito de las grandes corporaciones y colectivos, se encuentran 20 compañías que forman parte del Ibex 35, 734 multinacionales y 157 organismos públicos.



Seguridad y transparencia en la relación con los clientes

La confianza es uno de los tres valores corporativos, junto con la calidad y el dinamismo, que SegurCaixa Holding comparte con sus clientes, y también con el resto de sus grupos de interés.

Para la compañía, la confianza se basa en mantener unas relaciones de transparencia, ética y responsabilidad, así como en una gestión excelente del servicio, concretada en políticas de seguridad y respeto a la intimidad y la confidencialidad.

Respeto a la intimidad y confidencialidad del cliente

Un año más, en 2009 SegurCaixa Holding no ha sido objeto de sanción alguna por causas de vulneración de la intimidad o por fuga de información confidencial de sus clientes.

Esto ha sido así gracias a un escrupuloso cumplimiento interno de la normativa legal y también al establecimiento de medidas preventivas que han asegurado un estricto comportamiento de todos los profesionales de SegurCaixa Holding, más allá de los estándares legales y en línea con el nivel de exigencia de la compañía.

Entre las medidas que la compañía tiene implantadas para lograr estos fines, cabe destacar:

- La adecuación de medidas técnicas y de seguridad para preservar la intimidad y confidencialidad de los clientes en el marco del Real Decreto 1720/2007 y cuyo período transitorio finaliza en 2010.
- El desarrollo y difusión entre todos los empleados de SegurCaixa de un boletín periódico semestral en el que se abordan temas sobre el tratamiento de datos e información personal de los clientes, de acuerdo con lo que establece el marco legal de la Ley Orgánica de Protección de Datos.
- El desarrollo de un documento estándar de cumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos, que se facilita a todos aquellos clientes del negocio colectivo que lo solicitan.
- Se ha definido un curso de formación específica *on-line* sobre estos temas, que se

pondrá en marcha en el primer cuatrimestre del 2010.

- La realización de una jornada anual para la mejora del paisaje de la oficina, a través de la cual se consigue dar cumplimiento a los requerimientos de seguridad en ficheros no automatizados.
- La realización de una auditoría con carácter bienal. La próxima se realizará en 2010.
- Se elabora una carta de condiciones para mediadores, con acuerdo para los miembros de Adecose, en la que se adapta la legislación en materia de blanqueo y cesión de datos de clientes. ADECOSE (Asociación Española de Corredurías de Seguros) es una asociación independiente fundada para defender los intereses de las corredurías de seguros y agrupa a más de 100 empresas líderes del sector.

Ética y transparencia de la información comercial

SegurCaixa Holding asume totalmente el compromiso de poner a disposición de los clientes información clara, exacta y fidedigna a través de sus comunicaciones de carácter general y comercial, con el objetivo de facilitarles la toma de decisiones.

Como principal novedad en 2009, se ha creado una Guía de Redacción dirigida a los empleados involucrados en la elaboración de comunicaciones que se envían a los clientes. A través de esta guía se pretende mejorar las comunicaciones desde el punto de vista de la claridad, transparencia y comprensión de la información por parte del cliente.

Además, a lo largo de este año se han llevado a cabo varios estudios para conocer la opinión y la valoración de los clientes sobre las principales acciones de comunicación de productos realizadas. En los cinco estudios efectuados, la información aportada sobre los diversos productos ha sido valorada por los clientes como bien o muy bien explicada.

Cabe destacar que SegurCaixa Holding, además de cumplir con la normativa sobre publicidad y protección de los consumidores,

En 2009, SegurCaixa Holding no ha recibido ninguna sanción por vulneración de la intimidad o fuga de información confidencial de sus clientes

Una nueva Guía de Redacción mejora la calidad, transparencia y comprensión de las comunicaciones enviadas a los clientes

asume códigos de autocumplimiento como el Código General de Conducta Publicitaria de las Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO).

Debido a que la naturaleza de los productos de aseguramiento y previsión social requiere una mayor comprensión por parte de los clientes, SegurCaixa Holding se obliga de forma permanente a mejorar la información que les facilita mediante la redacción de apuntes y notas a pie de página y la incorporación de ejemplos que ayudan a comprender mejor el cálculo de las tarifas. Además, también se ha mejorado la información que se transmite al asegurado en las pólizas. En una sola página se incluyen los datos principales de la póliza contratada, de forma clara e inteligible, para que el asegurado sepa exactamente cuáles son los términos y condiciones del servicio que se contrata, el tipo de seguro contratado,

la prima, la duración del contrato, las coberturas y también los límites.

La compañía colabora además 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.

Asimismo desde UNESPA ya se está trabajando, en el marco de lo que establece su Guía de Buenas Prácticas, en la elaboración de diseños estándar de notas informativas con el objetivo de facilitar al consumidor la comparación entre productos. La voluntad de SegurCaixa Holding es adoptar estas notas informativas para sus productos de aseguramiento.

ALGUNOS EJEMPLOS DE MEJORA DE LA TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN:

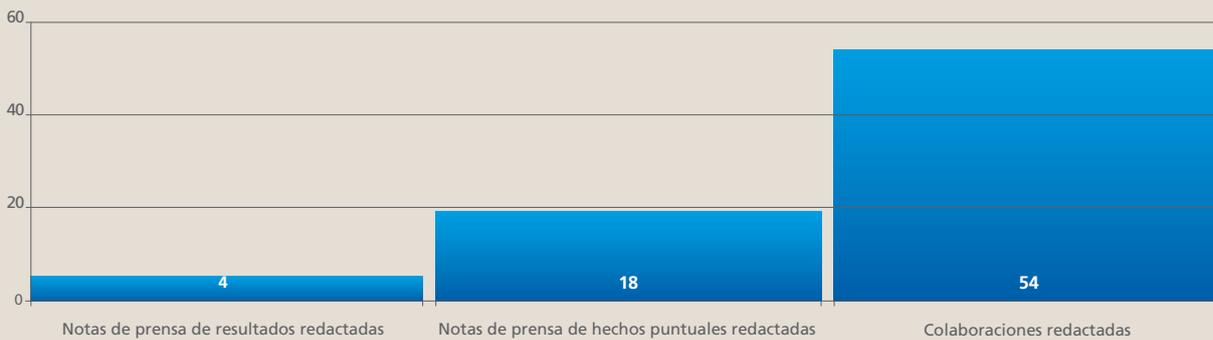
- En los seguros de invalidez se exponen de manera inequívoca los criterios y variables para calificar el siniestro o grado de minusvalía y se garantiza la canalización de las quejas o reclamaciones de los clientes, informando a los tomadores de su derecho al desistimiento, cuando proceda.
- En los cuestionarios 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, 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 notifica 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, SegurCaixa Holding 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 este tipo de productos. Entre ellas destaca la creación de un foro de previsión social en colaboración con el medio de comunicación *Expansión.com* (www.expansion.com) y la realización de un boletín trimestral de información que se envía a todos los clientes y mediadores con el objetivo de difundir temas de interés de previsión social empresarial.

Cabe también mencionar, dentro de este ámbito, que el compromiso de SegurCaixa Holding con la transparencia de la información trasciende al ámbito social. A lo largo de 2009, SegurCaixa Holding ha realizado un total de 233 apariciones en medios de comunicación y ha elaborado 76 notas de prensa, de las cuales 4 eran sobre resultados de la compañía, 18 sobre lanzamientos de nuevos productos y servicios y 54 sobre temas diversos como estudios realizados y novedades. En el ámbito interno cabe mencionar la Intranet: la revista *Área Informativa*, que se edita trimestralmente y el

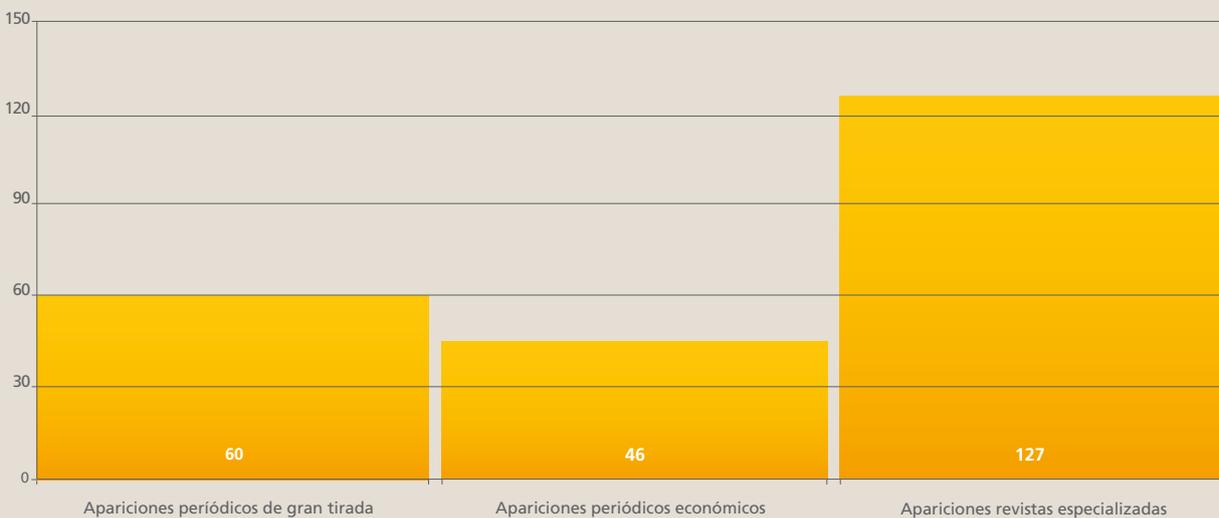
Canal Caixa, que es el medio de comunicación de "la Caixa" con los empleados del Grupo.

Por último, cabe destacar que existe un comité de comunicación que se reúne una vez al mes y que define las directrices de la comunicación corporativa hacia el exterior del Grupo SegurCaixa Holding. En dicho comité participan el Director General, la Directora de Atención al Cliente y Comunicación, la Subdirección Comercial y Marketing, la Subdirección de Autos y el Departamento de Desarrollo Corporativo.

ENVÍOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



APARICIONES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Accesibilidad a los productos de aseguramiento y previsión social

Con el objetivo de mejorar la accesibilidad de la web de SegurCaixa Holding, en 2009 se ha desarrollado un proyecto para la identificación de oportunidades de mejora

La innovación en SegurCaixa Holding comprende, además de la creación de nuevos productos y servicios, el establecimiento de nuevos canales de relación con los clientes.

Para facilitar el acceso a los productos de aseguramiento y previsión social, SegurCaixa Holding desarrolla una estrategia basada en la proximidad geográfica, la multicanalidad y la eliminación de las barreras físicas y sensoriales.

Proximidad geográfica

A través de las más de 5.000 oficinas de la Red Territorial de "la Caixa", de los 419 profesionales de AgenCaixa, así como la red de consultores y mediadores externos e internos, SegurCaixa Holding ofrece un servicio y asesoramiento profesional a sus más de 3,4 millones de clientes.

SegurCaixa Holding cuenta con la red más importante de oficinas y terminales de auto-servicio de nuestro país, con presencia en el 100% de los municipios mayores de 20.000 habitantes. A través de las más de 5.000 oficinas de "la Caixa" y sus más de 7.900 terminales de autoservicio, se informa y se comercializan los productos de aseguramiento y previsión social de la compañía.

Bancoaseguradores con gestión multicanal

Junto a la red de consultores y mediadores, SegurCaixa Holding pone al servicio del cliente la plataforma telefónica e Internet como canales de comunicación y relación.

Mediante la plataforma telefónica, los clientes pueden recibir información y asesoramiento, tramitar siniestros y también contratar directamente muchos de los productos del catálogo del Grupo, como los seguros de accidente o los planes de pensiones, entre otros.

También mediante Internet, más concretamente a través de Línea Abierta Web, el servicio de banca *on-line* de "la Caixa", se pueden realizar trámites y gestiones, así como la contratación de distintos productos de la cartera de aseguramiento y previsión social de SegurCaixa Holding. En este sentido, se han mejorado los procesos de SegurCaixa Hogar y del seguro de vida Vida Familiar para que el cliente no tenga que desplazarse a la oficina para realizar gestiones como: solicitar duplicados de documentación, mayor información, cancelar o rescatar el producto. Asimismo se ha creado el Videoagente, que consiste en que el cliente puede ver al agente de telemarketing a través de su ordenador, pero no al revés. Mediante este servicio el cliente puede solicitar la contratación de un seguro de hogar, un seguro de vida o un seguro de salud. Finalmente, en 2009 se ha llevado a cabo un proyecto de benchmarking de la web corporativa de SegurCaixa para compararla con las mejores prácticas del sector e identificar oportunidades de mejora.

Eliminación de barreras físicas y de comunicación

La accesibilidad a los productos y servicios es un compromiso asumido por SegurCaixa Holding. Para ello cuenta con el apoyo de la red de oficinas de "la Caixa", que desde el punto de vista de su presencia en todo el territorio permite ofrecer un servicio próximo, ágil y libre de barreras arquitectónicas y sensoriales.

Asimismo, las páginas web de SegurCaixa Holding y VidaCaixa Previsión Social, disponen del certificado de doble accesibilidad de la Web Accessibility Initiative (WAI) para el acceso de personas con discapacidad.



La innovación como reto permanente

SegurCaixa Holding está trabajando para incorporar la innovación en su cultura corporativa de manera permanente, tal y como se recoge en su Plan Estratégico 2007-2010. El objetivo de la innovación es, para SegurCaixa Holding, convertir las ideas en valor para los clientes y esto se concreta en el desarrollo y comercialización de nuevos productos, en la puesta en marcha de nuevas aplicaciones tecnológicas para dar un mejor servicio y en la participación de los empleados a través de sus sugerencias y mejoras.

Nuevos productos

A lo largo de 2009, SegurCaixa Holding ha continuado con el desarrollo de productos novedosos para satisfacer las necesidades de sus diferentes segmentos de clientes.

En total se han creado seis nuevos productos para satisfacer las demandas de los clientes.

Tres nuevos planes de pensiones individuales con garantía de rentabilidad que se añaden a la amplia cartera de planes de pensiones de SegurCaixa Holding: el PlanCaixa 5 Ya, el PlanCaixa 5 Ya II y el PlanCaixa Doble Opción. Estos tres planes de pensiones han tenido una

gran acogida entre los clientes, reforzando el liderazgo de SegurCaixa Holding en este segmento de negocio. Cabe destacar que en 2009, VidaCaixa ha sido galardonada con el premio a la mejor gestora de fondos de renta fija, otorgado por el diario *Expansión* y la consultora Interactive Data. Asimismo, los fondos "PlanCaixa Ambición" y "PlanCaixa 10 Seguridad" han sido premiados como los mejores planes de pensiones de 2008.

Se ha lanzado también el nuevo Seviam Protect, que es un seguro de vida vinculado a préstamos hipotecarios o personales que cubre la amortización de estas operaciones en caso de fallecimiento y, opcionalmente, en caso de invalidez absoluta. Además, y en respuesta a la nueva realidad social de incremento de la tasa de desempleo y ralentización económica en nuestro país en 2009, se han incluido coberturas para el caso de desempleo o de incapacidad laboral temporal en el caso de los trabajadores autónomos.

Asimismo, en 2009 se han lanzado nuevos productos para clientes autónomos y pequeñas empresas, desarrollando un segmento estratégicamente prioritario para el Grupo.

3 planes de pensiones, 1 seguro de vida y 2 productos para autónomos y pequeñas empresas han ampliado en 2009 el catálogo de SegurCaixa Holding



SegurCaixa Holding ha adaptado su producto Renta Vitalicia a las necesidades derivadas de las situaciones de dependencia



Se trata de SegurCaixa Negocio, un nuevo seguro multirriesgo para comercios con una gran flexibilidad y con coberturas diferenciales, como un servicio de asistencia telefónica, una página web para solucionar problemas informáticos y un servicio de copia de seguridad remoto y recuperación de información de los ordenadores, en caso de pérdida de datos. Por otro lado, SegurCaixa Auto Negocio es un seguro para vehículos de uso comercial que completa la oferta de SegurCaixa Auto y Moto y que incorpora amplias coberturas, como la indemnización en caso de siniestro total por el 100% del valor del vehículo nuevo para vehículos con menos de 2 años de antigüedad.

Cobertura para situaciones de dependencia

Por último, tras la aprobación de la Ley de Promoción de Autonomía Personal y Atención a las Personas en Situación de Dependencia (Ley 39/2006, de 14 de diciembre de 2006), VidaCaixa ha comenzado a desarrollar coberturas de dependencia. Para ello ha adaptado uno de sus productos con mayor aceptación entre sus clientes, la Renta Vitalicia –cuya antigua denominación era Pensión Vitalicia Inmediata y cuya primera póliza se contrató hace más de 100 años–. Con los productos de Renta Vitalicia, a través del 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 mejor se ajuste a sus necesidades, desde anual a vitalicio. A su fallecimiento, los beneficiarios perciben un capital.



Con la nueva cobertura para situaciones de dependencia severa o gran dependencia, se ofrece la posibilidad de incrementar la renta mensual percibida, sin necesidad de realizar ninguna nueva aportación, transformando el capital de fallecimiento de un importe constante a un capital decreciente con un interés vitalicio constante. Esto permite al asegurado obtener un complemento monetario con el que afrontar los costes derivados de la situación de dependencia.

Innovación tecnológica

La inversión total realizada por SegurCaixa Holding en tecnología y en sistemas de información ha alcanzado en 2009 los 17,5 millones de euros, en línea con el esfuerzo realizado en el ejercicio anterior y con un objetivo prioritario: mejorar el servicio al cliente.

Además, la inversión realizada en proyectos de I+D ha sido de 148.000 euros.

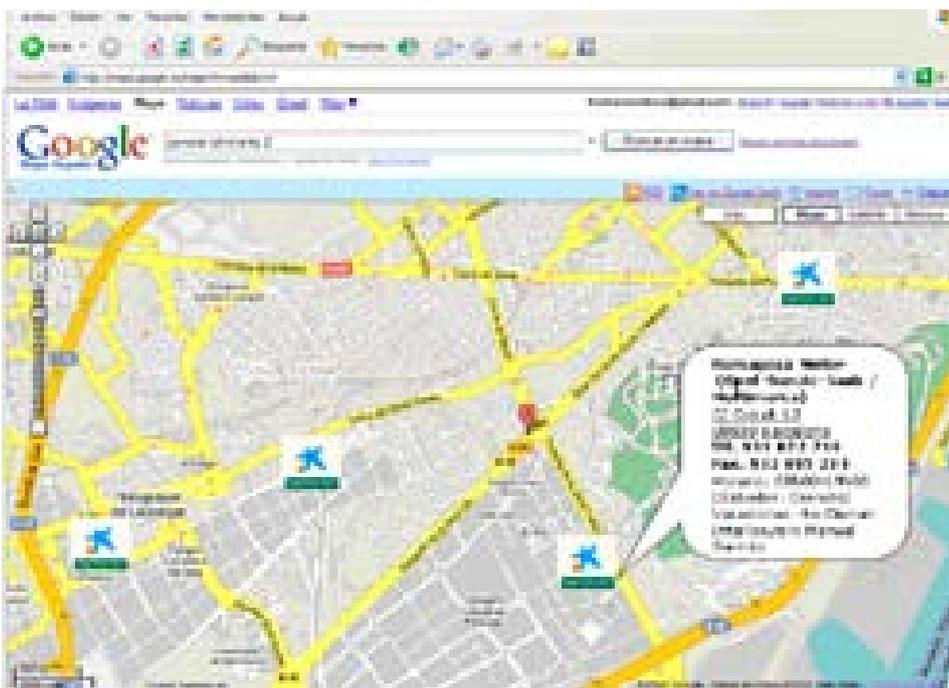
Entre las principales novedades tecnológicas implantadas el pasado año cabe destacar:

- El inicio del desarrollo del CRM (*Customer Relationship Management*), ampliado al ámbito de todos los clientes individuales y colectivos, lo que permitirá un conocimiento global de cada cliente y, en consecuencia, la prestación de un mejor servicio.
- La introducción de diversas mejoras y la ampliación de contenidos de la página web corporativa www.segurcaixaholding.com.
- La consolidación de la página web específica para colectivos y empresas, www.vidacaixa-previsionsocial.com, con nuevas funcionalidades para facilitar el acceso *on-line*, la transparencia en la información y la gestión de contratos de seguro colectivos para clientes y mediadores.
- La incorporación de Google Maps para localizar de una manera más eficaz la Red de Talleres Colaboradores de SegurCaixa Auto, permitiendo visualizar de forma exacta y sin errores la dirección del cliente, e informarle de la situación de cada taller, así como de los cambios o actualizaciones de datos.

También se ha incorporado esta aplicación para los seguros de hogar, lo cual permite situar en un mapa todas las viviendas aseguradas en SegurCaixa Holding, facilitando de esta manera su rápida localización a partir de una dirección o área determinada. Esta herramienta aumenta la capacidad de reacción ante hechos relevantes como incendios, inundaciones, etc., pudiendo iniciar el servicio a los asegurados a partir de la ocurrencia del siniestro, sin necesidad de esperar a la declaración del mismo por cada uno de ellos, y coordinando de manera más ágil las visitas del perito o de los servicios de asistencia.

- El desarrollo de una nueva aplicación informática que permite a las oficinas de "la Caixa" y a los agentes de AgenCaixa visualizar en tiempo real el estado de los siniestros del hogar y el intercambio de información con los gestores de SegurCaixa Holding.
- Puesta en marcha de la nueva aplicación Ideas, dentro del portal Innova+, para la comunicación y gestión de nuevas ideas aportadas por los empleados. Esta aplicación permitirá conocer en todo momento el estado de cada una, consultar las propuestas de otros empleados y mejorar la gestión, seguimiento y respuesta por parte de los gestores y administradores.

La empresa ha invertido, en 2009, 17,5 millones de euros en tecnología y sistemas de información



En 2009 se han recibido 865 ideas y propuestas para innovar en los productos y servicios ofrecidos por parte de los empleados de SegurCaixa Holding y de las oficinas de "la Caixa"

Cultura a favor de la innovación

En SegurCaixa Holding se fomenta una cultura participativa a favor de la innovación, en la que los empleados pueden aportar sus opiniones, sugerencias e ideas a través de los distintos canales de comunicación internos.

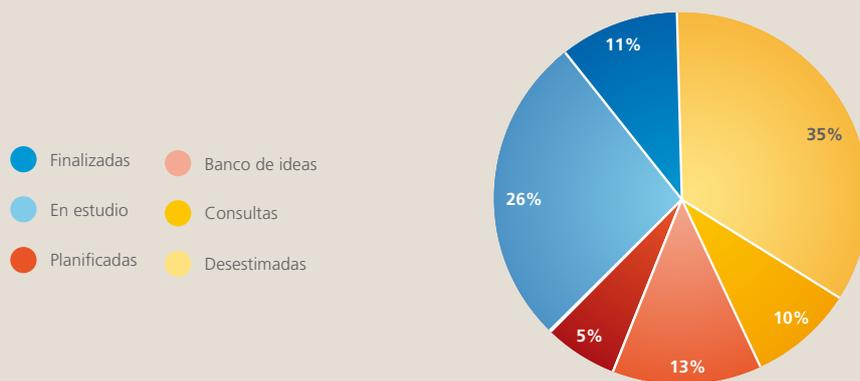
En este sentido, en 2009 el proyecto Innova+ ha continuado potenciando el desarrollo de las líneas de innovación y los equipos dinamizadores a través de 5 campañas informativas y participativas que han abordado las siguientes temáticas:

tendencias, retención y fidelización de clientes, eficiencia y responsabilidad corporativa, canales y venta cruzada.

En total se han recibido 865 ideas, lo que supone un incremento del 2% respecto al año 2008. De estas ideas recibidas, 424 correspondieron a empleados de SegurCaixa Holding y 441 a las oficinas de "la Caixa". Estos datos ponen de relieve la buena participación y proactividad de la plantilla de SegurCaixa Holding y de "la Caixa" como promotores de innovación.



IDEAS RECIBIDAS 2009



Satisfacción de los clientes

Lograr la plena satisfacción de los clientes individuales y colectivos es una aspiración constante para SegurCaixa Holding y un indicador que mide la calidad de los productos y servicios que ofrece.

A lo largo de toda la trayectoria de SegurCaixa Holding, siempre se ha trabajado para ofrecer los productos con las más amplias coberturas del mercado y con el mejor servicio al cliente, todo ello con el objetivo de que los más de 3 millones de clientes puedan tangibilizar el valor de la tranquilidad. En el Grupo existe el convencimiento de que el momento más importante en que el cliente percibe realmente el valor del seguro es cuando requiere un servicio o tiene un siniestro, para lo cual se articulan los procesos más ágiles e innovadores del mercado, a fin de que la experiencia del cliente le permita constatar que el producto cumple sus expectativas.

A lo largo de 2009 se ha desarrollado un proyecto que consiste en extender el sistema de *customer relationship management* (CRM) a todos los clientes individuales y colectivos, lo que ha permitido disponer de una herramienta de análisis global que mejora el nivel de in-

formación y conocimiento sobre los clientes, a través de la centralización de los contactos realizados por teléfono y correo electrónico con SegurCaixa Holding.

Cabe destacar que todas las consultas y reclamaciones de los clientes son gestionadas y sistematizadas para una adecuada y rápida respuesta.

Además, en el ámbito de los seguros del hogar, durante 2009 se ha continuado trabajando en el desarrollo del modelo de calidad predictiva, consistente en facilitar información a los gestores de SegurCaixa Holding sobre la probabilidad de insatisfacción de un cliente en el tratamiento de su siniestro. A través de esta información, los gestores pueden anticipar posibles incidencias y actuar de forma proactiva con las empresas de asistencia y con los peritos, para una mayor rapidez en la prestación del servicio.

Por último, también se ha conseguido mejorar el plazo de pago de facturas a los clientes. En el caso de aquellos clientes que realizan la reparación por su cuenta, el plazo se ha reducido de 2,32 días en 2008 a 1,44 días en 2009.

La extensión del sistema de información CRM en 2009 ha permitido conocer mejor a todos los clientes y poder responder a sus necesidades

SegurCaixa Holding ha sido galardonada con el Premio Dirigentes Catalunya en la categoría de Calidad. El jurado valoró la excelencia en su gestión, teniendo en cuenta la estrategia empresarial de la compañía orientada al cliente, algo que aporta soluciones de valor añadido en el ámbito de la protección y la previsión social, tanto para particulares como para empresas e instituciones.



Medición de la calidad

72.956 encuestas realizadas en 2009 para conocer la satisfacción de los clientes con el servicio de SegurCaixa Holding

Durante 2009 se ha mejorado el sistema de encuestas de SegurCaixa Holding. Esta mejora ha supuesto la incorporación de nuevas opciones que facilitan un mayor conocimiento de las expectativas de los clientes, así como la unificación de todas las encuestas que se realizan en el Grupo.

Seguros del hogar

En 2009 se han realizado un total de 58.072 encuestas a clientes atendidos por siniestros del hogar. La satisfacción de los clientes de SegurCaixa Holding se ha mantenido un año más en un alto nivel. Tan sólo un 2% de los clientes atendidos han manifestado sentirse insatisfechos. Los tiempos en la reparación de los siniestros y los defectos en las reparaciones son los principales aspectos a mejorar entre los motivos de insatisfacción.

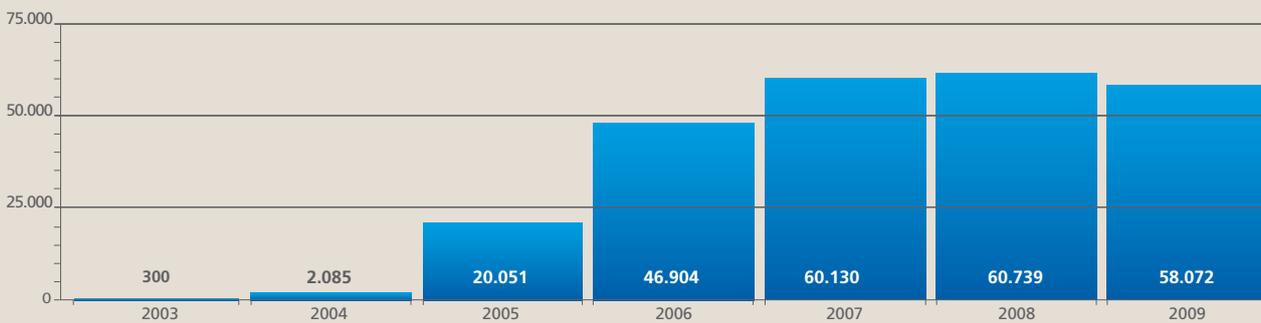
Seguros de automóvil

En el negocio de autos, SegurCaixa Holding ha puesto en marcha en 2009 un nuevo sistema de encuestas para medir la satisfacción de sus clientes. En total se han realizado 14.884 encuestas, con unos índices de satisfacción del 93% en la gestión de siniestros y del 96% en la prestación de asistencia en viaje.

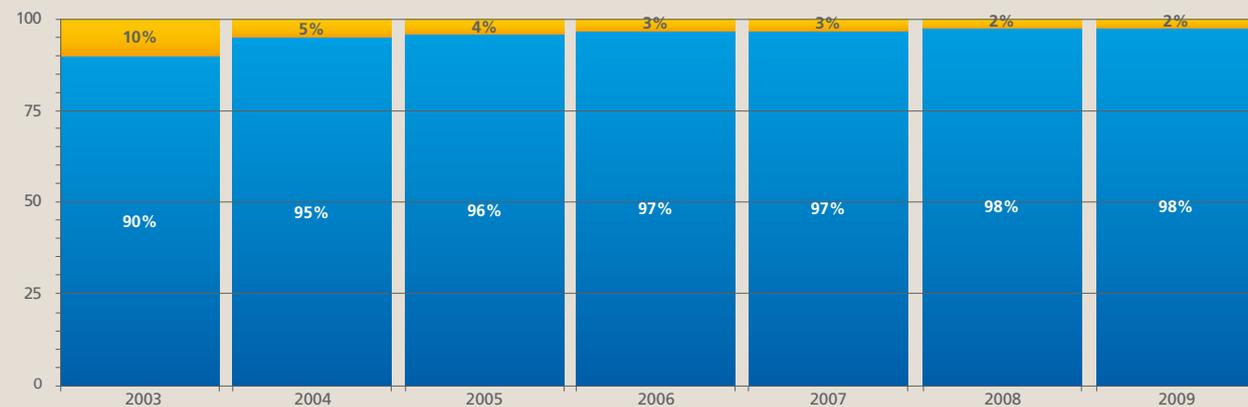
Otros seguros

En el ámbito de la Asistencia en Viaje y Defensa Jurídica, se ha realizado un exhaustivo seguimiento de los proveedores que prestan estos servicios, con resultados óptimos en cuanto a la calidad ofrecida al cliente.

EVOLUCIÓN Nº DE ENCUESTAS A CLIENTES ATENDIDOS POR SINIESTRO EN EL HOGAR



PREGUNTA REALIZADA A CLIENTES ATENDIDOS POR SINIESTRO EN EL HOGAR. ¿ESTÁ USTED SATISFECHO O INSATISFECHO CON EL SERVICIO QUE LE PRESTÓ LA COMPAÑÍA?



● Satisfecho ● Insatisfecho

Servicio al cliente



La situación económica ha hecho incrementar las consultas y reclamaciones de los clientes

En 2009 el Call Center ha recibido casi 1 millón de llamadas, un incremento que no ha representado pérdida de calidad en su atención

SegurCaixa Holding pone a disposición de sus más de 3 millones de clientes las cartas al Director General, el correo electrónico y el teléfono de Atención al Cliente para que puedan realizar consultas y expresar sus sugerencias. 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 sus reclamaciones.

En momentos de dificultad económica como el año 2009, se constata un incremento significativo de las consultas y reclamaciones de los clientes. SegurCaixa Holding no ha sido la excepción, produciéndose un total de 986.225 llamadas al Call Center, un 24% más que en el año anterior. Gracias al esfuerzo realizado por los profesionales del Grupo, este incremento significativo de las consultas y reclamaciones se ha producido sin que se resienta la calidad media de la llamada, que se ha mantenido en el 98%.

Cartas al Director

Durante 2009 se han recibido un total de 233 cartas al director, lo que representa un

54% más que en 2008, y pone en evidencia también el incremento de este tipo de comunicaciones en períodos de dificultad económica y en un año en el que también se han producido condiciones climatológicas especialmente adversas, como por ejemplo la Tormenta Klaus. El plazo máximo de respuesta es de 5 días naturales, si bien el plazo medio real se ha situado en los 2,5 días.

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

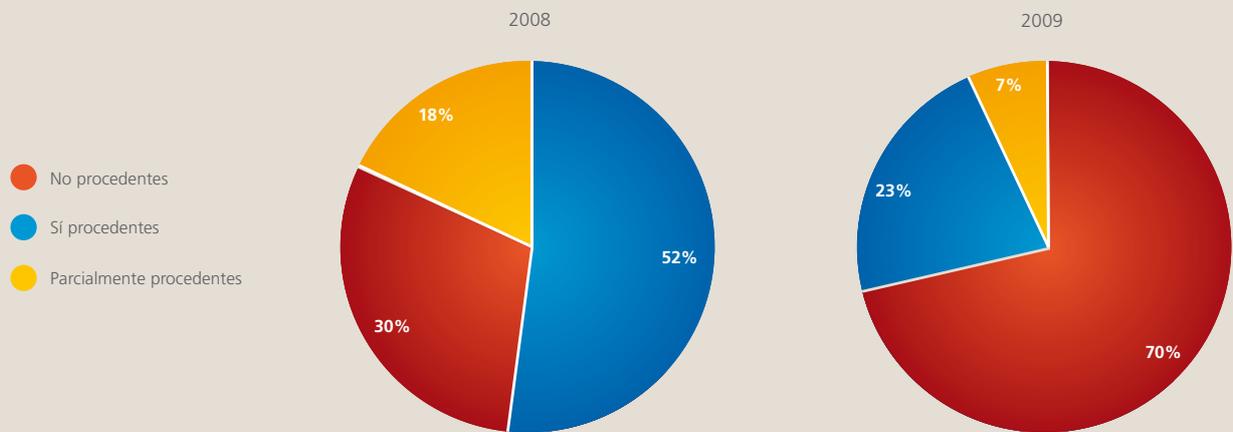
A través de las más de 5.000 oficinas de "la Caixa" se han recibido en 2009 un total de 41.303 peticiones de los clientes.

Para SegurCaixa Holding es clave dar una respuesta individualizada en forma y plazo a cada uno de sus clientes y, para ello, existe el compromiso de responder a las peticiones que proceden de la red de oficinas de "la Caixa" en un plazo máximo de dos días. El plazo medio de respuesta en 2009 ha sido inferior a 1 día, frente a la media de 1,25 días en 2008, y tan sólo el 6% de las peticiones han tenido una contestación fuera de plazo.

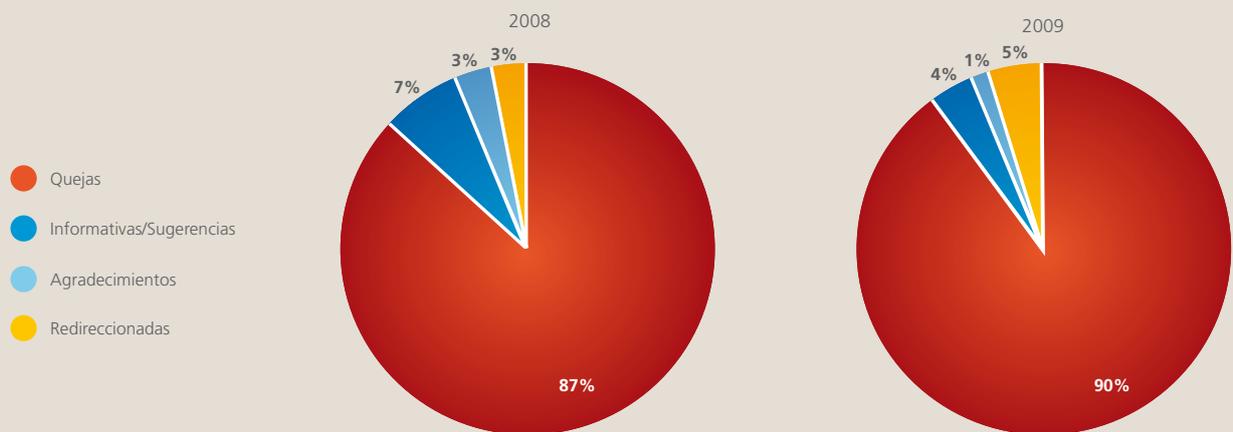
Las 233 cartas al director recibidas han sido respondidas en una media de 2,5 días, la mitad del tiempo máximo establecido

Las 41.303 peticiones recibidas a través de las oficinas de "la Caixa" se han respondido en un día, de media

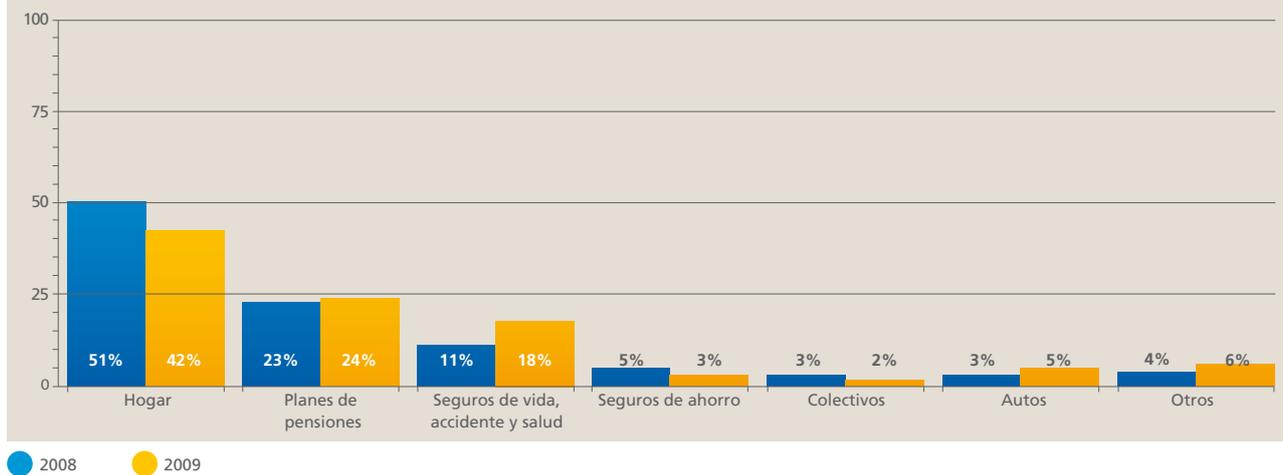
CARTAS AL DIRECTOR



TIPOS DE CARTA



TOTAL RECLAMACIONES PRESENTADAS POR PRODUCTO



Atención a los clientes de seguros del hogar

El número de siniestros de hogar declarados en 2009 ha supuesto un incremento del 22%. Cabe destacar que este aumento de la siniestralidad se debió en gran parte al fenómeno meteorológico Klaus, que durante los días 23, 24 y 25 de enero afectó con vientos con rachas huracanadas toda la zona norte y este de la península. Sin tener en cuenta la excepcionalidad de Klaus, el incremento de siniestros hubiera sido del 12%.

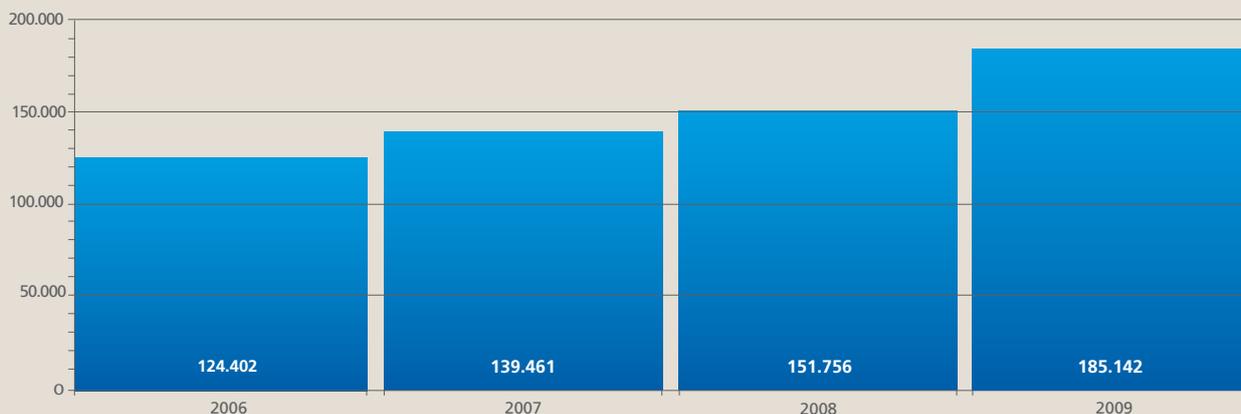
La prioridad de SegurCaixa Holding es atender a los clientes que han sufrido algún siniestro y ofrecerles el mejor servicio. En los siniestros de hogar, uno de los principales motivos de insatisfacción son las demoras en los tiempos de reparación y los defectos en las reparaciones. Por ello, SegurCaixa Holding ha intensificado sus esfuerzos en colaboración con sus proveedores para la reducción de los tiempos de tramitación. En este sentido, se implementan todo un conjunto de medidas para mejorar el servicio que prestan los proveedores a los clientes, entre las que destacan:

El seguro para lo que más le ha costado en esta vida



El incremento del número de siniestros declarados en 2009 se explica, en buena parte, por el fenómeno meteorológico Klaus

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE SINIESTROS DE HOGAR TRAMITADOS



El fenómeno meteorológico Klaus afectó a la zona norte y este de España con rachas de viento huracanado durante los días 23 al 25 de enero de 2009. Sus consecuencias fueron devastadoras: más de 380.000 siniestros, con un coste de 620 millones de euros. La afectación para SegurCaixa Holding fue muy importante, pues en tan sólo 3 días se abrieron un total de 13.900 siniestros, cuando en condiciones normales se atienden cerca de 400 siniestros diarios. Ante esta situación, se activaron los protocolos de actuación en caso de siniestros de carácter extraordinario, reforzando las plataformas telefónicas de atención al cliente, reorganizando el equipo de gestión y adaptando los recursos cada hora a las tareas de pago de facturas, tramitación de peritajes y al seguimiento de las cargas de trabajo de los peritos y de las empresas de asistencia. Todo este esfuerzo se llevó a cabo sin que el nivel de satisfacción de los clientes se viera afectado.

Cada día se auditan entre un 5% y un 10% de las llamadas efectuadas

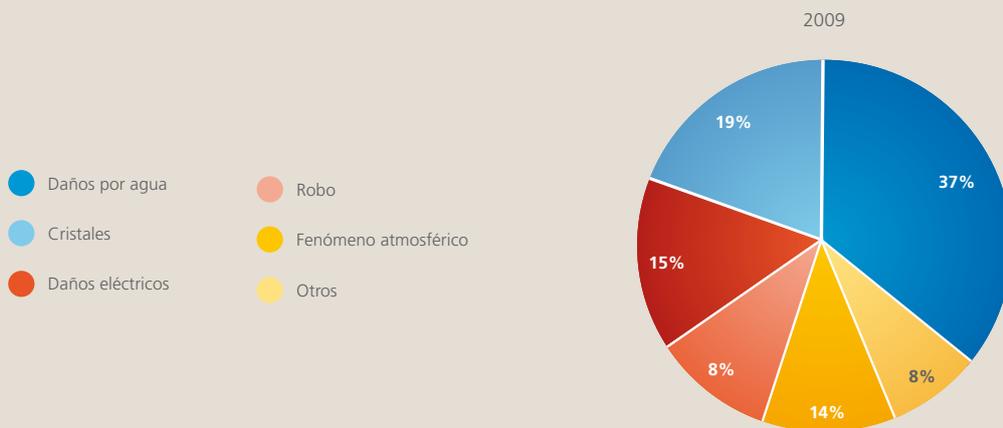
- La monitorización de toda la actividad de atención telefónica de los proveedores.
- La realización de una auditoría diaria que incluye la revisión de entre un 5% y un 10% del total de llamadas para medir la calidad de la atención ofrecida y detectar posibles incidencias.
- El establecimiento de compromisos de atención en siniestros urgentes en menos de tres horas.
- La asignación de carga de trabajo a cada una de las empresas de asistencia en fun-

ción de sus resultados particulares en las encuestas de calidad del servicio que se realizan a todos los clientes que han sido atendidos por un siniestro en el hogar.

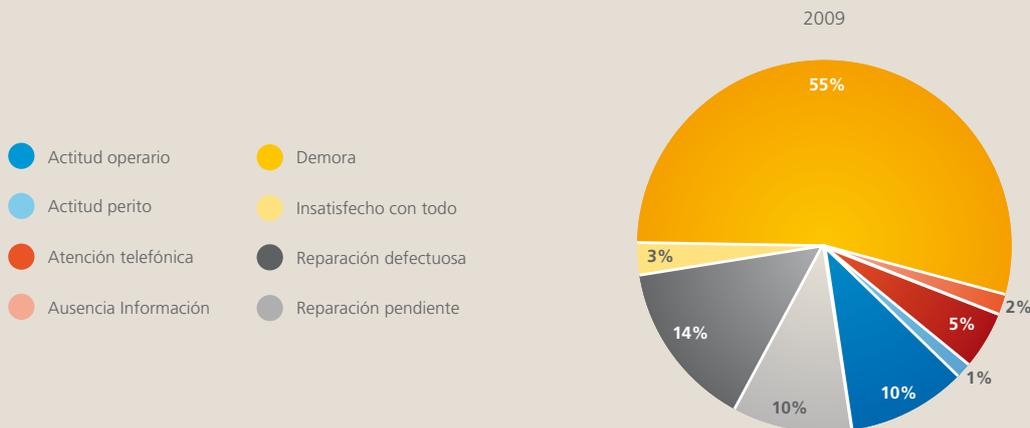
Tal y como hemos visto en el apartado anterior, SegurCaixa Holding ha mantenido un año más la calidad del servicio en todos los siniestros con un 98% sobre 100.

El 2% de los clientes que se muestran insatisfechos destacan que las demoras, los defectos en las reparaciones y los plazos en las reparaciones son los principales motivos de insatisfacción.

TIPO DE SINIESTRO



MOTIVOS INSATISFACCIÓN. TODOS LOS SINIESTROS



Defensor del cliente

Los clientes de SegurCaixa Holding pueden acudir al Defensor del Cliente de las cajas de ahorro catalanas, cuyas decisiones son vinculantes para las entidades, pero no para los clientes.

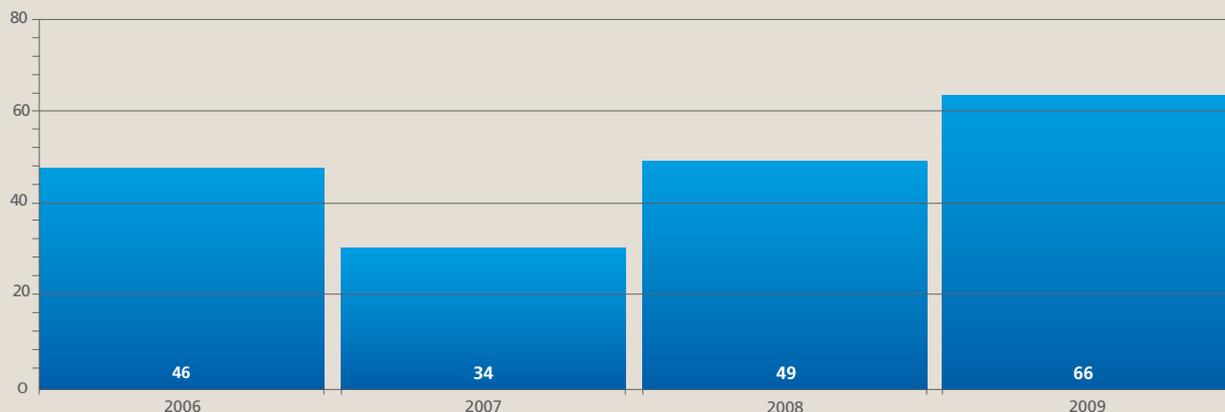
A través de este canal en 2009 han entrado un total de 172 reclamaciones, de las cuales 66 corresponden a VidaCaixa y 106 a SegurCaixa. Se han resuelto un total de 64 reclamaciones de VidaCaixa, 9 pendientes de 2008 y 55 de las entradas en 2009, y concretamente: 20 a favor del cliente, 37 a favor de VidaCaixa, 1 ha sido archivada y otras 6 eran improcedentes. En el caso de SegurCaixa, 98 han sido las reclamaciones resueltas, de las cuales a favor del cliente 23, a favor de SegurCaixa 41, archivadas 2, improcedentes un total de 30 y remitidas a atención del cliente 2.

Además de las reclamaciones al Defensor del Cliente, los clientes de SegurCaixa Holding pueden dirigirse a la Dirección General de Seguros. A lo largo de 2009, se produjeron 17 reclamaciones relacionadas con VidaCaixa en relación con Planes de Pensiones, de las que se resolvieron a favor del cliente 4, en contra 3 y sin pronunciamiento expreso 1. Asimismo se produjeron 12 reclamaciones relacionadas con VidaCaixa en relación con Seguros, de las que se resolvieron a favor del cliente 1 y en contra 1.

Finalmente, se produjeron 32 reclamaciones relacionadas con SegurCaixa, de las que se resolvieron a favor del cliente 5, remisión al artículo 38 de la Ley del Contrato del Seguro 4 y 1 quedó sin pronunciamiento expreso.

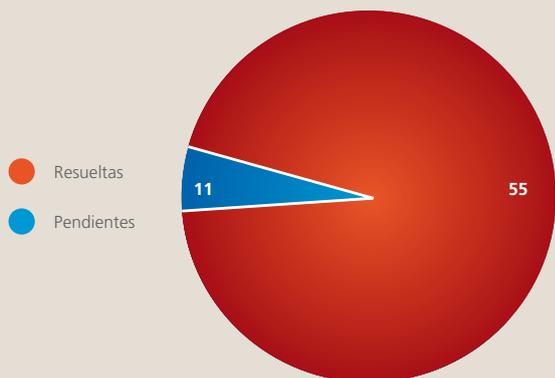
En 2009, 172 reclamaciones han sido vehiculadas a través del Defensor del Cliente de las cajas de ahorro catalanas

VIDACAIXA: EVOLUCIÓN DE LAS RECLAMACIONES

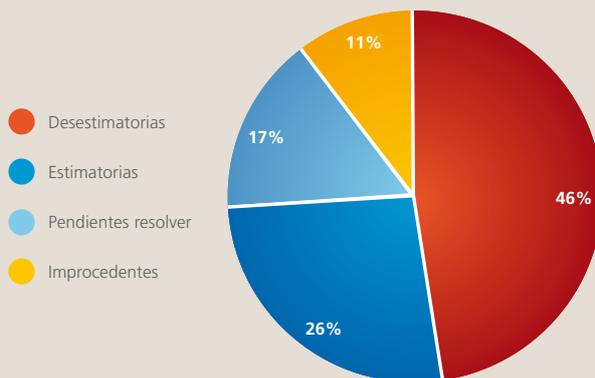


VIDACAIXA

RECLAMACIONES ENTRADAS EN 2009

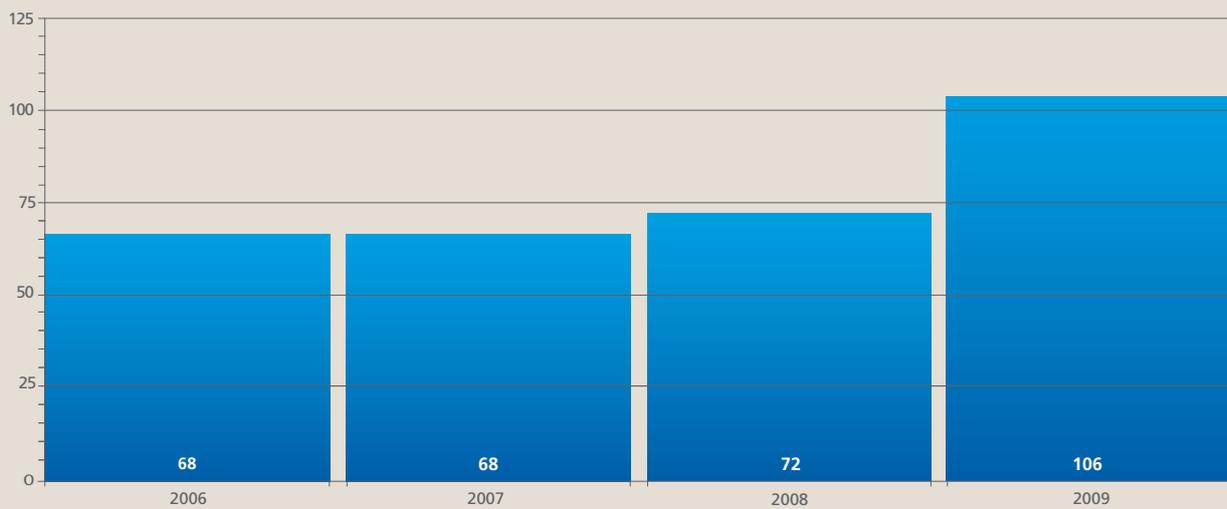


RECLAMACIONES ENTRADAS POR TIPO DE RESOLUCIÓN



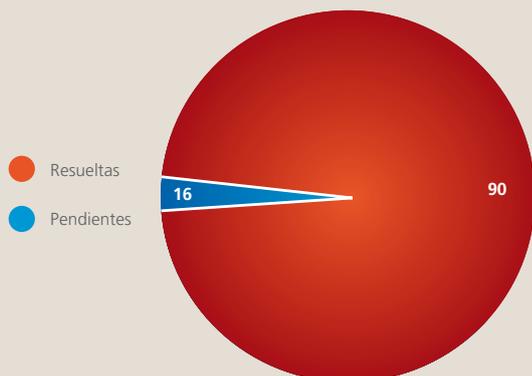


SEGURCAIXA: EVOLUCIÓN DE LAS RECLAMACIONES

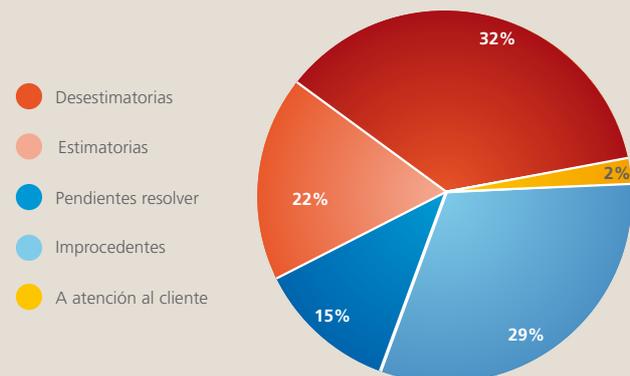


SEGURCAIXA

RECLAMACIONES ENTRADAS EN 2009



RECLAMACIONES ENTRADAS POR TIPO DE RESOLUCIÓN



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

Aplicación de criterios sostenibles en las inversiones

Desde 2001, SegurCaixa Holding aplica criterios de sostenibilidad en la gestión de inversiones. La utilización de cuestionarios de seguimiento, la selección de equipos de gestión que incluyen prácticas de inversión socialmente responsable, así como la utilización de criterios de exclusión de inversiones que no tienen en cuenta los aspectos medioambientales, sociales o de buen gobierno (ASG), siempre han formado parte de la política de inversiones de la compañía.

Esta mejora continua en el desempeño a favor de la sostenibilidad de las inversiones ha concluido en que en la actualidad cualquier inversión gestionada por SegurCaixa Holding incorpore criterios de inversión socialmente responsable.

Adhesión a los Principios para la Inversión Responsable de las Naciones Unidas (PRI)

Aunque la base de una inversión es la expectativa de rentabilidad y riesgo de la misma, es indudable que, a igualdad de condiciones, una empresa fiel a los principios PRI será capaz de generar valor añadido a largo plazo, lo que de entrada es una mayor garantía de éxito en la inversión. VidaCaixa se ha com-

prometido a analizar todas las inversiones desde esta perspectiva, y ha llegado a descartar algunas inversiones que, a pesar de poder ser rentables a corto plazo, se estima que no llegarán a ser líderes en su sector y por lo tanto con peores expectativas de rentabilidad a largo plazo.

En 2009, VidaCaixa ha dado un paso más al ser la primera aseguradora de vida y gestora de planes de pensiones estatal en adherirse a los Principios para la Inversión Responsable de las Naciones Unidas (PRI). La adopción de estos principios por parte de VidaCaixa responde al alineamiento de los mismos con los valores corporativos de Confianza, Calidad y Dinamismo de SegurCaixa Holding.

En el ámbito de la gestión de las inversiones, la adhesión al PRI tiene un importante significado, pues todas las inversiones, tanto de seguros de ahorro como de planes de pensiones individuales y colectivos gestionados, adoptan como guía dichos principios, garantizando de esta manera a los clientes que sus ahorros son gestionados de manera responsable y sostenible y generando un mayor retorno para la sociedad en general.

VidaCaixa se ha adherido a los Principios para la Inversión Responsable de las Naciones Unidas (PRI), siendo la primera aseguradora de vida y gestora de planes de pensiones del Estado en hacerlo

LOS 6 PRINCIPIOS PRI:

1. Incorporaremos criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) en los procesos de análisis y adopción de decisiones en materia de inversiones.
2. Seremos propietarios activos e incorporaremos criterios ASG en nuestras prácticas y políticas.
3. Pediremos a las entidades en las que invertamos que publiquen las informaciones apropiadas sobre las cuestiones ASG.
4. Promoveremos la aceptación y aplicación de los Principios en la comunidad global de inversiones.
5. Colaboraremos para mejorar nuestra eficacia en la aplicación de los Principios.
6. Informaremos sobre nuestras actividades y progresos en la aplicación de los Principios.



Estos principios implican en la práctica incorporar criterios de gestión responsable y sostenible en las inversiones. En este sentido, los principios del PRI figuran desde este año de forma explícita en el manual de procedimiento, y se van consolidando progresos y definiendo retos con la voluntad de progresar en las inversiones socialmente responsables.

Además, las empresas adheridas al PRI deben ser activas e involucrar a sus proveedores y gestores en la utilización proactiva de estos principios. En este contexto, SegurCaixa Holding ya sensibiliza a sus proveedores en la utilidad de adoptarlos y se compromete a mejorar en este ámbito a medida que vaya teniendo una participación más activa en las actividades de difusión organizadas por el PRI.

Solvencia

SegurCaixa Holding ha colaborado de forma intensa, a través de UNESPA, en la aplicación de la directiva del proyecto Solvencia II de la Unión Europea

En el ámbito de la previsión social, SegurCaixa Holding asume con sus clientes compromisos a largo plazo, que en muchos casos son vitalicios. La compañía es heredera de la tradición aseguradora de "la Caixa", entidad que emitió la primera libreta de pensión hace más de 100 años, y aplica criterios de prudencia, responsabilidad y eficacia, manteniendo además una política de reservas por encima del mínimo nivel legal exigido.

Este comportamiento responsable integrado en la gestión ha reportado a SegurCaixa Holding la confianza de más de 3,4 millones de clientes, que han depositado en la entidad más de 30.000 millones de euros, convirtiéndola en la entidad líder en el mercado de previsión social complementaria español.

Cabe destacar que este liderazgo en el ámbito de la previsión social en el mercado español se ha producido siempre manteniendo unos altos niveles de solvencia. Como líder del mercado, SegurCaixa Holding ha tenido una actitud siempre proactiva y ha colaborado con grupos de expertos o ha participado en iniciativas como la Guía de Buenas Prácticas de Control Interno y de Buen Gobierno Corporativo, promovidas por UNESPA, o el Proyecto Solvencia II de la Unión Europea.

Merece una mención especial el Proyecto Solvencia II, cuya directiva ha sido aprobada en 2009 y que tiene como objetivo garantizar la viabilidad y sostenibilidad de las em-

presas aseguradoras, fijar el régimen para su supervisión y medir el capital exigido en función del riesgo asumido a nivel particular por cada empresa del sector. SegurCaixa Holding ha colaborado de forma intensa con el grupo de trabajo de UNESPA con la finalidad de implementar las medidas de nivel 2 y nivel 3 que se pondrán en marcha a partir de 2012. Además, ha participado en el estudio de impacto cuantitativo de solvencia, QIS5, que tiene como fin determinar los factores que influirán en los nuevos requisitos de capital derivados del proyecto Solvencia II.

Por último, y de acuerdo con el compromiso adoptado en 2008, SegurCaixa Holding ha iniciado el análisis y diseño de un modelo propio interno para que la medición del riesgo de suscripción sea más exhaustiva, y que comprende tres objetivos principales:

- Mejorar la valoración del riesgo de suscripción para optimizar los requerimientos de capital en el futuro.
- Conocer más en profundidad y de forma sistemática dicho riesgo a través de metodologías avanzadas.
- Integrar la gestión de estos riesgos y sus parámetros de consumo de capital en los procesos de SegurCaixa Holding relacionados con el diseño de productos, suscripción, tarificación, provisionamiento y reaseguro.

Cultura de Control

Para SegurCaixa Holding es muy importante implantar y mantener una cultura y ambiente de control que garantice la correcta medición y seguimiento de los principales riesgos a los que el Grupo está expuesto y que tiene perfectamente catalogados e identificados.

En este sentido, en 2009 se han puesto en marcha las siguientes iniciativas:

- Desarrollo de una aplicación informática de soporte para documentar y mantener los sistemas de gestión de riesgos.
- Definición del mapa de procesos detallado.
- Definición del mapa de riesgos inherentes detallado.
- Inventario de controles implantados.
- Evaluación de la efectividad de los controles.

En 2009, se han implementado mejoras en los sistemas y procesos de control de riesgos

