



2010

**Informe de Responsabilidad
Corporativa**

2010

Informe de Responsabilidad Corporativa

Índice

Carta del Presidente de VidaCaixa Grupo	5
1. La responsabilidad corporativa en el centro de la estrategia	6
2. Relaciones con los clientes	26
3. Relaciones con los empleados	57
4. Relaciones con la sociedad	80
5. Medio ambiente	91
6. Resumen de indicadores	99
7. Informe de revisión independiente y declaración de control del nivel de aplicación GRI	111



Ricardo Fornesa Ribó

Presidente del Consejo de Administración de VidaCaixa Grupo

Carta del Presidente de VidaCaixa Grupo

La integración de Adeslas y el desarrollo del plan estratégico han sido los principales hitos de 2010. Tras dicha integración VidaCaixa Grupo, el Grupo asegurador de "la Caixa", cuenta con casi 6 millones de clientes y 2.634 empleados, es líder del mercado español en previsión social complementaria y en salud, y aspira a ser la referencia del sector asegurador español con una oferta multirrama, multisegmento y multicanal.

Este liderazgo se sustenta en el compromiso por la responsabilidad corporativa y la sostenibilidad que siempre ha acompañado al grupo desde su fundación en 1992 y que se manifiesta a través de los valores de Confianza, Calidad, Dinamismo y Cercanía. En 2010, el desempeño responsable de VidaCaixa Grupo se ha caracterizado por la consolidación de la responsabilidad corporativa en toda la organización y por la integración en su estrategia, actuaciones y comportamientos.

A la vez, en este año, se ha potenciado de forma decidida el diálogo con los grupos de interés, con el objetivo de conocer a fondo sus expectativas y darles la mejor respuesta posible desde el Grupo. Con los clientes, por ejemplo, se han implementado nuevas iniciativas para facilitar el acceso y la transparencia de la información. Pero en un ejercicio caracterizado por el cambio y la integración, la comunicación con los empleados ha sido clave y, en este sentido, se han destinado importantes esfuerzos y recursos para garantizar el necesario diálogo e intercambio de información acerca de la marcha del proceso de integración, estableciéndose nuevas vías y canales de comunicación con distintos formatos.

Por otro lado, VidaCaixa Grupo ha avanzado en la aplicación de los Principios de Inversión Responsable (PRI) de Naciones Unidas, promoviendo su difusión y desarrollando nuevas iniciativas de mejora con el objetivo de garantizar que toda la cartera de inversión del Grupo se ha analizado y gestionado de acuerdo con criterios ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo.

Otro de los hechos relevantes del año 2010 ha sido la apuesta por la innovación, la mejor vía para dar respuesta a las necesidades cambiantes de los clientes y que se visualiza en el desarrollo de nuevos productos y soluciones en la mayoría de los ramos, el refuerzo de la multicanalidad a través de nuevos canales presenciales y telemáticos, y la mejora de la calidad del servicio, extendiendo la certificación ISO 9001 a nuevas clínicas dentales y ampliando en un 10% el número de encuestas de satisfacción realizadas a los clientes.

La apuesta por la calidad de servicio es, además de un valor corporativo de VidaCaixa Grupo, un hecho diferencial al cual se dedican importantes esfuerzos y que define el modelo de relación del Grupo con todos sus clientes, ya sea a través de contratos individuales o colectivos. Un

año más, estos esfuerzos han sido recompensados en las encuestas de satisfacción realizadas tanto interna como externamente por entidades independientes, en las cuales el servicio de VidaCaixa Grupo sigue recibiendo excelentes valoraciones por parte de los clientes.

En el ámbito interno cabe destacar que, tras la integración de Adeslas, VidaCaixa Grupo se ha consolidado como uno de los principales grupos aseguradores por volumen de empleo en España, con un total de 2.634 profesionales. El proceso de integración se ha llevado a cabo a través de un proyecto de gestión del cambio, aplicado en toda la Compañía, y la unificación de políticas y criterios en la gestión de recursos humanos, cuya implementación finalizará en 2011, reforzando la aspiración del Grupo de convertirse en el mejor lugar para trabajar.

En línea con los años anteriores, VidaCaixa Grupo ha consolidado su implicación con la sociedad. En primer lugar, fomentando la involucración de sus empleados a través de la iniciativa Retorn, que ha llevado a cabo más de 15 proyectos sociales y ambientales. En el ámbito de la educación para la salud, se han puesto en marcha tres nuevos planes de prevención, que se unen a los nueve que ya estaban en funcionamiento. También se ha renovado la colaboración con GAVI Alliance a través de la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil, destinando a la causa el presupuesto anual para obsequios navideños y extendiendo la colaboración a los empleados y al colectivo de empresas clientes de VidaCaixa Previsión Social. Finalmente, cabe destacar la contribución indirecta de VidaCaixa Grupo, a través de la aportación al beneficio del Grupo "la Caixa", a su Obra Social, cuyo presupuesto total de 500 millones de euros se ha destinado de manera prioritaria a la realización de programas para paliar las necesidades sociales y asistenciales de los ciudadanos.

En el ámbito del medio ambiente, la implicación de la organización en los temas de mejora ambiental ha seguido siendo uno de los ejes de actuación. El desarrollo de iniciativas como "Llegó la hora de cuidar al paciente más importante: nuestro planeta" o la "Jornada para la mejora del paisaje de oficina" han logrado un gran nivel de participación y concienciación de los empleados de VidaCaixa Grupo. Junto a ellas, el Grupo ha continuado desarrollando iniciativas para reducir el impacto de los consumos y los residuos.

El perímetro del informe que les animo a leer se centra en la actividad de VidaCaixa Grupo en el ejercicio 2010, que integra la antigua SegurCaixa Holding y la antigua Adeslas, exceptuando su grupo hospitalario. En él se ha pretendido resumir la evolución en el desempeño responsable, así como los objetivos y retos planteados con nuestros grupos de interés, con el fin de facilitar un mejor conocimiento sobre la realidad y evolución de VidaCaixa Grupo.



1

**La responsabilidad corporativa
en el centro de la estrategia**

1.1

Diálogo con los grupos de interés

La percepción de la gestión responsable de VidaCaixa Grupo por parte de los grupos de interés

El diálogo con los grupos de interés -empleados, clientes, accionistas, proveedores, entorno ambiental y sociedad- está integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo.

Para gestionar el diálogo, VidaCaixa Grupo pone a disposición de sus grupos de interés un conjunto de canales de comunicación a través de los cuales se pueden hacer llegar las opiniones y expectativas respecto al Grupo.

Accionistas	<ul style="list-style-type: none">• Representación en los Órganos de Gobierno.• Colaboración y comunicación fluida entre las áreas de responsabilidad corporativa.• Participación en la reunión de expertos de Responsabilidad Corporativa.
Clientes	<ul style="list-style-type: none">• 2.634 empleados de VidaCaixa Grupo.• Red de más de 5.400 oficinas de "la Caixa".• 46 oficinas propias de VidaCaixa Adeslas.• 1.800 centros médicos propios y concertados.• 155 clínicas dentales propias y concertadas.• 23 delegaciones de AgenCaixa.• Encuestas telefónicas sobre satisfacción.• Oficina de Atención al Cliente.• <i>Call Center</i>.• Cartas al Director.• Encuentros con clientes del segmento de empresas.
Empleados	<ul style="list-style-type: none">• <i>Área Informativa</i>, la revista interna de VidaCaixa Grupo.• Encuestas periódicas de satisfacción.• Intranet corporativa y comunicados corporativos.• Reuniones y encuentros presenciales con la Dirección.• Programa One to One, Programa Comunic@ y Road Shows para explicar novedades sobre el negocio e informar sobre el proceso de integración.• Plataforma Virtual VCPS para la formación del personal de VidaCaixa Previsión Social.• <i>Conéctate</i>.• <i>Canal Ideas</i> (Innova).
Proveedores	<ul style="list-style-type: none">• Contactos con los gestores de los contratos.• Portal de profesionales sanitarios.• Diálogo fluido con las gestoras de fondos en el marco de los PRI.
Sociedad y medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Obra Social "la Caixa".• <i>Retorn</i>.• Participación en instituciones del sector del aseguramiento y la previsión social y de la responsabilidad corporativa.• Participación en foros y conferencias y envío de notas de prensa y comunicados a los medios.

El diálogo mediante estos canales se complementa a través del Comité de Responsabilidad Corporativa y los tres Subcomités consultivos en los que se hallan representados los empleados, los clientes, la sociedad y el medio ambiente. Estos tres subcomités tienen una función consultiva y a través de ellos se organizan encuentros periódicos con cada uno de los grupos de interés para conocer sus expectativas y obtener su opinión sobre el desempeño responsable de VidaCaixa Grupo.

En este sentido, VidaCaixa Grupo ha realizado dos encuentros: uno con representantes de empresas clientes para conocer sus expectativas respecto al aseguramiento y la previsión social y otro con expertos en responsabilidad corporativa. En este último encuentro, instituciones académicas y del sector asegurador, asociaciones de consumidores, sindicatos, organizaciones sociales y medioambientales y medios de comunicación han expresado su opinión acerca de la gestión responsable de VidaCaixa Grupo.

Principales conclusiones del encuentro con representantes de empresas clientes

- Existe una necesidad de mejorar la cultura de previsión social en las empresas y en la sociedad en general. La previsión social empresarial es un tema relevante, aunque todavía no ha sido asumido como estratégico por parte de los departamentos de Recursos Humanos.
- Los atributos más valorados de una empresa de previsión social son: un servicio excelente, fiabilidad, transparencia, diálogo y compromiso con los grupos de interés.
- En el ámbito de los productos, existe una asociación muy directa con los planes de pensiones y los seguros de salud. Los responsables de los recursos humanos de las empresas perciben los productos de aseguramiento y previsión social como complejos desde el punto de vista técnico.
- Existe la necesidad de mejorar los mecanismos de información que las empresas utilizan para informar y sensibilizar a sus empleados sobre los temas de aseguramiento y previsión social.



Encuentros con representantes de empresas clientes.

Principales conclusiones del encuentro con expertos en responsabilidad corporativa

- La gestión responsable de VidaCaixa Grupo es valorada en general de forma positiva, evidenciándose una progresión favorable en la mejora del desempeño.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo es mejor que la de la competencia, según los expertos consultados, son:
 - Seguridad y transparencia en la relación con los clientes.
 - Innovación en productos y servicios.
 - Aplicación de criterios sostenibles en las inversiones.
 - Productos y servicios de la máxima calidad.
 - Un buen lugar para trabajar.
 - Mecanismos de diálogo con los grupos de interés.
 - Buen gobierno y transparencia.
 - Gestión prudente y solvente del negocio.
 - Incremento del valor para el accionista.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo es similar a la de la competencia son:
 - Accesibilidad a los productos de aseguramiento y previsión social.
 - La satisfacción de los clientes.
 - La generación de conocimiento sobre productos de ahorro entre la población.
 - La gestión de los recursos humanos: conciliación, formación, diálogo.
 - La gestión del impacto medioambiental.
 - El fomento de hábitos saludables.
 - La relación con los proveedores.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo es mejorable respecto a la de la competencia son:
 - Políticas de igualdad en la gestión de recursos humanos.
 - Realización de iniciativas de acción medioambiental.

Participantes en las consultas a grupos de interés

Accionistas

- Criteria
- "la Caixa"

Empresas-clientes

- Agbar
- Esteve
- TMB
- ESADE

Instituciones académicas y medios de comunicación

- IESE
- ESADE
- MediaResponsable

Organizaciones sociales y medioambientales

- Edad & Vida
- SECOTBcn
- Acció Natura

Organizaciones de consumidores y sindicatos

- UGT - Observatorio RSE
- Comfia - CCOO
- CECU Madrid - Confederación Española de Consumidores y Usuarios

Instituciones del sector seguros

- UNESPA - UCEAC
- ICEA

Determinación de los temas relevantes

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

- La revisión de otros informes de responsabilidad corporativa del sector asegurador a nivel nacional e internacional.
- La consulta a los grupos de interés: responsables de responsabilidad corporativa de empresas clientes del negocio colectivo de VidaCaixa Previsión Social y expertos en responsabilidad corporativa.
- La consulta a través de cuestionario a 84 Directores, Directores de Área y Responsables de VidaCaixa Grupo acerca de los temas relevantes a incluir en el presente Informe. El porcentaje de participación ha sido del 74%.

A continuación en la siguiente tabla se muestran los temas relevantes sobre los que se ha centrado el reporte sobre la gestión responsable de VidaCaixa en el período de 2010.

MATRIZ DE TEMAS RELEVANTES

		Madurez del tema	
		En consolidación	Integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo
Importancia para los grupos de interés	Muy importante	Aplicación de criterios sostenibles en las inversiones.	Satisfacción de los clientes. Un buen lugar para trabajar. La gestión prudente, sostenible y solvente del negocio. El buen gobierno y la transparencia.
	Importante	La innovación, reto permanente. Implicación de los empleados en la sociedad con causas sociales.	Seguridad y transparencia en la relación con los clientes. Productos y servicios de máxima calidad. Accesibilidad a los productos de aseguramiento y previsión social. Gestión responsable con el medio ambiente. La función social de la actividad de aseguramiento y previsión social. Fomento de hábitos de salud saludables. Políticas de igualdad. Desarrollo profesional. Políticas de conciliación. El incremento constante de valor para el accionista.
	Creciente	El cumplimiento de criterios medioambientales por parte de los proveedores. Integración laboral.	Mecanismos de diálogo. Formación. El nivel de satisfacción de los canales de distribución. La implicación de los empleados de VidaCaixa Grupo con el medio ambiente en el lugar de trabajo. Criterios de relación con el legislador/Administración.

Temas relevantes relacionados con clientes.
Temas relevantes relacionados con empleados.
Temas relevantes relacionados con sociedad.

Temas relevantes relacionados con medio ambiente.
Temas relevantes relacionados con accionistas.

Alcance

El perímetro del Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 se centra en la actividad de VidaCaixa Grupo, que integra la antigua SegurCaixa Holding y la antigua Adeslas, exceptuando su grupo hospitalario. Los datos reportados cubren la totalidad de la información proveniente de estas sociedades para los años 2009 y 2010, y en el caso de que alguno no estuviera disponible se informa debidamente.

Los datos del citado informe correspondientes al ejercicio 2010 han sido sometidos a revisión externa independiente, mientras que la información de la antigua Adeslas relativa al 2009, que se incorpora por primera vez en el citado informe, no ha sido sometida a revisión externa.

1.2

Principales actuaciones desarrolladas en responsabilidad corporativa

Confianza, Calidad, Dinamismo y Cercanía son los valores de VidaCaixa Grupo

VidaCaixa Grupo establece su modelo de gestión responsable en torno a sus cuatro valores corporativos -Confianza, Calidad, Dinamismo y Cercanía-, este último incorporado tras la integración de Adeslas, los cuales aspira a compartir con sus grupos de interés: empleados, clientes, accionistas, proveedores, entorno ambiental y sociedad.

La responsabilidad corporativa está integrada en la gestión del Grupo y se articula a través de un conjunto de actuaciones que persiguen la mejora constante en su desempeño. En este sentido, y en línea con la actuación desarrollada en los últimos años, durante 2010 VidaCaixa Grupo ha seguido concediendo prioridad a la gestión responsable y a la relación con sus grupos de interés. Este compromiso se ha concretado en las siguientes actuaciones:

- El Grupo ha llevado a cabo dos encuentros con sus grupos de interés: uno con representantes de empresas clientes para conocer sus expectativas respecto al aseguramiento y la previsión social, y otro con expertos en responsabilidad corporativa.



Reunión con expertos en responsabilidad corporativa.

- En línea con el objetivo de promover los principios del PRI entre los proveedores de productos y servicios de inversión de VidaCaixa Grupo, se ha empezado a evaluar la respuesta por parte de este grupo de interés respecto a la acción realizada en 2009. En este sentido, cabe destacar la buena acogida y predisposición por parte de las 22 gestoras de inversiones con las que se dialogó acerca de las prioridades manifestadas por el Grupo y su alineamiento con estos principios. Además, la Compañía ha cumplimentado su primer informe de progreso de los PRI.



- VidaCaixa Grupo ha continuado trabajando para escuchar las preocupaciones de sus clientes y darles respuesta a través de productos y servicios innovadores, dirigidos a cubrir sus necesidades de aseguramiento y previsión social. A lo largo de 2010, la oferta del Grupo se ha ampliado con once nuevos productos.
- Respecto al código ético, que se elaboró y difundió en 2009, se ha procedido en 2010 a trabajar en su adaptación a la realidad del nuevo Grupo, con el objetivo de implantarlo en el 2011 en toda la organización.
- Asimismo, el Grupo ha continuado priorizando la mejora de la calidad del servicio a sus clientes, alcanzando en los ramos de hogar y autos los números 1 y 2, respectivamente, en el ranking elaborado por ICEA en calidad del servicio.
- Uno de los principales retos del proceso de integración al que se ha enfrentado la organización en 2010 ha sido la incorporación de los empleados de Adeslas a VidaCaixa Grupo. Este proceso de integración se ha llevado a cabo a través de un proyecto de gestión de cambio, aplicado en toda la Compañía.
- VidaCaixa Grupo ha lanzado la campaña “Llegó la hora de cuidar al paciente más importante: nuestro planeta” para sensibilizar e involucrar a todos los empleados de servicios centrales, centros médicos y oficinas propias de VidaCaixa Adeslas.
- Colaboración con GAVI Alliance y la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil. Esta colaboración se enmarca en la estrategia de responsabilidad corporativa de VidaCaixa Grupo y ha consistido en destinar a esta causa el presupuesto anual para obsequios navideños. Además, ha hecho extensible la colaboración a los empleados del Grupo y al colectivo de empresas cliente de VidaCaixa Previsión Social.

Clientes

En 2010, VidaCaixa Grupo ha continuado su actuación en línea con los años anteriores, priorizando sus esfuerzos en la gestión sostenible de las inversiones, la mejora del servicio al cliente y el desarrollo de nuevos productos de aseguramiento y previsión social.

Compromiso 2009

Formalizar en el manual de procedimientos criterios de Inversión Socialmente Responsable (SRI) para cualquier tipo de inversión inspirados en el Pacto Mundial sobre Principios de Inversión Responsable (PRI).

Incrementar el objetivo de inversión mínima en SRI en la renta variable del fondo de pensiones de los empleados de "la Caixa".

Mantener un elevado nivel de solvencia.

Confeccionar y documentar los mapas de procesos de VidaCaixa Grupo y de los riesgos y controles asociados.

Progreso 2010

- Se ha evaluado el 100% de la cartera según criterios ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG).
- A lo largo del 2010 se ha cumplimentado la primera encuesta de progreso de los PRI, donde VidaCaixa Grupo da cuenta del seguimiento de los principios.
- Se ha evaluado el *feedback* por parte de los gestores y proveedores de VidaCaixa Grupo respecto a la acción realizada en 2009 con el objetivo de reforzar el circuito SRI de selección externa de activos.

- Se ha incrementado de forma gradual la inversión en SRI.

- VidaCaixa Grupo ha participado en el estudio de impacto cuantitativo de solvencia, QIS 5, cuyo objetivo es determinar los factores que influirán en los nuevos requisitos de capital derivados del proyecto Solvencia II.
- El Grupo ha continuado con el diseño del modelo propio interno para que la medición del riesgo sea más exhaustiva.
- Se ha presentado ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones la presolicitud de modelo parcial interno para su aprobación.

- Se ha finalizado la aplicación de gestión de riesgos y control interno.

Retos de futuro

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

- Consolidar la posición SRI estratégica con incrementos graduales.

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

Compromiso 2009

Seguir ampliando el portafolio de productos y servicios de aseguramiento y previsión social, teniendo en cuenta las necesidades reales de los clientes, derivadas del actual entorno económico.

Seguir introduciendo innovaciones que mejoren la relación con el cliente, ofreciendo soluciones tecnológicas alineadas con sus necesidades reales.

Potenciar la cultura de innovación interna.

Progreso 2010

- La oferta del Grupo se ha ampliado con once nuevos productos, orientados tanto a los ramos de ahorro y planes de pensiones como a los de riesgo, vida y no-vida.

- A lo largo del 2010 se ha trabajado de forma intensa en unificar los sistemas de gestión e información de VidaCaixa Grupo, con el objetivo de funcionar como una única compañía.
- En 2010 se ha llevado a cabo:
 - La elaboración del Plan de Sistemas 2011-2015.
 - Un proyecto de análisis y diseño de la página web para mejorar su usabilidad.
 - Se han realizado cambios en los *newsletter* trimestrales de VidaCaixa Previsión Social.
 - Se ha desarrollado una aplicación para teléfonos móviles que facilita el acceso a distintos servicios por parte de los clientes.
 - Se ha incorporado el e-mailing en las acciones de fidelización y recordatorio para las coberturas de asistencia informática y protección jurídica vinculadas con el producto de la antigua SegurCaixa Holding.

- Se ha recibido un premio a la innovación por SegurCaixa Maps, surgido del programa Innova+.
- Se han aportado 864 nuevas ideas, de las cuales 121 corresponden a VidaCaixa Grupo, un 70% menos que en 2009, y 743 a la red de oficinas de "la Caixa", un 68% más que en el año anterior.

Retos de futuro

- Ampliar los productos y modalidades en el ámbito de la asistencia sanitaria (visión, dental y ambulatorio) y otros seguros (decesos o cobertura de cuota de colegios en caso de paro) para particulares. Desde el punto de vista del segmento de personas mayores, crear nuevos productos: rentas temporales y capitales diferidos.
- Prestar especial atención a las necesidades de los distintos segmentos de clientes.
- Diseñar nuevos productos vinculados a las necesidades de pymes y autónomos, responsabilidad civil y seguro de industria.

- Finalizar la unificación de los sistemas de gestión e información de VidaCaixa Grupo.
- Mejorar la usabilidad de las consultas de productos de seguros en Línea Abierta.
- Mejorar la oferta de servicios y operativas de seguros y previsión para telefonía móvil.
- Poner a disposición de los clientes un teléfono único donde centralizar las consultas, trámites, etc.
- Continuar incorporando las nuevas tecnologías en la comunicación con los clientes: e-mailing, folletos digitales, funcionalidades para telefonía móvil (para los productos de auto, hogar y salud), etc.

- Poner a disposición de todos los empleados de servicios centrales y de la Red territorial, la herramienta web de generación de Ideas y el proceso de análisis de las mismas.
- Reinventar el proceso de innovación, fomentando la generación de ideas relacionadas con el Plan Estratégico y aumentando la calidad de las ideas recibidas, a través de la plataforma de Innovación y Campañas de Incentivación.

Compromiso 2009

Mejorar los instrumentos y la formación interna en el ámbito de la seguridad en el tratamiento de la información confidencial.

- Se han adecuado las medidas técnicas y de seguridad para preservar la intimidad y confidencialidad de los clientes.
- Se ha editado y difundido entre todos los empleados el boletín periódico semestral sobre la normativa en materia de LOPD.
- Se ha desarrollado un documento estándar de cumplimiento de la LOPD, que se facilita a todos los clientes del negocio colectivo que lo solicitan.
- Se ha difundido una carta de condiciones para los mediadores que son miembros de ADECOSE (Asociación Española de Corredurías de Seguros).
- Se ha impartido un curso de formación específico sobre temas de seguridad y confidencialidad a toda la plantilla de la antigua SegurCaixa Holding.
- Se han revisado las cláusulas de tratamiento y cesión de datos de todos los productos de la Compañía para su homogeneización y adaptación a la nueva situación.
- Se ha realizado una nueva Jornada Anual para la Mejora del Paisaje de la Oficina, para dar cumplimiento a los requerimientos de seguridad de ficheros no automatizados.
- Se ha extendido el Reglamento Interno de Conducta de VidaCaixa, S.A. de Seguros y Reaseguros a todas las personas afectadas como consecuencia de la integración de Adeslas.

Progreso 2010

Retos de futuro

- Revisar los contratos de prestación de servicios y vinculación con Documento de Seguridad.
- Realizar la auditoría interna en 2011 sobre temas de seguridad y prueba de los planes de contingencia de los sistemas de seguridad y comunicación de los datos del cliente.
- Revisar las cláusulas de tratamiento y cesión de datos de todos los productos de la Compañía para su homogeneización y adaptación a la nueva situación consecuencia de la futura operación de Mutua Madrileña con VidaCaixa Adeslas, así como por la sustitución de "la Caixa" por CaixaBank.
- Adaptar los sistemas y la normativa interna de la LOPD como consecuencia de la fusión de Adeslas y de la futura operación con Mutua Madrileña.
- Definir una política de comunicación comercial del Grupo Asegurador, con el objetivo de garantizar el cumplimiento de la Ley general de Publicidad.
- Extender el curso de formación sobre seguridad y confidencialidad a toda la plantilla.
- Desarrollar un portal de facturación para Grandes Cuentas.

Continuar mejorando la información a los clientes en los aspectos de claridad y transparencia.

- Como continuidad de la acción iniciada en 2009, se ha implementado la "Guía de Redacción" en el canal de oficinas de "la Caixa".
- Se han llevado a cabo cinco estudios para conocer la opinión y valoración de los clientes respecto a las acciones de comunicación vinculadas a diferentes campañas comerciales.
- El Grupo se adhirió al nuevo documento de autorregulación del sector, "Guía de buenas prácticas en materia de información previa a la contratación en los seguros de salud", promovido por UNESPA.
- Se ha incorporado la imagen corporativa de los Principios para la Inversión Responsable (PRI) y un texto explicativo del significado y alcance de los mismos en toda la información de planes de pensiones dirigida a clientes.
- Se ha implantado el diseño de notas informativas adaptadas al estándar del sector y establecido en la "Guía de buenas prácticas en materia de información previa a la contratación en los seguros Unit Link".
- Se ha implantado el diseño de notas informativas adaptadas al estándar del sector y establecido en la "Guía de buenas prácticas en materia de información previa a la contratación en los seguros de multirriesgos y automóviles".

- Continuar con la realización de los estudios de opinión a clientes.
- Valorar la posibilidad de que el Grupo Asegurador cumpla los requisitos y se adhiera a un organismo de Autocontrol reconocido por el Banco de España.
- Continuar en la misma línea de difusión de los Principios para la Inversión Responsable (PRI).
- Implantar las notas informativas de los seguros de asistencia sanitaria al modelo estándar del sector por parte de VidaCaixa Adeslas.

Compromiso 2009

Continuar desarrollando la accesibilidad a los productos y servicios que ofrece el Grupo a través de la proximidad geográfica, la multicanalidad y la eliminación de barreras físicas y sensoriales.

Accesibilidad a los productos y servicios

Mantener el esfuerzo para medir constantemente la calidad, con el fin de mejorar el nivel de satisfacción de los clientes y canales de distribución.

Satisfacción de los clientes

Progreso 2010

- En los canales presenciales se ha conseguido incrementar la capilaridad territorial mediante la integración de las oficinas propias y centros médicos y dentales de VidaCaixa Adeslas, además de las redes de agentes.
- Respecto al resto de canales no presenciales, se ha ampliado la oferta de productos que se pueden contratar a través del canal telefónico.
- Posibilidad de consulta y contratación de productos a través de la página web de Adeslas, con el servicio telefónico de asesoramiento y contratación "Call Me Now", atendido por un agente telefónico.
- En la página web de VidaCaixa Grupo se han creado nuevos contenidos y se ha rediseñado el menú de seguros, con el fin de facilitar la comprensión de las garantías que ofrecen los productos de seguros y previsión social.
- Se ha avanzado en la mejora de Línea Abierta Web, el servicio de banca *on-line* de "la Caixa", con nueva información para facilitar la comprensión al cliente.
- Se han desarrollado nuevos elementos que otorgan mayor autonomía al canal y facilitan el autoservicio del cliente.
- Todas las campañas de VidaCaixa Grupo que se han llevado a cabo en 2010 para promover el aseguramiento y la previsión social, además de difundirse a través del portal del Grupo, se han comunicado en Línea Abierta Web.
- A través de Línea Abierta Móvil se han llevado a cabo nuevos desarrollos, dirigidos a *smartphones*, facilitando así diversas operativas en planes de pensiones, como la posibilidad de consultar la rentabilidad y las aportaciones realizadas.

- En 2010 se ha mejorado el sistema de encuestas a clientes, con 80.081 encuestas, incrementando un 10% el número de clientes entrevistados respecto a 2009, debido a la incorporación del segmento de salud y al incremento de la actividad experimentada en el resto de ramos.
- El departamento de Calidad unifica, coordina, mide los resultados de todas las encuestas y las difunde internamente.
- VidaCaixa Grupo también mide la calidad de los encuestadores. Se ha superado el objetivo mínimo del 8,5 sobre 10, mejorando así los resultados de 2009.

Retos de futuro

- Ampliar el acceso a productos y servicios aseguradores y de previsión, potenciando la venta cruzada de productos a través de la red de agentes comerciales y la red propia en los centros de VidaCaixa Adeslas.
- Abrir nuevas clínicas dentales para acercar el servicio a más clientes de la geografía nacional.
- Mediante un programa de formación continuada, acercar el producto a las oficinas de "la Caixa", facilitando así a todos los públicos el acceso a información de calidad y transparencia en materia de seguros y previsión.
- Potenciar la cercanía del canal telefónico para ofrecer productos sencillos, asequibles y sin reconocimientos médicos ni control de suscripción, que faciliten el acceso a la contratación inmediata.
- Ampliar el servicio *Call me now* de asesoramiento por agente telefónico a todos los productos de la Web.
- Invertir en mejorar la accesibilidad de las oficinas propias (VidaCaixa Adeslas) para facilitar el acceso y servicio a los clientes.
- Mejorar la oferta de servicios y operativas de seguros y previsión para telefonía móvil como reto permanente.
- Incorporar la gama de seguros al segmento de Banca Personal en el portal Web de "la Caixa".
- También en el entorno portal Web de "la Caixa" y Línea Abierta, se prevé continuar con la mejora de la usabilidad de las consultas de productos de seguros.

- Avanzar hacia un modelo común de seguimiento de la calidad percibida en todos los ramos de la Compañía.
- Iniciar en 2011 la medición de calidad del servicio en reembolsos de salud y revisar la encuesta de calidad para suscripción en salud.
- Mantener un nivel elevado de exigencia a los proveedores en los que se confía la medición de la calidad percibida.

Compromiso 2009

Progreso 2010

Retos de futuro

Satisfacción de los clientes

Seguir reduciendo el tiempo medio de los plazos de espera de las consultas y reclamaciones.

- En 2010, el plazo de respuesta de las peticiones procedentes de la red de oficinas de "la Caixa" se ha situado en 0,78 días, frente a la media de 1,23 días en 2009, y sólo un 0,74% han tenido una contestación fuera del plazo estipulado.
- El esfuerzo realizado por ofrecer el mejor servicio a los clientes en cada uno de los ramos se ha traducido en elevados niveles de satisfacción:
 - Hogar (clientes con siniestro): 93%
 - Negocio (clientes con siniestro): 93%
 - Autos (asistencia): 95%
 - Autos (siniestros): 92%
- Liderazgo en los rankings de satisfacción de clientes elaborados por ICEA para los ramos de hogar y autos.

Profundizar en el modelo de calidad predictivo.

- En el ámbito de los seguros de hogar, se ha continuado trabajando en la centralización del seguimiento de los siniestros mediante sistemas de calidad predictiva, consistentes en facilitar información a los gestores de VidaCaixa Grupo sobre la probabilidad de insatisfacción de un cliente en el tratamiento de su siniestro.

Implantar medidas para la mejora continua del nivel de calidad de servicio.

- El alcance de la certificación ISO 9001 en VidaCaixa Adeslas en 2010 incluye todas las zonas y oficinas propias, además de las oficinas centrales, y las 31 clínicas dentales.
- Se ha extendido la certificación ISO 9001 a los procesos de facturación a clientes y a 12 clínicas dentales más.
- Se ha finalizado la implementación del sistema *customer relationship management* (CRM) para los clientes individuales y colectivos, iniciado en 2009 en la antigua SegurCaixa Holding.
- En los seguros de salud, se ha procedido a la modificación de la periodicidad de la facturación del copago y la eliminación de la caducidad de la tarjeta sanitaria.
- Se ha procedido también a flexibilizar el pago a asegurados en la mayoría de los seguros.
- A lo largo del año 2010, la gestión realizada por los profesionales Contact Center de clientes con seguros de salud ha permitido situar el nivel de calidad en un 8,3 sobre 10, superior al 8,08 del año 2009.

Relaciones con proveedores

Fomentar la concienciación de los proveedores a través de nuevos acuerdos y políticas comunes de sensibilización.

- El Grupo incorpora, en sus contratos con proveedores de servicios generales, una cláusula de cumplimiento de la legislación medioambiental vigente y actúa proactivamente en la difusión de su compromiso a favor de la sostenibilidad.
- La adopción de los principios PRI en la gestión de inversiones supone el análisis de las cuestiones ASG para todos los proveedores de inversión.

- Agilizar la respuesta a consultas y reclamaciones, de tal manera que los clientes reciban la mejor atención en plazo y contenido.
- Avanzar hacia un modelo común de gestión de quejas, sugerencias y reclamaciones en toda la Compañía, que permita recoger, gestionar y utilizar de manera eficiente y homogénea esta vía de entrada de información de clientes.
- Apostar por un modelo de gestión de la calidad que asegure un mismo nivel de estándares de servicio en toda la Compañía.
- Revisar periódicamente el dimensionamiento de los equipos internos y externos para asegurar el mantenimiento del cumplimiento de los niveles de servicio con las peticiones de las oficinas de "la Caixa".

- Continuar con el esfuerzo por medir la calidad percibida de los clientes, desarrollando nuevos modelos predictivos que permitan optimizar esfuerzos y actuaciones.
- Mantener el modelo de asignación de carga de trabajo a los proveedores en función de su desempeño reflejado en las encuestas de calidad.
- Iniciar la distribución de cargas de trabajo para proveedores en el seguro de comercios.

- Certificación ISO 9001 del Proceso de Comisionamiento.
- Flexibilizar el modelo de facturación a clientes.
- Continuar en la Unidad Dental la implantación y certificación del Sistema de Gestión de la Calidad en todas las clínicas propias de nueva apertura o incorporación.
- Potenciar el expediente electrónico y reducir las transacciones de papel a través de la implementación del gestor documental Filenet.

- Mantener el objetivo establecido.

Empleados

En línea con los años anteriores, VidaCaixa Grupo ha mantenido su compromiso por la creación de empleo de calidad y el desarrollo profesional de la plantilla, y aspira a ser cada año un mejor lugar para trabajar.

Compromiso 2009

Progreso 2010

Retos de futuro

Compromiso con el empleo de calidad

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

- Se ha procedido a iniciar el proceso de equiparación de las condiciones laborales de todos los empleados de VidaCaixa Grupo, a través de un nuevo acuerdo global.
- En el año 2010 se han producido 21 movimientos horizontales, 5 más que en 2009, y 38 promociones verticales, de las cuales el 53% corresponden a mujeres.

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



Selección, acogida, retención y satisfacción de los empleados

Continuar con la aspiración de hacer de VidaCaixa Grupo una excelente empresa en la que trabajar.

- Se ha empezado a trabajar en el proceso de unificación del Plan de Acogida para su implantación en toda la organización a largo de 2011.
- Desarrollo de un modelo de conciliación extensible a toda la organización de VidaCaixa Grupo.

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



Formación y desarrollo profesional

Diseñar un nuevo plan de formación.

- Como prueba de la firme apuesta del Grupo por la formación y el desarrollo de los empleados, en 2010 se han realizado un total de 639 acciones de formación, con una participación de 1.555 empleados y más de 49.000 horas impartidas.
- El Grupo ha continuado con el desarrollo de programas personalizados dirigidos a sus Directores de Área y Jefes de Departamento, cuyo objetivo ha sido la mejora de sus competencias y habilidades.
- Se ha desarrollado la formación inicial de los gestores comerciales sobre todos los productos lanzados en 2010.

- Revisar la Política y Normativa Interna de Formación de la nueva entidad.
- Definir e implantar el Plan de Formación 2011.
- Impartir la formación continua a los gestores comerciales en los nuevos productos y en el desarrollo de las habilidades de venta.
- Definir e implantar el programa de gestión del cambio segmentado por colectivos.



Seguir desarrollando el nivel de competencias de conocimiento de la plantilla para incrementarlo y mejorarlo.

- Se ha incrementado el nivel de competencias de conocimiento, en el ámbito de la antigua SecurCaixa Holding, hasta el 84%.

- Analizar, definir e iniciar la implementación de un proyecto que permita desarrollar las capacidades organizacionales necesarias para la consecución del Plan Estratégico.
- Rediseñar el Sistema de Gestión de competencias para implantarlo en la globalidad de los servicios centrales.



Compromiso 2009

Progreso 2010

Retos de futuro

Diálogo, participación y comunicación

Fomentar una cultura participativa en la que los empleados puedan aportar sus opiniones, sugerencias e ideas, facilitando los canales adecuados para ello.

- Se ha realizado un Plan de Comunicación Interna para difundir a toda la plantilla los objetivos y proyectos vinculados al nuevo Plan Estratégico 2011-2015.
- Se han organizado diversos *road shows* para difundir temas puntuales relacionados con la integración del Grupo, como por ejemplo: la política retributiva y el proyecto de venta cruzada de productos a clientes.
- Se ha creado el Programa Comunic@, a través de workshops dirigidos a los mandos intermedios para que la comunicación interna sea eficaz.
- Se ha celebrado la I Convención de Directivos.
- Se ha puesto en marcha el programa One to One, con el objetivo de identificar las expectativas de los empleados del Grupo con respecto al proceso de integración.
- Se han publicado dos números de la revista interna *Área Informativa*.
- Se ha puesto a disposición de los empleados los canales de comunicación interna telemáticos (radio y Lotus Notes).
- Buzón de sugerencias y canal de ideas.
- Se han realizado numerosas comunicaciones corporativas, que el Grupo envía a todos los empleados a través del correo electrónico.
- Se ha consolidado la herramienta VCPS como uno de los principales canales de comunicación interna para el equipo de empresas y colectivos.

- Diseñar una Intranet corporativa para VidaCaixa Grupo que abarque toda la estructura de la nueva compañía.
- Desplegar el Cuadro de Mando Integral a todos los niveles (General, Específico y Personal) a los servicios centrales del nuevo Grupo, facilitando así la comunicación de la estrategia y su materialización a través de los objetivos individuales y departamentales.
- Implantar el Plan de Comunicación Interna, apalancada en la Intranet corporativa de la nueva Compañía.

Mecanismos de compensación, ventajas y beneficios sociales*

- En 2010, no se ha procedido a la unificación de criterios en los mecanismos de compensación. Se ha seguido funcionando con los sistemas de remuneración de la antigua SegurCaixa Holding y de Adeslas, por separado.

- Definir una única política retributiva.
- Hacer extensivo a toda la plantilla el sistema de retribución variable como herramienta de compensación y de alineamiento con los objetivos estratégicos de la Compañía y de cada unidad organizativa.
- Completar la homogeneización de los mecanismos de compensación.

* Nota: No se evalúa el progreso en este apartado, debido a que se han aplazado los objetivos para el 2011 a causa de la integración de Adeslas.

Compromiso con los derechos laborales

Compromiso 2009

Mantener la continuidad del Plan Familia.

Cumplir con los derechos colectivos de los empleados.

Progreso 2010

- Se ha dado continuidad al Plan Familia, en colaboración con la Fundación Adecco, para facilitar a los familiares con discapacidad de los empleados de VidaCaixa Grupo orientación y ayuda que facilite su integración social y laboral.
- Se ha continuado con el proyecto Discatel, que hace posible que personas con problemas de movilidad puedan trabajar en el Contact Center desde casa.

- No se ha producido ninguna incidencia ni denuncia de los empleados por cuestiones relacionadas con la libertad de asociación ni con el proceso de negociación colectiva.
- Cumplimiento de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

Retos de futuro

- Extender el Plan Familia al nuevo colectivo proveniente de la antigua Adeslas.
- Migrar el 70% de la actividad del Contact Center a SERTEL, Centro Especial de Empleo, con un 70% de empleados con discapacidad.

- Negociar y acordar con la RLT un alcance homogéneo de los beneficios sociales (condiciones laborales) para los empleados en la nueva entidad.
- Desarrollar acciones preventivas.



Sociedad

Más allá de la colaboración indirecta en las actividades que desarrolla la Obra Social de "la Caixa", a través de la contribución que VidaCaixa Grupo realiza al resultado económico del Grupo "la Caixa", cabe destacar la actividad de prevención para la salud, la involucración de los empleados a nivel social, la presencia institucional lograda y la función social propia que desempeña su actividad de aseguramiento y previsión.

Compromiso 2009

Contribuir a la difusión sobre la importancia de la previsión y el aseguramiento entre los ciudadanos y las empresas, y al diálogo con los grupos de interés.

Progreso 2010

- VidaCaixa Previsión Social ha puesto en marcha el blog "Gana tu futuro", al cual se accede desde la dirección www.vidacaixaprevisionsocial.com
- Para fomentar el diálogo con los grupos de interés, VidaCaixa Previsión Social realizó un encuentro con responsables de Recursos Humanos y Responsabilidad Corporativa, con el objetivo de conocer su opinión sobre los productos de previsión social en las empresas y su utilidad como instrumentos para afianzar la gestión de los recursos humanos.
- En el mes de octubre se organizó por tercera vez el Foro de Comisiones de Control, promovido por la Comisión de Control del Plan de Pensiones de Empleados de "la Caixa".
- Convocatoria del III Premio VidaCaixa-Seguros - Universidad de Barcelona (UB).
- En el año 2009 se patrocinó la V Edición del Premio Edad & Vida, cuya investigación "Valores, actitudes y comportamiento de los ciudadanos españoles respecto a las necesidades de ahorro y previsión para la jubilación" se ha desarrollado durante el 2010.
- Desde VidaCaixa Grupo se ha seguido fomentando la participación activa de los directivos y mandos intermedios en instituciones del sector del aseguramiento y la previsión social, a través de conferencias y ponencias.
- Se ha puesto a disposición de los asegurados tres nuevos planes de prevención y de cuidados a través de la web corporativa de Adeslas, www.adeslas.es, y el portal de prevención www.prevencion.adeslas.es.

Retos de futuro

- Continuar promoviendo el estudio y la difusión de la previsión y el aseguramiento.
- Dialogar con el Grupo de interés de empresas y corporaciones en torno a la previsión social empresarial en el marco de la Responsabilidad Corporativa.
- Patrocinar y organizar diversos actos de difusión y promoción de la previsión social empresarial.
- Incluir acciones de promoción de la salud a los miembros de mutualidades del Estado, a través de los planes de prevención de cáncer de mama y de cuello de útero.
- Enviar recordatorio de mamografía preventiva y/o recordatorio de citología.
- Llevar a cabo acciones de formación y de concienciación sobre el cáncer.
- Incrementar la presencia en Redes Sociales.
- Desarrollar acciones de promoción en el ámbito de la salud infantil, específicamente en diabetes, obesidad y asma.
- Introducir nuevos planes de prevención.
- Crear un área personal en la web para introducir datos, con posibilidad de seguimiento por un coach/médico en planes de cuidados.
- Difundir consejos de prevención en el *Newsletter* del Club Adeslas.
- Fomentar los encuentros con médicos a través de charlas y eventos, en colaboración con laboratorios, colegios de médicos, etc.
- Continuar la colaboración con el Instituto para el Desarrollo e Integración de la Sanidad (IDIS): participando en las plataformas de comunicación creadas para dar a conocer el instituto (*newsletter*, *web...*), apoyando en las acciones informativas para los diversos sectores de la población (congresos, seminarios...) y favoreciendo el establecimiento de acuerdos de colaboración con entidades, grupos estratégicos y medios de referencia.

Compromiso 2009

Alcanzar la madurez del proyecto Retorn, llevando a cabo nuevas actividades en los ámbitos de personal, medio ambiente y sociedad.

Adherirse a iniciativas que contribuyan a la mejora en responsabilidad corporativa de VidaCaixa Grupo.

Progreso 2010

- A lo largo de 2010 se han realizado un total de 16 actividades, en colaboración con 15 organizaciones sociales y medioambientales, y con una contribución de 51.389 euros.

- VidaCaixa Grupo, en 2009, se sumó a la iniciativa de la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil, promovida por "la Caixa" y GAVI Alliance. En 2010, y por segundo año consecutivo, se ha aprovechado la Campaña de Navidad para informar a los clientes de dicha iniciativa, destinándose a esta causa el importe equivalente del presupuesto reservado a regalos navideños.
- Difusión de los Principios de Inversión Responsable entre los gestores de carteras de inversión y, en general, entre todos los agentes implicados.

Retos de futuro

- Potenciar la involucración de los empleados en la sociedad a través de Retorn.

- Avanzar en el desempeño a través de los principios del Pacto Mundial y de los Principios de Inversión Responsable.

- Mantener el enfoque social en los obsequios navideños del Grupo.



Medio ambiente

El compromiso con el medio ambiente está integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo y en el comportamiento de sus empleados, que son una pieza clave de la mejora en el desempeño.

Estrategia y gestión del impacto ambiental

Compromiso 2009

Mantener y potenciar el consumo energético responsable a través de nuevas iniciativas.

Profundizar en la medición de la huella de carbono de partida para reducirla.

Mejorar el tratamiento aplicado a los residuos generados.

Reforzar la comunicación de sensibilización medioambiental.

Progreso 2010

- Se ha continuado con el proceso, iniciado en 2008, de racionalización de los equipos de impresión de los servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding en Barcelona y Madrid.
- Se han instalado nuevas unidades de videoconferencia para facilitar la comunicación a distancia y evitar desplazamientos, contribuyendo así a una mayor eficiencia y un menor impacto sobre el medio ambiente.

- En 2009 se procedió a realizar el cálculo de partida de la huella de carbono de VidaCaixa Grupo. Con motivo del proceso de integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo, las acciones de continuidad para mejorar el impacto se han desplazado a 2011.

- Se ha celebrado una nueva Jornada para la Mejora del Paisaje de Oficina en los servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding, a través de la cual –y con la participación de los empleados– se ha conseguido recoger 1.781 kilos de papel, un 45% menos que en 2009.
- Se ha procedido, de lunes a jueves entre las 23:00 h y las 6:00 h, al cierre de la luz del letrero de VidaCaixa Grupo situado en lo alto del edificio de servicios centrales de Barcelona.
- La cantidad de papel reciclado en 2010 se ha incrementado 7 puntos porcentuales respecto a 2009.

- Se ha lanzado en 2010 la campaña “Llegó la hora de cuidar al paciente más importante: nuestro planeta” para sensibilizar a todos los empleados de servicios centrales, centros médicos y oficinas propias de VidaCaixa Adeslas.
- VidaCaixa Grupo ha seguido sensibilizando a los empleados de servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding en Barcelona y Madrid en el uso responsable de la energía en el centro de trabajo.

Retos de futuro

- Continuar implementando medidas para reducir el consumo energético.
- Potenciar el uso de la videoconferencia.
- Realizar nuevas campañas y comunicaciones de sensibilización para reducir las emisiones de los desplazamientos de los empleados a su lugar de trabajo.

- Estudiar medidas para reducir la huella de carbono.

- Celebrar una nueva Jornada para la Mejora del Paisaje de Oficina.
- Mantener la implementación de medidas dirigidas a reducir el volumen de residuos generados.

- Continuar con la política de sensibilización de los empleados de VidaCaixa Grupo.

1.4

Reconocimientos y premios

El compromiso de VidaCaixa Grupo con la gestión responsable se traduce en una mejora de la percepción por parte de los grupos de interés. En este sentido, VidaCaixa Grupo ha aparecido en el lugar 47º del Ranking General de Empresas del estudio MERCO, que evalúa la reputación de las principales empresas del país. VidaCaixa Grupo ha sido la segunda empresa que más posiciones ha escalado en esta última edición, pasando de la posición 90 a la 47.

También fruto del esfuerzo innovador y la buena gestión de sus productos y servicios, VidaCaixa Grupo ha sido galardonada en 2010 con diversos premios que reconocen su excelente labor.

- En el marco de la Primera Edición de los Premios Ejecutivos Catalunya, fueron otorgados el Premio a la Mejor Trayectoria Profesional al Presidente de VidaCaixa Grupo, Ricardo Fornesa, y el Premio Servicio al Cliente al Director General de VidaCaixa Grupo, Mario Berenguer.
- Morningstar y “elEconomista” entregaron a VidaCaixa el Premio al Mejor Plan de Pensiones de Renta Fija por su producto “PlanCaixa Ambición”. Esta categoría concentra el 42% del patrimonio total gestionado en planes de pensiones en España. Entre los aspectos más destacados que explican su elección, se encuentra el mantenimiento de la rentabilidad del producto en los cinco últimos años y el haber logrado rentabilidades superiores a las de productos similares de la competencia en al menos tres de los cinco últimos años.
- Asimismo, VidaCaixa Grupo ha obtenido también los premios a la Mejor Gestora de Planes de Pensiones de Renta Fija y de Renta Mixta, otorgados por el diario *Expansión* y la consultora financiera Interactive Data. Del mismo modo, el Plan de Pensiones “PlanCaixa Ambición” fue reconocido también como Mejor Plan de Pensiones de Renta Fija del año 2010. Éste es el tercer año consecutivo que VidaCaixa Grupo consigue 3 de los 6 premios otorgados a planes y gestoras de pensiones.



Entrega de premios del diario *Expansión*.

- En el ámbito de la calidad, el Contact Center de clientes de Adeslas ha mejorado el índice de satisfacción, obteniendo una valoración de 8,30 sobre 10 en 2010. Esta aspiración por lograr la mejora de la satisfacción del cliente ha sido reconocida con el Premio al Mejor Servicio de Fidelización y Retención, en la categoría de Excelencia de la Atención Telefónica, en la 1ª Edición de Premios Contact Center, organizada por la revista *Contact Center*.

- Por último, fruto del esfuerzo constante en innovación, VidaCaixa Grupo ha sido galardonada con el II Premio a la Innovación, que concede ICEA. Este reconocimiento ha sido al desarrollo de una aplicación para la localización y seguimiento de los siniestros de hogar, que ofrece información geográfica cuando se reporta un siniestro. Esta aplicación mejora la capacidad de reacción ante hechos relevantes que pueden afectar a más de una vivienda o asegurado, anticipándose –en los casos en que esto es posible– a la propia declaración del siniestro por parte del cliente. Además, permite conocer el impacto que un fenómeno meteorológico de gran magnitud puede suponer sobre la gestión de VidaCaixa Grupo y facilita el proceso de peritación.



Entrega de Premios a la Innovación de ICEA.



2

Relaciones con los clientes

2.1

Productos innovadores y sostenibles de aseguramiento y previsión

Una sólida base de clientes

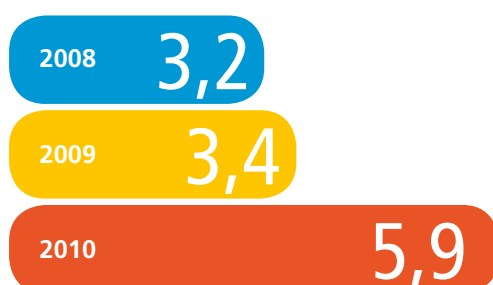
5,9 millones de clientes, un 74% más que en 2009, han depositado su confianza en VidaCaixa Grupo

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

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

Evolución del número de clientes de VidaCaixa Grupo

millones



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

Distribución de los clientes de VidaCaixa Grupo

2010

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

Distribución del número de clientes empresas y colectivos

2010

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

Productos enfocados a las necesidades de los clientes

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

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

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

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

Diseño de productos específicos para cada segmento de clientes

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

Sume ideas para llegar al futuro que usted decida

PlanCaixa Tándem A medida

Banca Personal

la Caixa

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Entre las coberturas más importantes destacan:

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

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



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

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

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

multiSeguros

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

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

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

Una cultura orientada a la innovación y al servicio al cliente

Tecnología al servicio del cliente

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

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

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

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

SegurCaixa Holding
Grupo Asegurador

SegurCaixa Móvil

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



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

Cómo funciona

Móvil

Enviar

SegurCaixa Holding
Grupo Asegurador

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

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

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

Vida
Orientación médica.

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

Repatriación
Consulta y gestión de los trámites de repatriación.

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

Desde el Extranjero
Solicitud de asistencia desde el extranjero.

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

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

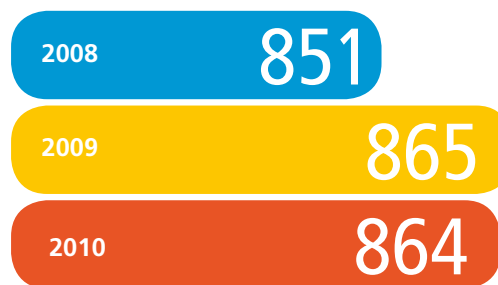
La innovación, una apuesta permanente

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

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

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

Número de ideas recibidas



SegurCaixa Maps, una idea práctica para el cliente

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

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

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

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



2.2

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

El origen de los PRI y su situación actual en España

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

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

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

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

VidaCaixa Grupo realiza una gestión solvente de sus inversiones

Solvencia y cultura de control

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3

Seguridad y transparencia en la relación con los clientes

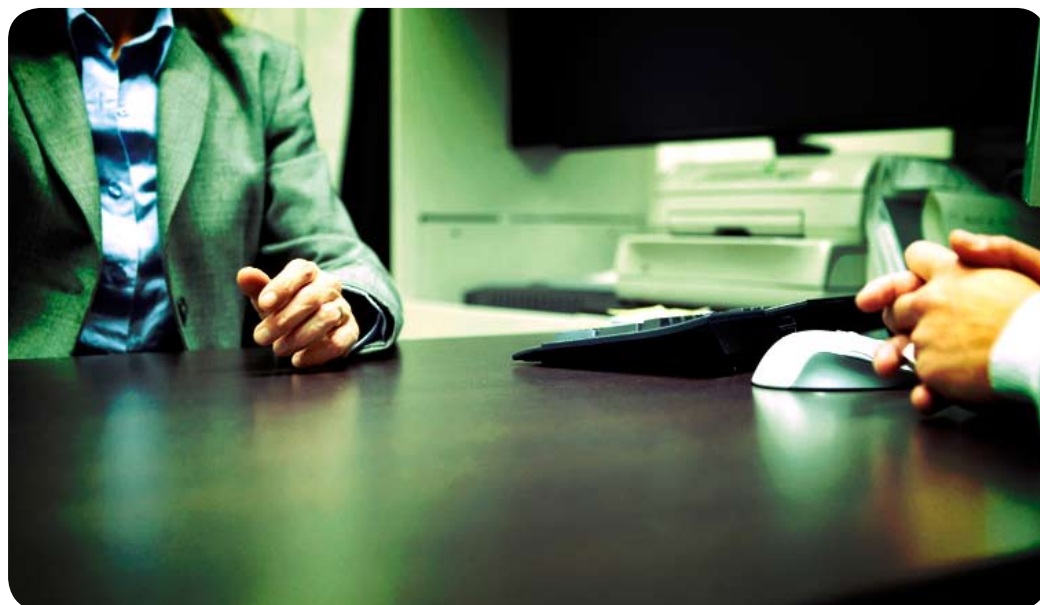
VidaCaixa Grupo ha continuado mejorando los mecanismos que garantizan la seguridad y la transparencia hacia sus clientes

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

Intimidad y confidencialidad en la información al cliente

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

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



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

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

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

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

Ética y transparencia de la información comercial

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

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

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

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

En este ámbito cabe mencionar que VidaCaixa Grupo, además de cumplir con la normativa sobre publicidad y protección de los consumidores, asume los códigos de autocumplimiento, como el Código General de Conducta Publicitaria de las Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO).

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

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

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

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

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

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

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

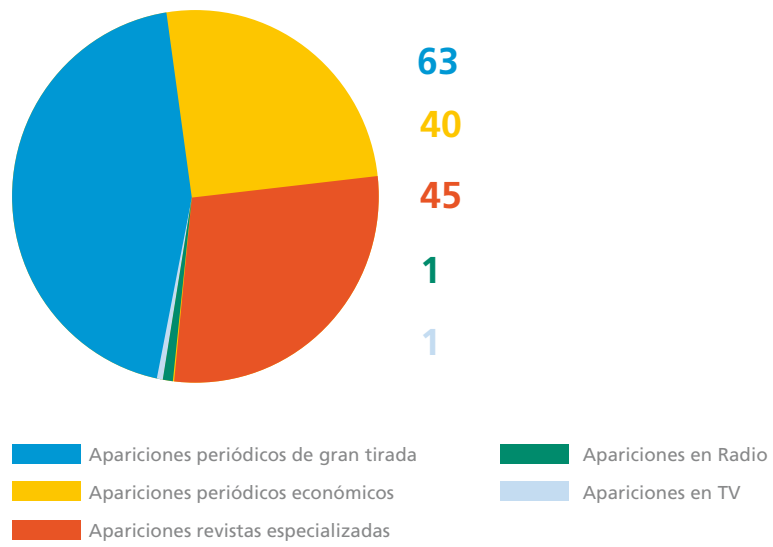
Por último, y tras la adhesión a los Principios para la Inversión Responsable (PRI), VidaCaixa Grupo se ha comprometido con su cumplimiento y difusión. Para ello, ha incorporado la imagen corporativa de los PRI y un texto explicativo del significado y alcance de los mismos en toda la información de planes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

Algunos ejemplos de mejora de la transparencia en la información

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

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

Apariciones en los medios de comunicación



Rueda de prensa de VidaCaixa Grupo.

2.4

Accesibilidad a los productos y servicios

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

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

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

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

Bancoaseguradores con gestión multicanal

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

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



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

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

Cabe destacar también la existencia de la página web de VidaCaixa Grupo, www.vidacaixa.com y, desde hace dos años, la página web específica de previsión social, www.vidacaixaprevisionsocial.com.

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

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

Eliminación de barreras físicas y de comunicación

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

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

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

2.5

Satisfacción de los clientes

Satisfacción basada en un excelente producto y servicio

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

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

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



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

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

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

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

La atención a los clientes afectados por siniestros en el hogar

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

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

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

Introducción de mejoras en la gestión de siniestros del automóvil

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

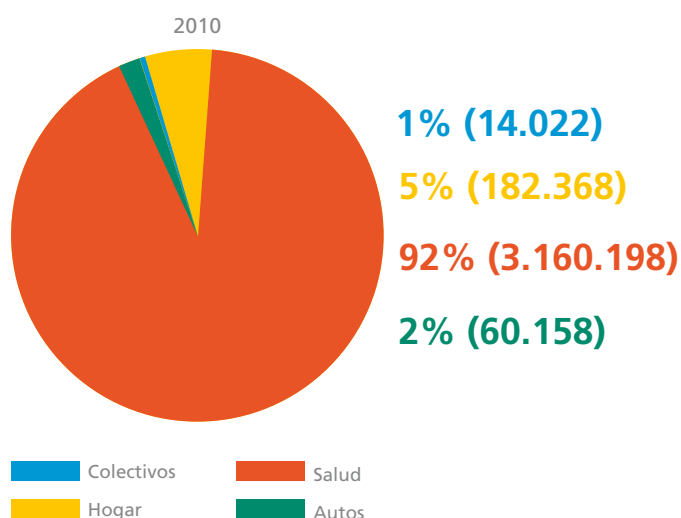
- Se ha reducido el tiempo de peritación en la red de talleres colaboradores, introduciendo en algunas reparaciones el servicio de fotoperitación, que permite en menos de 24 horas dar respuesta al taller e iniciar antes la reparación del vehículo.
- Se ha extendido la plataforma tecnológica que gestionaba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

Atención multicanal al cliente

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

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

Distribución de llamadas por ramo de negocio



El Contact Center para clientes con seguro de salud

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

Buzón de sugerencias

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

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

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

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

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

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

La gestión y la medición de la calidad

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

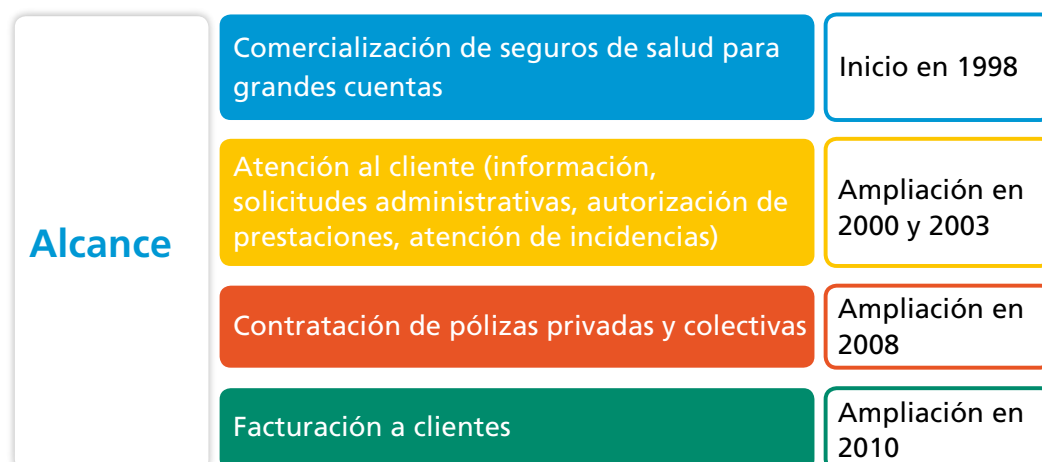
El liderazgo de VidaCaixa Grupo se debe en gran medida a la calidad de los productos que comercializa y el alto nivel de servicio que ofrece a sus clientes. Esta vocación por la excelencia es asumida por toda la organización y está integrada en los procesos de trabajo y en la relación que mantiene con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

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

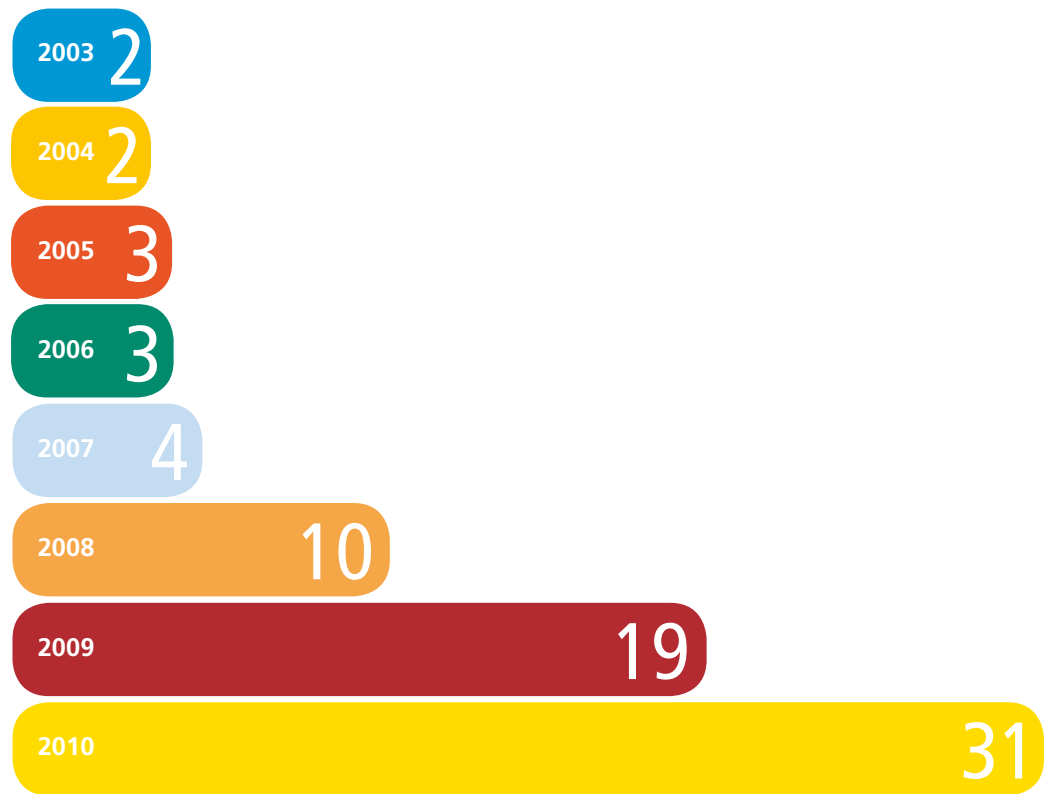
En este año 2010, VidaCaixa Grupo también ha avanzado en los aspectos de gestión y medición de la calidad. Respecto a la gestión cabe mencionar, en el ámbito de la salud, la renovación de la certificación ISO 9001 en los siguientes ámbitos: los procesos de comercialización de seguros de salud para grandes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

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

Certificación ISO 9001: Negocio de salud



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



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

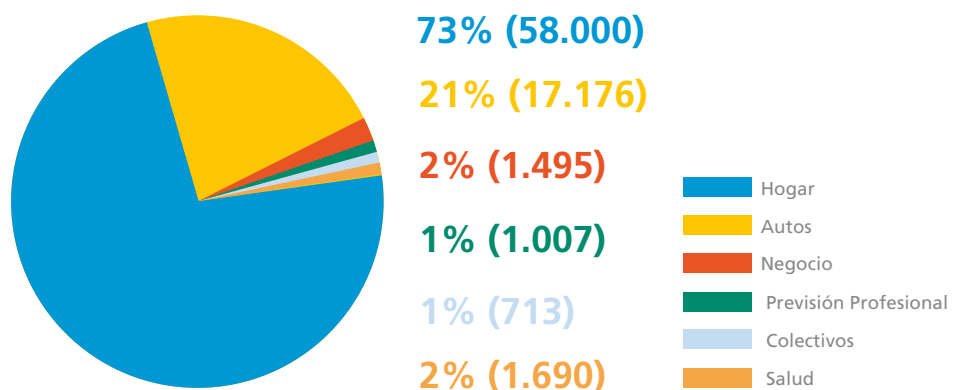
También en 2010 se ha mejorado el sistema de encuestas a clientes y se ha incrementado el número de clientes entrevistados respecto a 2009, debido a la incorporación del segmento de salud y al incremento de la actividad experimentada en el resto de ramos.

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

Número de encuestas de satisfacción realizadas a clientes



Encuestas realizadas por ramo de negocio en 2010



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

Seguros de hogar

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

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



Seguros de automóvil

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

Seguros de salud

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

Otros seguros

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

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

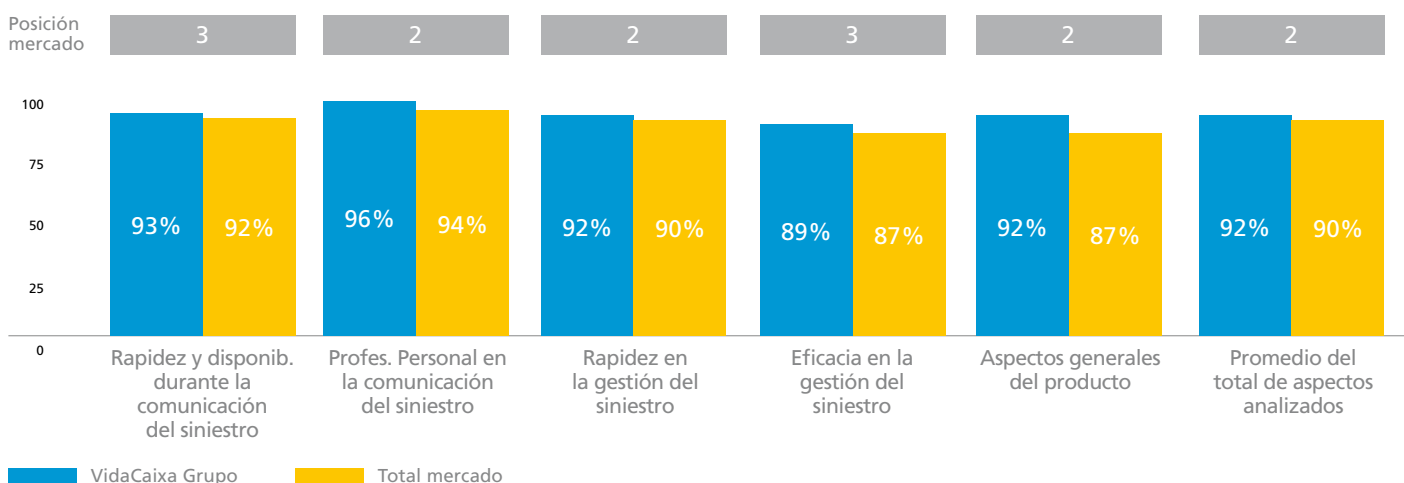
Reconocimiento de la gestión de la calidad	2010
Hogar	92,6%
Negocio	92,8%
Asistencia Autos	95,1%
Siniestros Autos	92,3%
Empresas	95,3%
Previsión Profesional	82,9%
Salud	92,4%

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

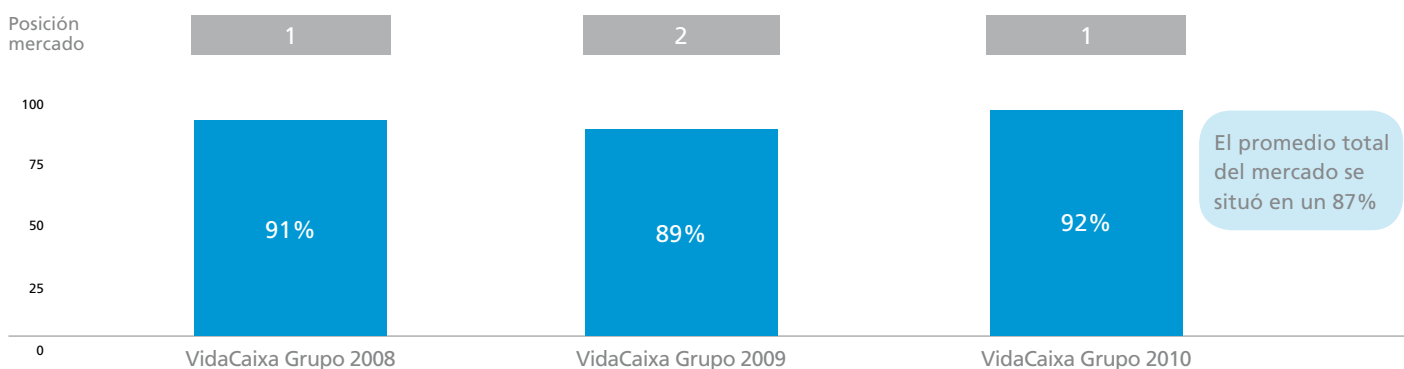
Además de las encuestas efectuadas internamente, ICEA, la entidad que realiza las estadísticas del sector de seguros, también lleva a cabo encuestas de calidad a clientes atendidos por siniestro. VidaCaixa Grupo ha participado y, un año más, ha obtenido excelentes valoraciones.

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

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



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



VidaCaixa Grupo también mide la calidad de los encuestadores

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

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

Canales de escucha activa con el cliente

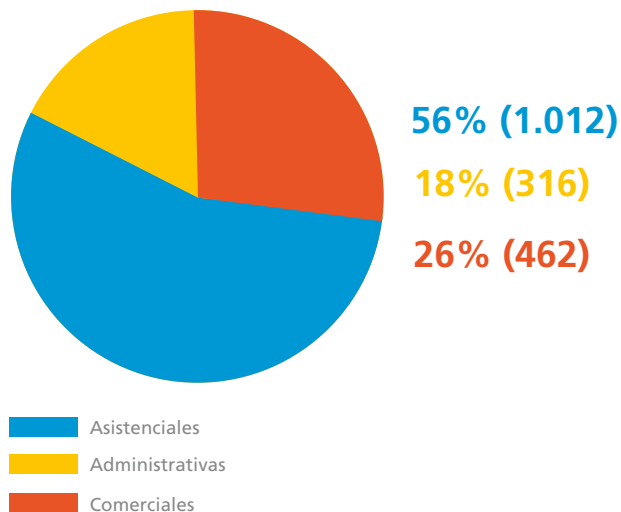
Entre los mecanismos de diálogo que VidaCaixa Grupo pone a disposición de sus clientes, destacan las cartas al Director General, el correo electrónico y el teléfono de Atención al Cliente (gratuito) para dar respuesta a incidencias y reclamaciones. También existe la figura del Defensor del Cliente de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

Oficina de atención al cliente

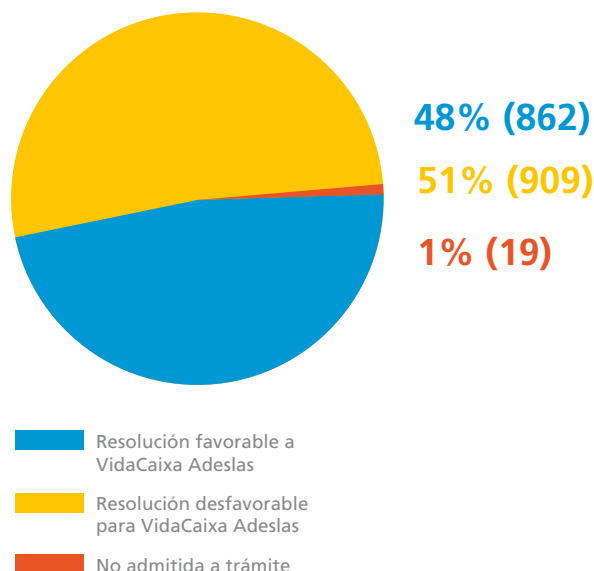
El cliente de VidaCaixa Adeslas dispone, aparte de la posibilidad de remitir sus quejas y reclamaciones vía e-mail, correo y teléfono a la Compañía, del Departamento de Atención al Cliente, conforme estipula la ley ECO/734/2004.

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

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



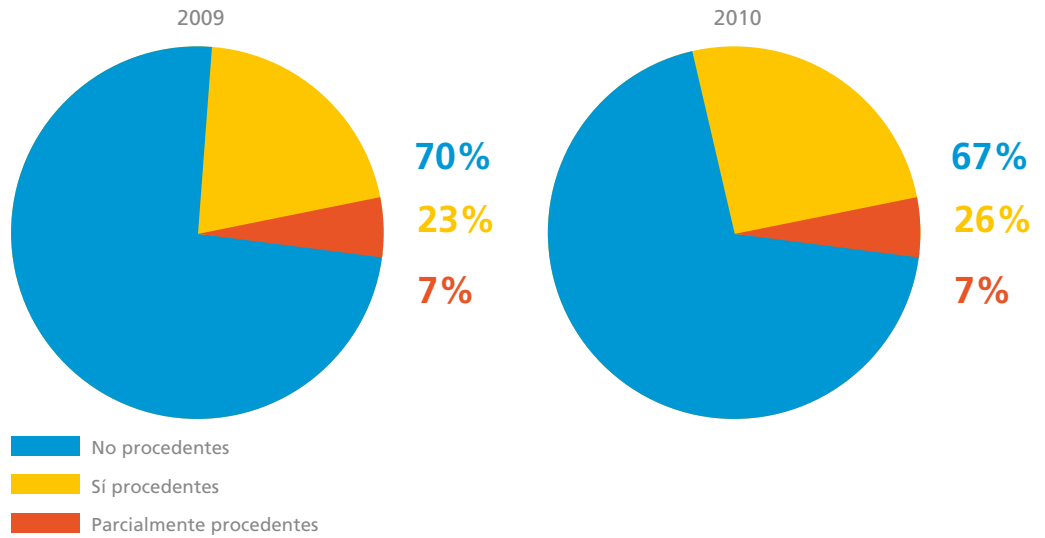
Resolución de las reclamaciones tramitadas en la oficina de atención al cliente en 2010



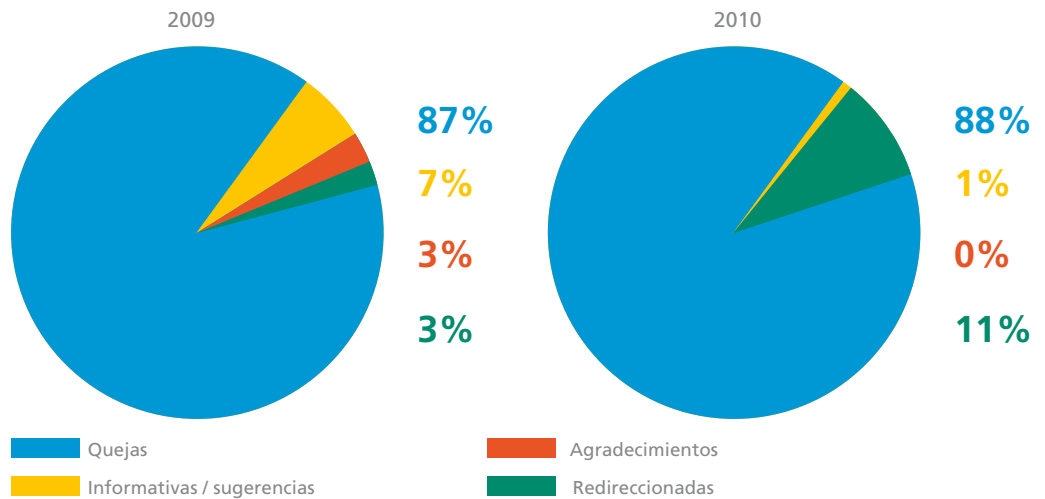
Cartas al Director

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

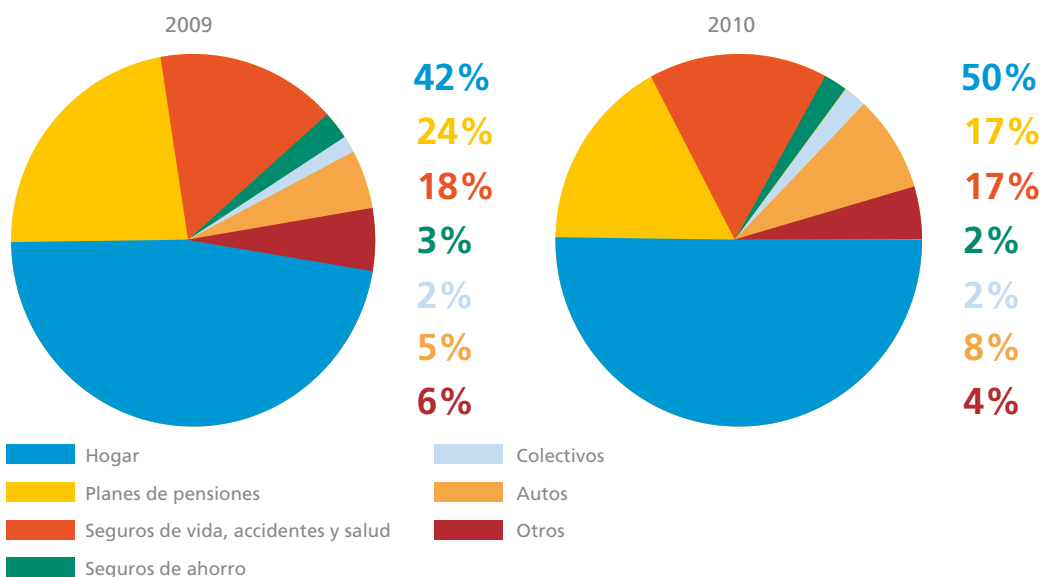
Resolución de las cartas al Director tramitadas



Tipología de cartas al Director recibidas



Total cartas al Director recibidas por producto

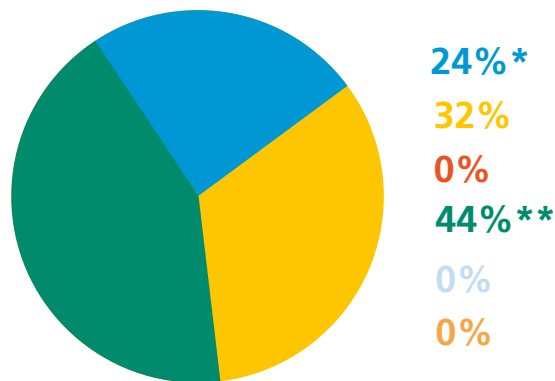


Defensor del Cliente

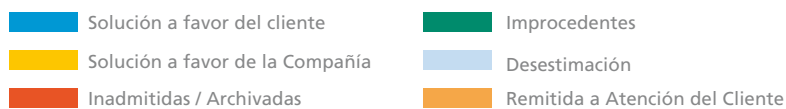
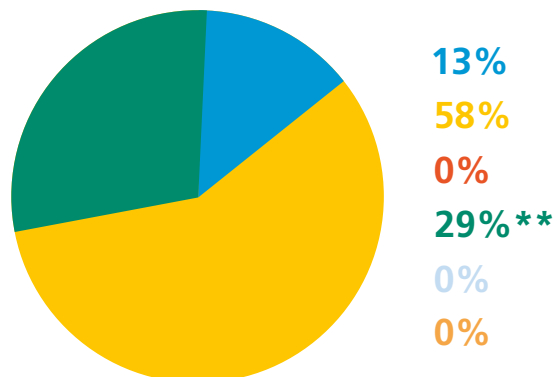
Los clientes de VidaCaixa Grupo disponen del recurso del Defensor del Cliente de las cajas de ahorro catalanas, cuyas decisiones son vinculantes para las entidades, pero no para los asegurados.

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

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



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



* Nota: Están incluidas las estimatorias total y parcialmente.

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

2.6

Relaciones con proveedores

Marco de relación

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

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

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

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

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

Criterios sociales y medioambientales de cumplimiento por parte de los proveedores

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

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

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

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

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

Proveedores de asistencia en el seguro del hogar

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

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

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

Proveedores de asistencia en el seguro de salud

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

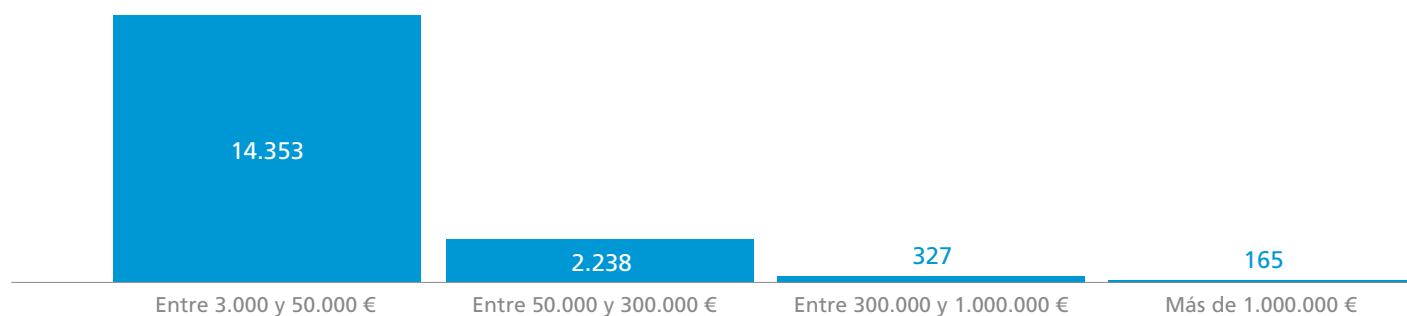
En el ámbito de la asistencia del seguro de salud, VidaCaixa Adeslas cuenta con más de 30.000 profesionales de la salud, 1.580 centros de atención médico asistencial y 269 centros hospitalarios implementados. Con el ánimo de ofrecer la mejor calidad de servicio a los asegurados, VidaCaixa Adeslas valora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



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

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

en número



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



3

Relaciones con los empleados

3.1

Los empleados de VidaCaixa Grupo, el principal activo de la Compañía

Gracias al esfuerzo de todos los empleados, VidaCaixa Grupo ha logrado convertirse en líder en los segmentos de previsión social complementaria y de salud

Uno de los principales retos del proceso de integración al que se ha enfrentado la organización en 2010 ha sido la incorporación de los empleados de Adeslas a VidaCaixa Grupo.

Dos formas de hacer y trabajar que han llevado al Grupo al liderazgo en los segmentos de previsión social complementaria y de salud.

El esfuerzo de todos los empleados para abordar con éxito el proceso de integración ha permitido situar a VidaCaixa Grupo en la mejor de las posiciones para lograr convertirse en referente del mercado asegurador español, con una oferta multiramo, multisegmento y multicanal.

La integración de las personas, una prioridad

Con la integración de Adeslas, VidaCaixa Grupo se ha consolidado como uno de los principales grupos aseguradores por volumen de empleo en España, con un total de 2.634 profesionales.

Este proceso de integración se ha llevado a cabo a través de un proyecto de gestión del cambio, aplicado en toda la Compañía, que se ha articulado en torno a 5 ejes del Plan Estratégico, y sobre los que se han desarrollado 14 líneas de actuación con acciones concretas que persiguen los siguientes objetivos:

- Alcanzar la visión y los objetivos establecidos.
- Fortalecer el compromiso.
- Asegurar la implantación efectiva del proyecto.
- Garantizar la sostenibilidad del nuevo modelo.
- Consolidar el liderazgo.

Para alcanzar los objetivos anteriores y dar a conocer el proceso de integración a toda la plantilla, se han desarrollado un conjunto de iniciativas para informar, recoger las opiniones, identificar las expectativas y resolver las dudas de los empleados.

- *Roadshows* informativos.
- Programa One to One.
- Programa Comunic@.
- *Newsletter* ¡Conéctate!.

Por otra parte, a lo largo del año 2010, se ha procedido a iniciar el proceso de equiparación de las condiciones laborales de todos los empleados de VidaCaixa Grupo, a través de un nuevo acuerdo global, que se irá aplicando gradualmente a partir del año 2011.



Apuesta por el empleo de calidad

Estabilidad y calidad en el empleo, pluralidad, compromiso y juventud son los rasgos que definen el equipo profesional de VidaCaixa Grupo

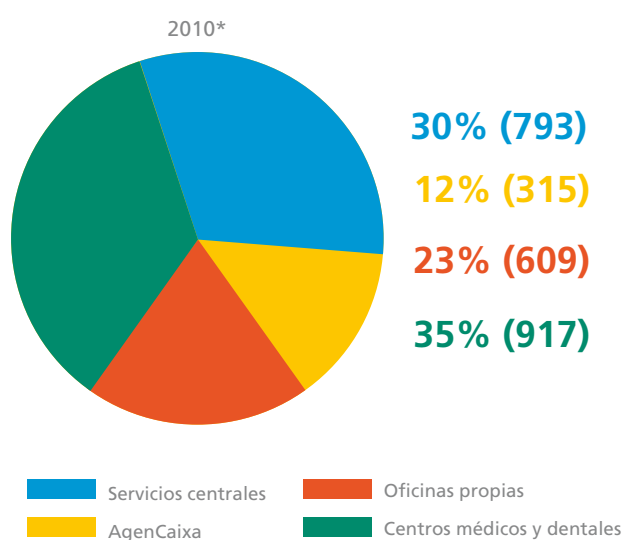
La firme apuesta por el empleo y el crecimiento profesional de sus empleados ha estado presente a lo largo de la historia de VidaCaixa Grupo, siempre en paralelo al desarrollo del negocio.

Con la integración de Adeslas, la plantilla de VidaCaixa Grupo se ha situado, a fecha 31 de diciembre, en 2.634 empleados. Del total de la plantilla, 793 corresponden a servicios centrales y 315 a AgenCaixa –un equipo de gestores comerciales especialistas en el segmento de pymes y autónomos–, 609 desarrollan su labor en las oficinas propias y 917 en los centros médicos y dentales. Estos dos últimos conjuntos provienen de la integración de Adeslas.

Los rasgos que definen el equipo profesional de VidaCaixa Grupo se han reforzado con la integración de Adeslas:

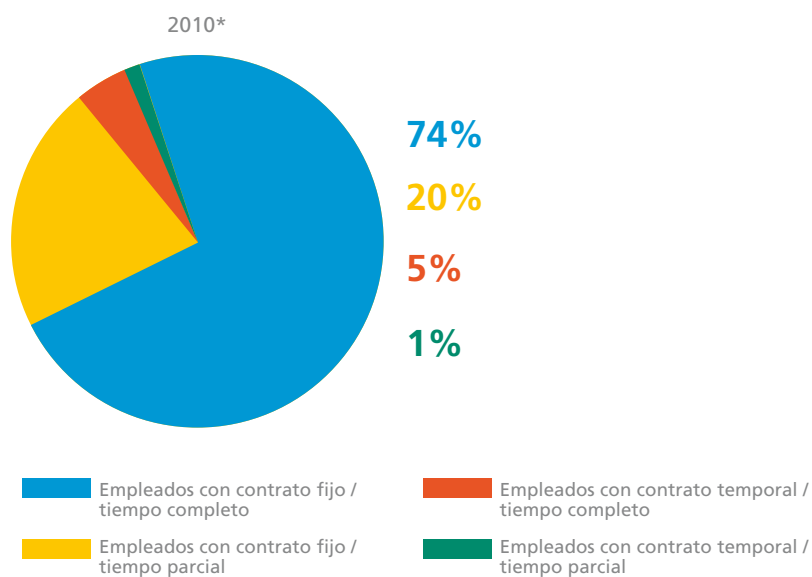
- **Estabilidad y calidad en el empleo:** En el caso de servicios centrales y AgenCaixa tienen contrato indefinido un 99%, siendo un 94% de los empleados en el conjunto de la Compañía.
- **Pluralidad:** Un 70% de la plantilla son mujeres, lo que supone un 4% más respecto al año 2009. Un 24% del equipo directivo y de los mandos intermedios son también mujeres. Cabe destacar, además, la existencia de un total de 42 nacionalidades distintas en VidaCaixa Grupo.
- **Compromiso:** La vinculación laboral media de los directivos de VidaCaixa Grupo es de 16 años, de 10 para los empleados de servicios centrales, de 8 para los empleados de AgenCaixa, de 13 para los empleados de oficinas propias y de 3 para los empleados de centros médicos y dentales. La rotación no deseada para los empleados de servicios centrales, AgenCaixa y oficinas propias es muy baja, situándose en el 2,1%, el 0,6% y el 1,2% respectivamente. En el caso de los centros médicos y dentales, es del 14%.
- **Juventud:** La edad media de la plantilla se sitúa en los 39 años.

Distribución de la plantilla

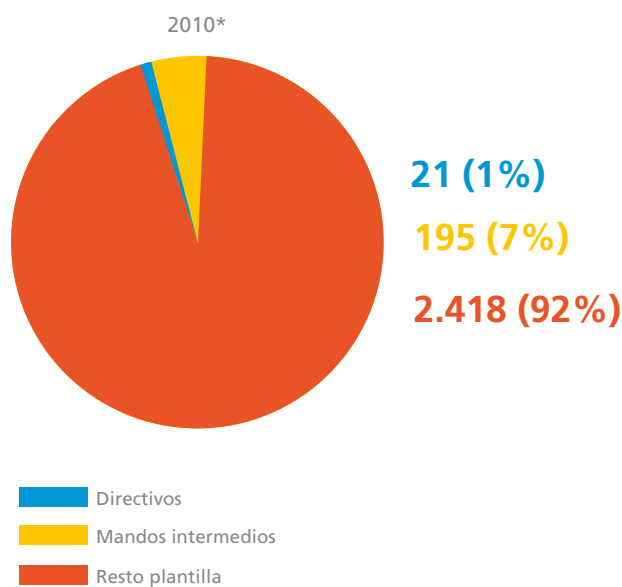


* Nota: Hace referencia a VidaCaixa Grupo (antigua SegurCaixa Holding + Adeslas).

Distribución de la plantilla por tipo de contrato



Distribución de la plantilla por categoría profesional



* Nota: Hace referencia a VidaCaixa Grupo (antigua SegurCaixa Holding + Adeslas).

Distribución de la plantilla por género	2009*	2010**
Nº total y % de hombres sobre el total plantilla	312 (34%)	791 (30%)
Nº total y % de mujeres sobre el total plantilla	599 (66%)	1.843 (70%)

Distribución del equipo directivo por género	2009*	2010**
Nº total y % de hombres	52 (76%)	165 (76%)
Nº total y % de mujeres	16 (24%)	51 (24%)

Edad media de la plantilla	2009*	2010**
Servicios centrales	39	40
AgenCaixa	39	40
Oficinas propias	—	43
Centros médicos y dentales	—	35
Edad media del Grupo	39	39

Número de empleados por grupos de edad	2009*	2010**
Servicios centrales		
Hasta 30 años	86 (9%)	91 (3%)
Entre 31 y 40 años	231 (25%)	371 (14%)
Entre 41 y 50 años	129 (14%)	232 (9%)
Mayores de 51 años	46 (5%)	99 (4%)
AgenCaixa		
Hasta 30 años	65 (7%)	37 (1%)
Entre 31 y 40 años	193 (21%)	161 (6%)
Entre 41 y 50 años	118 (13%)	91 (3%)
Mayores de 51 años	43 (5%)	26 (1%)
Oficinas propias		
Hasta 30 años	—	44 (2%)
Entre 31 y 40 años	—	211 (8%)
Entre 41 y 50 años	—	199 (8%)
Mayores de 51 años	—	155 (6%)
Centros médicos y dentales		
Hasta 30 años	—	374 (14%)
Entre 31 y 40 años	—	336 (13%)
Entre 41 y 50 años	—	133 (5%)
Mayores de 51 años	—	74 (3%)

* Nota: Hace referencia a los datos de la antigua SegurCaixa Holding (servicios centrales + AgenCaixa)

** Nota: Hace referencia a VidaCaixa Grupo (antigua SegurCaixa Holding + Adeslas).



Presentación de resultados del ejercicio 2010.

Antigüedad de la plantilla (En años)	2009*	2010**
Directivos	14	16
Plantilla servicios centrales	10	10
Plantilla AgenCaixa	7	8
Plantilla Oficinas propias	—	13
Plantilla centros médicos y dentales	—	3

Nacionalidades de la plantilla	2009*	2010**
Nº total de nacionalidades existentes en la plantilla	12	42
Nº total de empleados de otras nacionalidades, no española	14	67

Distribución de la plantilla por Comunidad Autónoma	2009*	2010**
Cataluña	632 (69%)	781 (30%)
Madrid	111 (12%)	838 (32%)
País Vasco - Asturias	21 (2%)	21 (1%)
Valencia	18 (2%)	197 (7%)
Canarias	14 (2%)	67 (3%)
Aragón - La Rioja - Navarra	21 (2%)	59 (2%)
Galicia	17 (2%)	148 (6%)
Andalucía	49 (5%)	398 (15%)
Baleares	28 (3%)	28 (1%)
Extremadura	—	14 (1%)
Castilla León	—	46 (2%)
Castilla La Mancha	—	28 (1%)
Murcia	—	9 (0%)
Total	911 (100%)	2.634 (100%)

Porcentaje de rotación no deseada sobre el total de empleados a fecha 31-12-2010				
2010	Servicios centrales	AgenCaixa	Oficinas propias	Centros médicos y dentales
ÍNDICE DE ROTACIÓN NO DESEADA POR SEXO	%	%	%	%
Hombres	1,1	—	1,0	5,1
Mujeres	1,0	0,6	0,2	8,2
Total general	2,1	0,6	1,2	13,3
ÍNDICE DE ROTACIÓN NO DESEADA POR EDAD	%	%	%	%
Menor o igual que 30	0,2	0,3	—	7
Entre 31 y 40	1,4	0,3	0,5	4,9
Entre 41 y 50	0,5	—	0,5	0,4
Entre 51 y 65	—	—	0,2	1,0
Total general	2,1	0,6	1,2	13,3

* Nota: Hace referencia a los datos de la antigua SegurCaixa Holding (servicios centrales + AgenCaixa)

** Nota: Hace referencia a VidaCaixa Grupo (antigua SegurCaixa Holding + Adeslas).

3.2

Selección, acogida y satisfacción de los empleados

Selección y acogida

90 nuevos profesionales se han incorporado a VidaCaixa Grupo en 2010, de los cuales el 49% han sido mujeres

En VidaCaixa Grupo, todos los empleados concurren en igualdad de oportunidades a los procesos de selección y optan a la promoción interna bajo los mismos criterios de evaluación, desarrollo, talento y dedicación al trabajo.

En 2010, un total de 90 nuevos profesionales se han incorporado a VidaCaixa Grupo, de los cuales el 49% han sido mujeres.

Tras la selección, se procede a la acogida de los nuevos empleados. En el año 2010 se ha empezado a trabajar en el proceso de unificación del Plan de Acogida para su implantación en toda la organización a lo largo de 2011. Cabe destacar que, para la línea media, se han organizado diferentes reuniones con los principales responsables de los departamentos vinculados con la actividad de los nuevos empleados, con el objetivo de que conozcan con detalle la labor que van a desarrollar.

Proceso de acogida para los empleados

En el perímetro de la antigua SecurCaixa Holding, además de la entrevista individual realizada por el Departamento de Desarrollo de Recursos Humanos, en la que el empleado se familiariza con VidaCaixa Grupo, se organiza una vez al año, y en un entorno virtual, el Curso de Seguros, cuya duración es de 25 horas. A través de este curso, los nuevos empleados conocen los conceptos básicos del seguro desde el punto de vista técnico y legal, la cartera de productos que comercializa la Compañía, etc. Asimismo, los empleados completan dicha formación con aspectos básicos para el desarrollo de su actividad, como la protección de datos o la prevención del blanqueo de capitales.

En cuanto a la antigua Adeslas, también se lleva a cabo un Plan de Acogida, tanto en servicios centrales como en las oficinas propias. Este plan está dirigido a todos los empleados a partir de mandos intermedios y consta de diversas reuniones con los diferentes departamentos, dependiendo del perfil que se incorpora, para conocer la organización y el negocio.

Como se ha comentado anteriormente, en el año 2010 se ha empezado a trabajar en el proceso de unificación del Plan de Acogida para su implantación en toda la organización a lo largo de 2011.



Nuevas incorporaciones		2010
Nº total de vacantes publicadas internamente		7
Nº total de nuevos profesionales incorporados		90
% de mujeres sobre las nuevas incorporaciones		49%
% de hombres sobre las nuevas incorporaciones		51%

Conciliación

La conciliación en el ámbito laboral es una apuesta de VidaCaixa Grupo para lograr el bienestar físico, psíquico y emocional en el entorno de trabajo. En el año 2009, a través de la antigua SegurCaixa Holding, el Grupo obtuvo la certificación como Empresa Familiarmente Responsable (efr). Esta certificación, otorgada por la Fundación Más Familia, es un reconocimiento oficial a la organización por el esfuerzo realizado a la hora de crear un modelo de gestión que promueve el equilibrio entre empresa, trabajo y familia. Para ello, se han promovido más de 40 medidas que facilitan la compatibilización de la vida profesional y familiar, en un marco laboral que apuesta por la estabilidad, la calidad del empleo y el desarrollo y crecimiento profesional de los colaboradores.



El éxito de esta política se refleja en el compromiso de toda la organización, desde la alta dirección al empleado que acaba de incorporarse, y se manifiesta en una gran vinculación de toda la plantilla con el proyecto de empresa.

A lo largo de 2010, se ha estado trabajando en un modelo de conciliación extensible a toda la organización de VidaCaixa Grupo, que se implementará a partir de 2011.

Principales medidas de conciliación para los empleados

Horario laboral

Antigua SegurCaixa Holding: el horario ordinario de trabajo es de 08:00 a 14:00 y de 16:00 a 18:00 horas de lunes a jueves y de 08:00 a 15:00 horas los viernes, con flexibilidad de 1 hora en la hora de entrada y en la hora de la comida.

Antigua Adeslas: en servicios centrales, el horario ordinario de trabajo es de 09:00 a 15:00 y de 16:30 a 18:30 horas de lunes a jueves y de 08:30 a 15:00 horas los viernes. En las oficinas propias existen pequeñas modificaciones en la hora de entrada o salida para adaptarse al mercado local.

Jornada intensiva de junio a septiembre

Antigua SegurCaixa Holding: durante el período comprendido entre el 1 de junio y el 30 de septiembre, la jornada es continuada de 08:00 a 15:00 horas de lunes a viernes.

Antigua Adeslas: en servicios centrales, durante el período comprendido entre el 1 de julio y el 31 de agosto, la jornada es continuada de 08:00 a 15:00 horas de lunes a viernes. En las oficinas propias, este período comprende del 15 de junio al 15 de septiembre.

3.3

Formación y desarrollo profesional

Formación

A lo largo del 2010 se han realizado 639 acciones de formación, participando un total de 1.555 empleados

La formación permanente de la plantilla de VidaCaixa Grupo es una constante, por lo que se destina una importante inversión a dicho apartado. Cabe destacar que el 84% de los empleados de la antigua SegurCaixa Holding tiene su perfil de competencias de conocimiento definido en función de su puesto de trabajo, dándose a conocer al empleado el *gap* existente entre su nivel de competencia actual y el nivel requerido para la función desempeñada.

Como prueba de la firme apuesta del Grupo por la formación y el desarrollo de los empleados, en 2010 se han realizado un total de 639 acciones de formación, con una participación de 1.555 empleados, unas 40.000 horas de formación presencial y cerca de 9.000 horas de formación *on-line* realizadas. Entre estas acciones de formación, hay que mencionar el programa sobre inteligencia emocional, dirigido a los coordinadores; la formación de los gestores comerciales de AgenCaixa, vinculada a todos los lanzamientos de productos de VidaCaixa Grupo, así como el desarrollo de acciones de formación individual dirigidas a la línea media. Asimismo, cabe destacar que, dentro de las acciones de formación, un total de 14 se han realizado con la organización y colaboración de UNESPA y han contado con la subvención de la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo (FEFE). El nivel de satisfacción de la formación recibida alcanza un 8,23 sobre 10 para los empleados de servicios centrales, un 8,49 sobre 10 para la formación presencial y un 7,6 sobre 10 para la formación *on-line* para los empleados de AgenCaixa.



Sesiones de aproximación al catálogo de productos

El Departamento de Formación de Canales Comerciales ha realizado en 2010 una serie de sesiones formativas para dar a conocer el catálogo de productos comercializados por el Grupo.

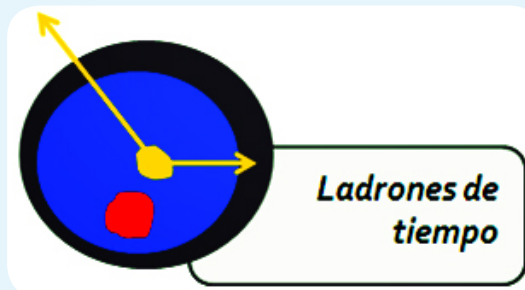
La oferta de participación se canalizó al personal de servicios centrales de Madrid y Barcelona a través de los jefes de departamento. En total se realizaron 11 sesiones, a las que asistieron 145 empleados.

Por último, cabe destacar que, dada la especificidad del negocio de empresas y colectivos, los empleados de VidaCaixa Previsión Social disponen de la herramienta virtual VCPS. A través de ella, se gestiona el conocimiento del área y se contribuye a complementar la formación presencial del equipo de trabajo.

Ladrones de tiempo, un ejemplo de programa de gestión de habilidades

A través de este programa de formación se han perseguido los siguientes objetivos:

- Incrementar la eficiencia en el uso del tiempo y contribuir así a una mayor conciliación.
- Contribuir a que VidaCaixa Grupo continúe siendo un excelente lugar para trabajar.
- Optimizar el tiempo de las reuniones.
- Incorporar nuevos usos para el correo electrónico y el teléfono.
- Mejorar la puntualidad.



Entre las acciones que se han llevado a cabo, hay que destacar las siguientes:

- La creación de un decálogo sobre reuniones efectivas a partir de las aportaciones realizadas por los empleados en la Intranet corporativa de VidaCaixa Grupo.
- La puesta en marcha de la iniciativa "6 días del correo electrónico", que ha consistido en el envío de mensajes sobre utilidades de esta herramienta para economizar su uso.
- La celebración de charlas de asistencia voluntaria sobre cómo potenciar la productividad personal.

Programa de formación continua para empleados de VidaCaixa Adeslas

El objetivo de este programa es dotar del conocimiento necesario para el desempeño del puesto de trabajo a toda la estructura de Jefes de Servicio de Atención al Cliente (JSAC) y personal del Servicio de Atención al Cliente (SAC) en todas las oficinas propias.

El programa de formación continua va dirigido a un colectivo de 211 personas. Se estructura a través de un itinerario formativo con cursos troncales y específicos, y contempla acciones formativas corporativas y técnicas, así como formación en habilidades.

En el año 2010, se realizaron acciones formativas en materia de:

- Conocimiento de Adeslas: dotar de un conocimiento de la Compañía y del negocio.
- Producto: dar conocimiento del producto y reciclaje.
- Retención y fidelización del cliente: dar a conocer el procedimiento operativo y trabajar en habilidades.

Principales datos de formación		2010
Inversión total en formación (miles de euros)		
Servicios centrales		607
AgenCaixa		383
Oficinas propias, centros médicos y dentales		481
% invertido en formación sobre la masa salarial		
Servicios centrales		2%
AgenCaixa		2%
Oficinas propias, centros médicos y dentales		2%
Promedio invertido por empleado (euros)		
Servicios centrales		765
AgenCaixa		1.217
Oficinas propias, centros médicos y dentales		315
Nº total de acciones de formación realizadas		
Servicios centrales		
Formación presencial		196
Formación <i>on-line</i> + distancia		31
AgenCaixa		
Formación presencial		118
Formación <i>on-line</i> + distancia		3
Oficinas propias, centros médicos y dentales		
Formación presencial		291
Formación <i>on-line</i> + distancia		0
Nº total de empleados que han realizado acciones de formación interna		
Servicios centrales		694
AgenCaixa		355
Oficinas propias, centros médicos y dentales		506
% de empleados que han realizado acciones de formación sobre el total plantilla		
Servicios centrales		87%
AgenCaixa		100%
Oficinas propias, centros médicos y dentales		33%

“Para VidaCaixa Grupo la formación de la plantilla es un factor clave, al cual se dedican importantes esfuerzos”

A lo largo del 2010 VidaCaixa Grupo ha apostado por el desarrollo competencial, el refuerzo del liderazgo y la gestión del talento entre los empleados

Principales datos de formación		2010
Nº total de horas de formación presencial impartidas		
Servicios centrales		12.865
AgenCaixa		21.729
Oficinas propias, centros médicos y dentales		5.352
Nº total de horas de formación <i>on-line</i> impartidas		
Servicios centrales		3.827
AgenCaixa		4.859
Oficinas propias, centros médicos y dentales		0
Promedio de horas de formación		
Servicios centrales		
Promedio horas de formación impartidas a directores		1,81
Promedio horas de formación impartidas a mandos intermedios		8,19
Promedio horas de formación impartidas a resto plantilla		22,46
AgenCaixa		
Promedio horas de formación impartidas a directores		0
Promedio horas de formación impartidas a mandos intermedios		0,57
Promedio horas de formación impartidas a resto plantilla		1,17
Oficinas propias, centros médicos y dentales		
Promedio horas de formación impartidas a directores		0
Promedio horas de formación impartidas a mandos intermedios		2,23
Promedio horas de formación impartidas a resto plantilla		4,17
Nº total de formadores internos capacitados		
Servicios centrales		10
AgenCaixa		32
Oficinas propias, centros médicos y dentales		1
Nº total empleados que actúan de forma voluntaria como formadores		
Servicios centrales		35

Cursos de formación organizados en colaboración con UNESPA		2010
Nº Cursos		14
Nº Alumnos		33
Nº Horas		1.317

Liderazgo y gestión del talento

Durante 2010 toda la dirección y línea media participó en un proceso de *Management Appraisal*

El desarrollo y refuerzo del liderazgo entre los empleados, así como la gestión de su talento, son dos de las apuestas de VidaCaixa Grupo para poder asumir los retos estratégicos con garantía de éxito.

Durante el ejercicio 2010 se llevó a cabo un proyecto de Gestión e Identificación del Talento dirigido a la línea media y la dirección, en el que este colectivo participó en un proceso de *Management Appraisal* con valoraciones de 360 grados.

Asimismo, en línea con los años anteriores, el Grupo ha continuado con el desarrollo de programas personalizados dirigidos a Directores de Área y Jefes de Departamento, cuyo objetivo ha sido la mejora de sus competencias y habilidades.



Promoción

A lo largo del 2010 se han producido 38 promociones con cambio de categoría profesional

Respecto a los procesos de promoción interna, en el año 2010 se han producido 21 movimientos horizontales, 5 más que en 2009, y 38 promociones verticales, de las cuales el 53% corresponden a mujeres. Cabe destacar que, en VidaCaixa Grupo, los criterios de promoción de empleados se basan exclusivamente en las necesidades organizativas y en la idoneidad del perfil del trabajador para el puesto de trabajo.

Nuevas promociones

2010

Nº total de promociones horizontales realizadas	21
Nº total de promociones con cambio de categoría profesional	38
% de mujeres sobre las promociones	53%
% de hombres sobre las promociones	47%

En el año 2011, la herramienta CMI se extenderá a todos los departamentos del Grupo

Actualización del Cuadro de Mando Integral (CMI), que permite la evaluación de los resultados de la Compañía, y del Cuadro de Mando Personal (CMP), que evalúa los resultados a nivel individual

Creado hace 11 años, el Cuadro de Mando Integral (CMI) de VidaCaixa Grupo es un sistema de gestión que define, clarifica y comunica la estrategia de la Compañía en cuatro grandes áreas: clientes, procesos, finanzas y personas. Además de ser una herramienta de seguimiento, tiene la utilidad de comunicar al conjunto de la plantilla los resultados alcanzados, así como los objetivos y retos a conseguir.

En el año 2010, se ha realizado un gran esfuerzo para actualizar el CMI en el ámbito de los servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding, para lo cual se ha contado con la colaboración de 38 unidades organizativas, que definieron un total de 295 indicadores de gestión específicos. También se definieron 38 indicadores generales de la Compañía. Cabe destacar que el 90% de los departamentos del Grupo tienen definido su CMI.

En el ámbito de la antigua SegurCaixa Holding, durante 2010, a través del Cuadro de Mando Particular (CMP), se trasladaron los objetivos estratégicos y los de las diferentes unidades organizativas departamentales a las personas. La definición de los objetivos individuales de cada uno de nuestros colaboradores, en su conjunto más de 2.500 objetivos, ha permitido alinear los esfuerzos del día a día con los objetivos de la Compañía.



Para el año 2011 se definirá el CMI con la nueva estructura de la Compañía (más de 500 indicadores específicos y 80 generales), que se extenderá al conjunto de la organización. Asimismo, también se trabajará en la definición de los objetivos individuales de cada una de las personas, a través del Cuadro de Mando Personal (CMP).

3.4

Diálogo, participación y comunicación

La comunicación interna ha sido una gran prioridad en 2010, para lo cual se han habilitado nuevas vías

Durante el año 2010, la comunicación interna ha tenido un papel destacado en VidaCaixa Grupo, principalmente por dos motivos. En primer lugar, las necesidades derivadas del complejo proceso de integración de Adeslas en VidaCaixa han requerido reforzar los mecanismos de comunicación de la organización. En segundo lugar, los resultados de la encuesta Great Place to Work, realizada en 2009, pusieron de manifiesto la necesidad de establecer mejoras en tres ámbitos: equidad, equipo y comunicación.

Como consecuencia de todo ello, a lo largo de 2010 se han puesto en marcha las siguientes acciones de comunicación:

- La realización de un Plan de Comunicación Interna para difundir a toda la plantilla los objetivos y proyectos vinculados al nuevo Plan Estratégico 2011-2015. Dentro de este plan de comunicación, se ha previsto la formación de los mandos intermedios para promover sus habilidades de comunicación interna, garantizando de esta manera la correcta difusión e implicación de todos los empleados con los objetivos estratégicos de VidaCaixa Grupo.
- Debido a la integración, y el consiguiente aumento de la plantilla, se ha hecho necesario mejorar la eficacia de la comunicación con el objetivo de llegar a todos los empleados del Grupo. Para ello, se han organizado *road shows* para difundir temas puntuales relacionados con este proceso, como por ejemplo la política retributiva y el proyecto de venta cruzada de productos a clientes. También se ha creado el *newsletter* ¡Conéctate!, donde se ha mantenido una comunicación permanente sobre todos y cada uno de los proyectos del Plan de Integración y el Plan Estratégico 2010-2015.

Un nuevo canal de comunicación

En el año 2010, VidaCaixa Grupo ha puesto a disposición de todos los empleados un nuevo canal de comunicación, el *newsletter* ¡Conéctate! En él se da la oportunidad a la plantilla de formular preguntas sobre el proceso de integración y las diferentes iniciativas del Plan Estratégico 2010-2015. En cada nuevo número del *newsletter* se publican las respuestas a las preguntas realizadas.

Entre los diversos temas que se han tratado destacan la presentación del Plan Estratégico 2010-2015, la presentación del Plan de comunicación interna del proyecto de integración, el proceso de selección de la nueva marca VidaCaixa, las nuevas líneas de negocio y los canales que constituyen la estrategia multicanal del Grupo, entre otros.



En 2010 se ha trabajado en la definición de una metodología interna para transmitir mensajes claros y eficaces a los equipos, para alinearlos y lograr su compromiso con la nueva estrategia y retos de la organización

- Para que la comunicación interna sea eficaz, es clave el papel de los mandos intermedios. Para ello, se ha creado el Programa Comunic@. A través de *workshops* dirigidos a este colectivo, se ha trabajado en la definición de una metodología interna para transmitir mensajes claros y eficaces a los equipos, con el objetivo de alinear y lograr su compromiso con la nueva estrategia y retos de la organización. Dentro de este programa se ha habilitado el buzón de sugerencias *comunica@vidacaixa.com*, con la finalidad de promover la participación y el diálogo con todos los empleados.
- Organización de reuniones y encuentros presenciales. De forma trimestral, la alta dirección se ha dirigido a la línea directiva para informarle sobre la marcha del negocio y comunicarle las principales novedades ocurridas.
- También con motivo del proceso de integración, se ha puesto en marcha el Programa One to One, cuyo objetivo es identificar las expectativas de los empleados del Grupo respecto a este proceso. A través de una breve entrevista, los empleados han podido preguntar todas sus dudas sobre el mismo, así como opinar sobre la eficacia, en general, de la comunicación interna y de su repercusión en el clima laboral.



- Celebración de la I Convención de Directivos, en la que participaron empleados hasta el nivel de coordinador. El objetivo de este evento fue trasladar a toda la plantilla los resultados del ejercicio 2010 y los principales ejes del Plan Estratégico 2011-2015. Posteriormente, cada responsable trasladó a sus correspondientes equipos los principales mensajes de la reunión.

“A lo largo del proceso de integración, la comunicación interna ha sido clave para mantener informados a todos los integrantes de la plantilla”

VidaCaixa Grupo otorga un papel fundamental a la comunicación interna, para lo cual habilita múltiples canales

- Revista interna *Área Informativa*. En 2010 se han publicado dos números, en los que se ha informado de las principales novedades relacionadas con el negocio y también de la marcha de las diversas iniciativas del Plan de Integración. El objetivo es retomar esta iniciativa próximamente, pues es un elemento de comunicación muy valorado en la organización.



- Intranet Radio y entorno Notes. Para complementar la comunicación a través de los canales anteriormente mencionados, y mientras se desarrolla la nueva intranet corporativa común para toda la organización, prevista para 2011, los empleados de VidaCaixa Grupo disponen tanto de la intranet Radio como de la herramienta Notes, a través de los cuales se difunde información corporativa.
- Buzón de sugerencias y canal de ideas. El buzón de sugerencias, destinado a los empleados de las oficinas de "la Caixa", recoge sugerencias de mejora que pueden ser incorporadas en la gestión y procesos de trabajo de VidaCaixa Grupo. Por otra parte, el Canal de Ideas es una aplicación informática, a la cual se accede a través del Portal Innova, que permite a los empleados de la antigua SegurCaixa Holding aportar opiniones, sugerencias e ideas relacionadas con los proyectos que desarrolla la Compañía. A través de esta aplicación, se puede conocer en todo momento el estado en el que se encuentra cada idea, así como consultar las ideas propuestas por otros compañeros.



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

3.5

Mecanismos de compensación, ventajas y beneficios sociales

Política de compensación

La equidad y la igualdad de oportunidades guían la política de compensación de VidaCaixa Grupo

La política de compensación de VidaCaixa Grupo está en línea con las mejores prácticas del sector y obedece a dos criterios: la igualdad de oportunidades y la equidad.

A lo largo del ejercicio, se han mantenido y han continuado funcionando los sistemas de compensación de la antigua SegurCaixa Holding y de Adeslas, mientras que paralelamente se han unificado los criterios y los mecanismos de compensación. Esta homogeneización se completará durante el ejercicio 2011.

A nivel de servicios centrales, en la antigua SegurCaixa Holding, existe un sistema de remuneración específico para los empleados, consistente en una retribución fija más otra variable que reconoce el desempeño, compromiso y la responsabilidad adquirida. En la antigua Adeslas, el sistema de remuneración también consiste en una retribución fija, más otra variable, aunque sólo se aplica al ámbito de los directivos y la línea media.

Adicionalmente, a nivel comercial, existe un sistema propio para los empleados de AgenCaixa y los comerciales de la red territorial de VidaCaixa Adeslas, consistente en una retribución fija más otra variable en función del grado de consecución de los objetivos definidos a nivel corporativo, a nivel de la unidad de negocio y a nivel comercial.

Distribución de la retribución fija y variable

	Servicios centrales*	AgenCaixa	Servicios centrales y oficinas propias**	Centros médicos y dentales
% de empleados con retribución fija individual	100%	100%	100%	100%
% de empleados con retribución fija mínima en base a tablas salariales	100%	100%	13%	68%
% de empleados sujetos a retribución variable en función de cumplimiento de objetivos individuales	100%	100%	22%	4%
% de empleados sujetos a retribución variable en función de resultados de empresa	100%	100%	22%	4%
% de la retribución variable sobre la masa salarial	12%	24%	5%	1%

* Nota: Hace referencia a los servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding.

** Nota: Hace referencia a los servicios centrales de la antigua Adeslas.

La retribución mínima de los empleados que trabajan en VidaCaixa Grupo en el ámbito asegurador se sitúa por encima del mínimo establecido por la ley y el convenio sectorial, y representa 1,73 veces el salario mínimo legal de acuerdo con las tablas establecidas en el mencionado convenio. En el ámbito de los centros médicos, las retribuciones se sitúan por encima de lo establecido en los convenios colectivos aplicables, en tanto que en los centros dentales, las retribuciones se ajustan mayoritariamente a los valores del convenio colectivo provincial aplicable. El salario base mínimo de los convenios colectivos representa 1,20 veces el salario mínimo legal.

Ventajas y beneficios sociales

Con el objetivo de atraer y retener un equipo de trabajo altamente cualificado, VidaCaixa Grupo ofrece a todos los empleados, además de un sueldo competitivo, un paquete de ventajas y beneficios sociales que incluyen aportaciones al plan de pensiones, seguros de salud y ayudas para estudios, entre otros.

Inversión en gastos de personal (en miles de euros)	2009*	2010**
Sueldos y salarios	34.379	61.720
Seguros sociales	7.740	14.034
Donaciones y aportaciones plan de pensiones	359	756
Otros gastos	1.289	4.649
Total	43.767	81.159

* Nota: Hace referencia a los datos de la antigua SegurCaixa Holding

** Nota: Para sueldos y salarios y seguros sociales, hace referencia a los datos de los empleados de la antigua SegurCaixa Holding y los empleados de servicios centrales y oficinas propias de la antigua Adeslas. Para donaciones y aportaciones a planes de pensiones y otros gastos, hace referencia a VidaCaixa Grupo (se computan los datos de todo el año para la antigua SegurCaixa Holding y para la antigua Adeslas).

	Antigua SegurCaixa Holding		Antigua Adeslas	
	Inversión total (miles de euros)	Nº empleados beneficiarios	Inversión total (miles de euros)	Nº empleados beneficiarios
Complemento de retribución salarial de la empresa 2010				
Plan de pensiones colectivo	366	Todos los que tengan un año de antigüedad	—	—
Seguro de vida colectivo y sanitario	511	Todos los empleados	158	Todos los empleados
Ayuda económica para los empleados con hijos	195	432	—	—
Subvención de estudios universitarios e idiomas	33	81	—	—
Ticket Restaurante diario en jornada partida (servicios centrales)	616	Todos los empleados	1.047	684

“VidaCaixa Grupo en 2010 ha continuado apostando por la satisfacción y el bienestar de sus empleados”

Principales beneficios sociales para los empleados

Póliza de salud para empleados

Antigua SegurCaixa Holding: seguro de salud exclusivo para los empleados. Reciben como beneficio social, a cargo de la empresa, una cobertura asistencial compuesta por una póliza de asistencia sanitaria completa.

Antigua Adeslas: los empleados tienen una póliza de asistencia sanitaria, gratuita para el trabajador y a un precio reducido para los familiares del mismo.

Aportaciones al plan de pensiones

Antigua SegurCaixa Holding: la Compañía aporta el 3% del salario base anual, siempre y cuando el empleado aporte una cantidad equivalente al 1% de dicho salario base anual.

Ayuda hijos desde el nacimiento hasta los 21 años

Antigua SegurCaixa Holding: aportación de 300 euros anuales por cada hijo menor o igual a 21 años, en el mes de agosto, en concepto de ayuda escolar.

Detalle por nacimiento y/o adopción de hijos

Antigua SegurCaixa Holding: por el nacimiento o adopción de un hijo se envía al domicilio un regalo consistente en una canastilla con productos para el bebé.

Plan Familia: ayuda a familiares discapacitados

Antigua SegurCaixa Holding: el Plan Familia es una oportunidad para que los familiares de empleados con discapacidad puedan desarrollar habilidades, capacidades y actitudes que favorezcan aquellos aspectos más importantes en su integración social y laboral.

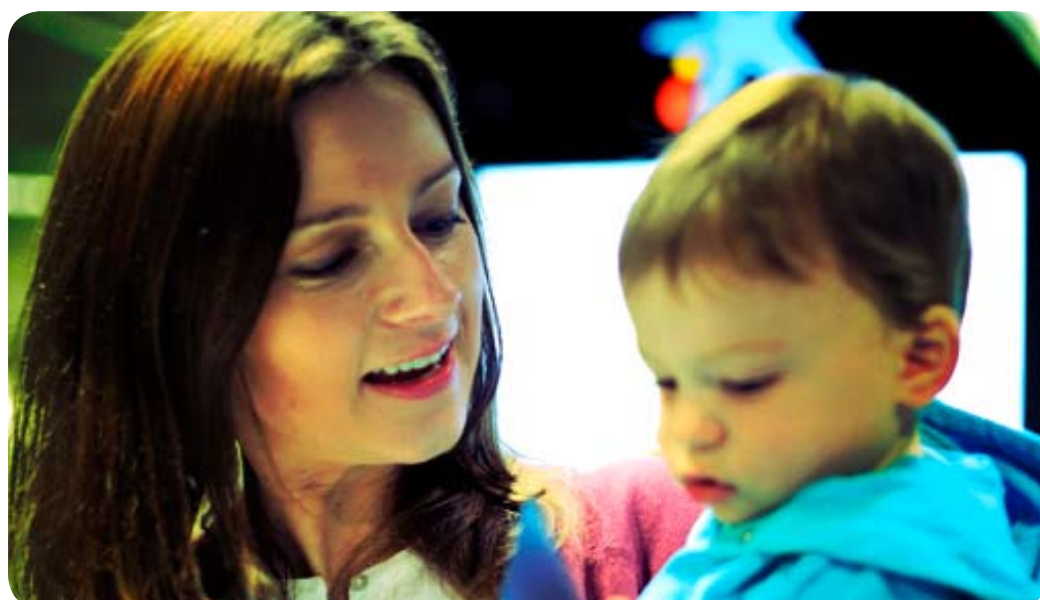
Plan de Formación Anual

Antigua SegurCaixa Holding y Adeslas: Plan de formación dirigido a toda la plantilla, con acciones relacionadas con conocimientos técnicos vinculados a las competencias de conocimiento, habilidades y formación específica, según las necesidades de cada área o departamento.

Ayuda para la comida

Antigua SegurCaixa Holding: existe una ayuda de 9,80 euros por día trabajado en jornada partida, que se instrumenta a través de un ticket restaurant.

Antigua Adeslas: existe una ayuda para comida de 10,30 euros por día trabajado en jornada partida. La ayuda se instrumenta mediante una tarjeta de la empresa Buen Menú.



3.6

Compromiso con los Derechos Laborales

Igualdad de oportunidades e integración laboral

La igualdad de oportunidades y la no discriminación guían la relación con los empleados

La igualdad de oportunidades siempre ha estado garantizada por VidaCaixa Grupo, a través de la aplicación de criterios basados en el mérito y la adecuación de los perfiles a cada puesto de trabajo. La compañía vela por asegurar las mismas oportunidades, tanto en la contratación como en la formación, desarrollo profesional y promoción, para todos los empleados. Un ejemplo de ello es que cada año se eleva el porcentaje de mujeres en los puestos directivos, que se ha situado en 2010 en un 24%.

Mujeres en el equipo directivo de VidaCaixa Grupo	2010
% de mujeres en el equipo directivo	24%
% de mujeres directivas con hijos a su cargo	59%

También cabe destacar que en VidaCaixa Grupo existe igualdad en la retribución bruta asignada a hombres y mujeres dentro de una misma categoría profesional.

Asimismo, el Grupo ha seguido comprometido con la integración laboral de personas con discapacidad, en cumplimiento de los términos establecidos por la ley. Entre las inversiones realizadas en 2010 hay que mencionar la llevada a cabo en el Plan Familia, un programa que se desarrolla con la colaboración de la Fundación Adecco y que consiste en facilitar a los familiares con discapacidad de los empleados la orientación y la ayuda necesaria para contribuir al desarrollo de sus habilidades y capacidades para su integración social y laboral. También hay que destacar las inversiones que se han canalizado a través de la contratación de servicios con empresas de inserción laboral como Discoil Medio Ambiente, Femarec, Fucoda y Sertel.



Derechos colectivos

En 2010 no se ha producido ninguna denuncia ni incidencia por cuestiones relacionadas con la libertad de asociación o la negociación colectiva

Dentro de la actividad aseguradora, el 100% de la plantilla está cubierta por el convenio colectivo de ámbito estatal para entidades aseguradoras, y cuentan con representación sindical.

En cuanto a la actividad de los centros médicos y clínicas dentales, los convenios colectivos tienen estructura provincial, por lo que no todos los centros cuentan con un convenio aplicable. El personal con convenio alcanzó en 2010 el 92% de la plantilla total.

Durante el año 2010, en el ámbito SegurCaixa Holding han sido de aplicación dos convenios colectivos de sector: el Convenio Colectivo General de Ámbito Estatal para las Entidades de Seguros, Reaseguros y Mutuas de Accidentes de Trabajo, y el Convenio Colectivo de Trabajo de Ámbito Estatal del Sector de la Mediación en Seguros Privados. Además, se han aplicado dos pactos de mejora a nivel empresarial.

Por otra parte, el pasado año se inició un proceso de negociación colectiva con la representación sindical, a fin de regular las condiciones laborales de las plantillas tras el proceso de integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo. Después de esta integración, el número de Comités de Empresa ha ascendido a 64.

Cabe destacar que, a lo largo de 2010, no se ha producido ninguna incidencia ni denuncia de los empleados por cuestiones relacionadas con la libertad de asociación y con el proceso de negociación colectiva.

Asimismo, el Convenio de Seguros contempla procesos de consulta con los representantes de los trabajadores, particularmente en materia de movilidad geográfica colectiva. En los distintos convenios para la actividad de centros médicos y dentales, no se suele prever este tipo de procesos, aplicándose de forma directa las previsiones establecidas en el Estatuto de los Trabajadores.

Representantes por empresa en 2010

	Comités de empresa	Delegados personal	CCOO	UGT	CSI	Independientes
Servicios centrales	31	0	14	13	0	4
AgenCaixa	14	15	24	5	0	0
Oficinas propias	14	13	20	6	1	0
Centros médicos y dentales	5	5	10	0	0	0
Total	64	33	68	24	1	4

Salud y seguridad en el trabajo

En VidaCaixa Grupo existen 7 comités de seguridad y salud, en los que la dirección y los empleados participan de forma paritaria y en los que se promueven iniciativas y programas para mejorar la salud y seguridad en el entorno laboral. Además, en VidaCaixa Adeslas y en AgenCaixa existen 6 y 15 delegados de prevención, respectivamente, que detentan un conjunto de competencias en materia de prevención de riesgos laborales.

VidaCaixa Grupo, de acuerdo con la Ley 31/95, desarrolla programas de formación en materia de prevención de riesgos laborales que van dirigidos a los empleados actuales de VidaCaixa Grupo, los nuevos empleados que se incorporan a la plantilla, los empleados que cambian de puesto de trabajo y los empleados que son sometidos a cambios en las condiciones de su puesto de trabajo.

En 2010, se ha realizado en los servicios centrales de Barcelona y Madrid de la antigua SegurCaixa Holding una campaña preventiva contra la gripe, facilitando la vacunación voluntaria de los empleados. También se han llevado a cabo revisiones médicas bajo demanda de los empleados en colaboración con el Servicio de Prevención.

De cara a facilitar la comunicación de los empleados de VidaCaixa Grupo con los Comités de Salud, existe el buzón de e-mail "Más Vale Prevenir", que permite realizar sugerencias y aportar ideas, promoviendo así el fortalecimiento de una cultura a favor de la prevención de riesgos laborales.

Comités de seguridad y salud

	Grupo VidaCaixa			
	Asegurador	Adeslas	VidaCaixa	AgenCaixa
Nº total de comités de seguridad y salud	1	3	1	2
% de empleados cubiertos por comités de seguridad y salud	100%	63%	100%	100%
Nº total de delegados de prevención de riesgos en la Compañía	—	6	—	15

Absentismo

	2009*	2010**
Absentismo por accidentes en el centro de trabajo		
Nº total de accidentes sin baja laboral	0	0
Nº total de accidentes con baja laboral	28	29
Nº total de accidentes con baja laboral <i>in itinere</i>	2	1
Nº total de jornadas perdidas por accidente en el centro de trabajo	637	894
Absentismo por enfermedad y maternidad/paternidad		
Nº total de bajas por maternidad/paternidad	121	147
Nº total de bajas por enfermedad común	797	714
Nº total de jornadas perdidas por absentismo	29.135	34.231

* Nota: Hace referencia a los datos de la antigua SegurCaixa Holding (servicios centrales + AgenCaixa).

** Nota: Hace referencia a VidaCaixa Grupo (antigua SegurCaixa Holding + Adeslas).

En el marco del proceso de integración se ha abordado un proyecto de redistribución de espacios de trabajo

Diseño del modelo de redistribución de los espacios de trabajo de Barcelona y Madrid

Tras la integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo, en el año 2010 ha comenzado un proceso de homogeneización de los espacios de trabajo de Barcelona y Madrid, que se materializará en 2011. Esta homogeneización, que será utilizada como una palanca de integración y de predisposición al cambio, se va a llevar a cabo en base a dos premisas:

- Los requerimientos derivados del crecimiento de los equipos y la eficiencia.
- La creación de espacios diáfanos y la estandarización del mobiliario de los puestos de trabajo optimizan los espacios y las instalaciones, facilitan flexibilidad frente a los cambios, ordenan el espacio y generan mayor calidad ambiental, reducen las circulaciones, proporcionan una visión espacial más atractiva y consiguen mayor luminosidad en las zonas más interiores.



4

Relaciones con la sociedad

4.1

La función social de la actividad de aseguramiento y previsión

En 2010, VidaCaixa Grupo ha desarrollado múltiples actividades de investigación y prevención en el ámbito del aseguramiento y la previsión social

VidaCaixa Grupo, líder en previsión social complementaria y en seguros de salud de nuestro país, desarrolla una importante actividad de educación y sensibilización social para promover los valores del aseguramiento y la previsión.

Este compromiso social está integrado en la identidad de VidaCaixa Grupo y recoge el testigo de "la Caixa", que hace más de 100 años puso en marcha en España la primera iniciativa para promover el ahorro previsor para la jubilación.

Las líneas de actuación de VidaCaixa Grupo se centran en tres ámbitos:

- La investigación y difusión sobre la importancia de la previsión y el aseguramiento. Esta línea de actuación surge del convencimiento de que la labor de educación y concienciación con el fin de fomentar una cultura a favor del ahorro para la jubilación es esencial para garantizar el estado del bienestar.



- La prevención en salud, que se canaliza a través de los planes de prevención de VidaCaixa Adeslas.
- La colaboración público-privada, tanto en el ámbito de la salud como en el del ahorro finalista. En el ámbito de la salud se concreta en el rol cada vez más importante del seguro privado de salud frente a la Sanidad Pública, donde como proveedor preferido de servicios por parte de determinados segmentos de la población, como los funcionarios, realiza una labor fundamental en la descongestión del sistema sanitario público. Asimismo, en el ámbito del ahorro-previsión, el sector privado contribuye con el desarrollo de productos como los planes de pensiones, los planes de previsión asegurados y las rentas vitalicias, aportando una fórmula complementaria de previsión al sistema público.

A lo largo de 2010 se han desarrollado las siguientes actividades de investigación y difusión relacionadas con el aseguramiento y la previsión social:

VidaCaixa Grupo ha promovido el diálogo con los grupos de interés en los temas de salud y previsión social a través de diversos foros y encuentros

- VidaCaixa Previsión Social ha puesto en marcha el blog “Gana tu futuro”, al cual se accede desde la dirección www.vidacaixaprevisionsocial.com. Este espacio de opinión e información, dirigido a expertos en previsión social empresarial, es la evolución del “Foro de previsión social”, creado en 2008 con la colaboración del diario *Expansión* y la Asociación de Mediadores ADECOSE. El nuevo blog ha incorporado las tecnologías 2.0 con el objetivo de facilitar la participación de los usuarios en cuatro campos de debate, que recogen los principales temas y materias de actualidad en el ámbito de la previsión social empresarial:
 - Seguros de salud: ramo en el que VidaCaixa Grupo se ha convertido en líder, con la integración de Adeslas.
 - Planes de pensiones: negocio en el que VidaCaixa Grupo tiene una presencia destacada, con una oferta amplia y adaptada a las diversas necesidades de sus clientes.
 - Inversión socialmente responsable: VidaCaixa, a través de su adhesión a los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas, se ha convertido en la primera entidad española en adoptar estos principios como aseguradora de vida y gestora de pensiones.
 - Retribución flexible: desarrollo de una reflexión en torno a las alternativas de las empresas para flexibilizar la retribución de sus empleados.

Por otro lado, con la colaboración del diario *Expansión*, se han organizado dos desayunos de trabajo con expertos del sector para fomentar el debate sobre dos aspectos clave de la previsión social empresarial. El primero de ellos, “El futuro de las pensiones”, en el mes de mayo, mientras que el segundo, “Inversión Socialmente Responsable”, se llevó a cabo en julio.



1er Desayuno de Trabajo de *Expansión* “El futuro de las pensiones”.

- Para fomentar el diálogo con los grupos de interés, VidaCaixa Previsión Social realizó un encuentro con responsables de Recursos Humanos y Responsabilidad Corporativa, con el objetivo de conocer su opinión sobre los productos de previsión social en las empresas y su utilidad como instrumentos para afianzar la gestión de los recursos humanos.
- *INFO VidaCaixa Previsión Social*, el boletín informativo periódico de VidaCaixa Previsión Social, cuenta con artículos y entrevistas a expertos y clientes y tiene como objetivo difundir la cultura y los beneficios de la previsión social empresarial. En el año 2010 se editaron dos nuevos números de este *newsletter*, que periódicamente reciben más de 1.000 clientes y mediadores.
- En el mes de octubre se organizó por tercera vez el Foro de Comisiones de Control, promovido por la Comisión de Control del Plan de Pensiones de Empleados de “la Caixa” y que contó con el patrocinio de VidaCaixa Previsión Social y la colaboración del diario *Expansión*. El foro contó con la participación de más de 300 personas y tuvo como objetivo compartir las oportunidades y retos a los que se enfrentan los planes y fondos de pensiones de empleo ante el futuro de la previsión social

empresarial en nuestro país. A lo largo de la jornada se celebraron tres paneles de intervenciones. El primero de ellos, con el título "Pacto de Toledo y la Reforma de Pensiones", constató la necesidad de abordar reformas en el sistema público de pensiones para garantizar su sostenibilidad. En el segundo, "Inversión Socialmente Responsable y Principios de Inversión Responsable de las Naciones Unidas", las intervenciones de los diversos ponentes coincidieron en la importancia que va a adquirir la aplicación de estos criterios en la gestión de las inversiones. Por último, en el tercer panel y bajo el título "Adaptación al Entorno", se abordó la situación de los planes y fondos en reestructuración, fruto del proceso de cambios que se está produciendo en el sector financiero.



3er Foro de Comisiones de Control.

- Con el objeto de fortalecer las relaciones y fomentar la transparencia con el canal de distribución, los días 11 y 30 de noviembre se celebraron sendos encuentros de Mediadores en Barcelona y Madrid.
- En el año 2009 se patrocinó la V Edición del Premio Edad&Vida, cuya investigación "*Valores, actitudes y comportamiento de los ciudadanos españoles respecto a las necesidades de ahorro y previsión para la jubilación*" ha sido desarrollado durante el 2010 por un equipo de expertos de la Universidad de Extremadura. Los principales objetivos de dicho estudio son investigar el nivel de reducción que previsiblemente alcanzarán las pensiones públicas y determinar los complementos mínimos en función de segmentos de personas diferentes y el nivel de reformas aceptable por los ciudadanos.
- Convocatoria del III Premio VidaCaixa-Seguros - Universidad de Barcelona (UB). A través de este premio, el Grupo quiere contribuir al fomento de la investigación en seguros y promover la formación de profesionales para su incorporación al sector asegurador. El ganador de la edición 2010 fue Antoni Ferri Vidal, con el trabajo "*Posicionamiento de las entidades aseguradoras del ramo de vida ante la implementación de programas de Enterprise Risk Management*", dirigido por los profesores Dr. Miguel Santolino Prieto y Dra. Catalina Bolancé Losilla.

La participación de los profesionales de VidaCaixa Grupo en foros e instituciones del sector asegurador es muy activa



Entrega del III Premio VidaCaixa Seguros - Universidad de Barcelona.

- Por último, desde VidaCaixa Grupo se ha seguido fomentando la participación activa de los directivos y mandos intermedios en instituciones del sector del aseguramiento y la previsión social, a través de conferencias y ponencias. Entre dichas participaciones cabe destacar:
 - El patrocinio y la intervención en la Jornada sobre Recursos Humanos organizada por MediaResponsable con el título *"La respuesta desde la RSE a la compleja situación laboral actual"*.
 - El XVII Encuentro del Sector Asegurador, bajo el título *"El futuro del seguro español: Claves en momentos de cambio"*, que contó con la intervención del Director General y abordó los retos futuros del sector por parte de las empresas aseguradoras, la Administración y los medios de comunicación.
 - El Foro de Alta Dirección Aseguradora *"El cliente en la nueva década: Cambios de comportamiento y nuevas exigencias"*, que contó con la participación del Consejero Delegado.

Por otra parte, en el entorno de la prevención de enfermedades, VidaCaixa Grupo, a través de VidaCaixa Adeslas, desarrolla para sus asegurados una importante labor de educación y concienciación con el objetivo de mejorar su salud y calidad de vida. La actuación en este ámbito, que complementa la amplia oferta de productos y servicios de salud ofrecidos, se concreta en las siguientes iniciativas:

- La puesta a disposición de los asegurados de diversos planes de prevención y de cuidados a través de la web corporativa de Adeslas, www.adeslas.es, y el portal de prevención www.prevencion.adeslas.es. A través de ambos *sites* se ofrece información general, respuestas y consejos de prevención y cuidados dirigidos a niños, jóvenes y adultos. Los planes desarrollados hasta ahora son: cáncer de mama, cáncer colorrectal, riesgo vascular, cuidados del bebé, accidentes infantiles, sexualidad y jóvenes, anorexia y bulimia, cuidados del embarazo, parto y puerperio, cuidados del asma, prevención y cuidado de la diabetes y cáncer de cuello uterino (estos tres últimos planes lanzados en 2010). A través de estos planes de prevención y cuidados de VidaCaixa Adeslas, más de 2.000 asegurados han recibido consejos mensualmente, contribuyendo así a la mejora de hábitos y comportamientos saludables.
- Acceso telefónico y asesoramiento a más de 5.600 asegurados inscritos en los programas de prevención de enfermedades crónicas, como son el asma, la diabetes y el riesgo cardiovascular.

A lo largo del 2010 se han puesto en marcha tres nuevos planes de prevención y cuidados a través de la web corporativa de Adeslas, www.adeslas.es



- Las acciones de prevención también tienen como público objetivo a los profesionales médicos de VidaCaixa Adeslas. Además de informarles de los planes de prevención y cuidados, se pretende promover su participación en la difusión de estos programas entre los asegurados que acuden a sus consultas. Cabe destacar las siguientes actuaciones llevadas a cabo en este ámbito: la realización de dos conferencias con médicos de primaria/pediatría y endocrinos en Madrid, y el envío de información sobre los planes de diabetes y asma a alergólogos, médicos de familia y pediatras de todo el país.

Por último cabe destacar que, durante el año 2010, VidaCaixa Adeslas ha continuado su trayectoria de colaboración con la Sanidad Pública a través de un modelo de cobertura sanitaria para los funcionarios y sus familias, siendo la entidad que registra la mayor cuota de asegurados en cada una de las mutualidades, con un total de 940.000 funcionarios.

Programa “Dejar de Fumar” de VidaCaixa Adeslas

A través del programa “Dejar de Fumar”, que cuenta con el aval de la Sociedad Española de Especialistas en Tabaquismo, VidaCaixa Adeslas ofrece a todos sus asegurados un conjunto de herramientas de información y apoyo para dejar de fumar:

- Una guía informativa con consejos prácticos sobre cómo adoptar nuevos hábitos y comportamientos que permitan dejar de fumar.
- Un programa de ayuda dirigido por profesionales médicos de VidaCaixa Adeslas, que ofrecen su orientación y apoyo a lo largo de todo el proceso.
- La realización de dos tests que permiten conocer el nivel de dependencia y, en función de dicho nivel, establecer los mecanismos necesarios para promover la motivación para dejar de fumar.

4.2

Presencia de VidaCaixa Grupo en la sociedad

Participación en la Obra Social “la Caixa”

A través de la contribución que VidaCaixa Grupo realiza al resultado del Grupo “la Caixa”, se colabora de forma indirecta –en forma de dividendos y comisiones– en la labor que desarrolla la Obra Social “la Caixa” en los siguientes ámbitos de actuación: programas sociales, programas medioambientales y ciencia, programas culturales y programas de educación e investigación. En 2010, el presupuesto de la Obra Social alcanzó los 500 millones de euros, manteniéndose en línea con las contribuciones realizadas en años anteriores.

Retorn, el compromiso solidario de los empleados de VidaCaixa Grupo

Retorn, ha continuado con su actividad en 2010 colaborando en 16 proyectos de 15 organizaciones sociales y medioambientales

El compromiso de los empleados de VidaCaixa Grupo en la sociedad se canaliza a través de la iniciativa Retorn, que funciona desde 2006 y que, a partir del año 2010, también integra las iniciativas solidarias realizadas por los empleados de la antigua Adeslas. Desde Retorn se promueven proyectos en tres ámbitos de actuación: empleados, sociedad y medio ambiente.



A lo largo de 2010 se han realizado un total de 16 actividades, en colaboración con 15 organizaciones sociales y medioambientales, y con una contribución de 51.389 euros.

Organizaciones con las que se ha colaborado a lo largo de 2010

- Obra Social “la Caixa”
- Fundación Apadrina un Árbol
- Instituto Ortopedagógico Niño Dios
- Fundación Nuestra Señora del Camino
- Casa do Gaiato
- ONG Cruzada por los Niños
- ONG Coopera
- GAVI Alliance
- Payasos Sin Fronteras
- Centro de Acogida María Reina
- Asociación Mujeres Burkina
- Fundación Banco de Alimentos de Barcelona
- Cruz Roja
- Fundación El Somni dels Nens
- Fundació TV3

En el ámbito social, los ejes de actuación se centran en el desarrollo de acciones relacionadas con la mejora de la calidad de vida y el bienestar de las personas en España, así como la cooperación al desarrollo en países del Tercer Mundo. Entre las diversas iniciativas realizadas en 2010, cabe destacar:

- Casa do Gaiato y ONG Cruzada por los Niños. Mediante la celebración de un partido de fútbol entre padres e hijos de empleados de VidaCaixa Grupo, se consiguió recoger ropa y material escolar, así como recaudar dinero para llevar a cabo un nuevo proyecto en Mozambique desarrollado por ambas organizaciones. Dicho proyecto consiste en la puesta en marcha de escuelas deportivas en la región de Maputo, que beneficiarán a un total de 5.000 niños y jóvenes.
- Centro de Acogida María Reina. La colaboración con esta organización, que atiende a 24 niños con edades comprendidas entre los 4 y los 17 años, se inició en 2009 con la reforma de la pista de baloncesto. En 2010, los empleados de Retorn fueron invitados por la organización a una actividad lúdico-deportiva celebrada en esta cancha.
- Asociación "Mujeres de Burkina". Por segundo año consecutivo se celebró el "Torneo Burkina-Retorn de fútbol", en el que participaron empleados de VidaCaixa Grupo y sus familiares. Gracias al dinero recaudado en el torneo, la asociación ha canalizado la concesión de 25 nuevos microcréditos y el mantenimiento de los 100 ya existentes para mujeres viudas con problemas sociales. La celebración del torneo permitió, además, recoger ropa y material escolar.
- Instituto Ortopedagógico Niño Dios. Con motivo de la Diada de Sant Jordi, se realizó una acción de recogida de libros infantiles y juveniles para aumentar los fondos bibliotecarios de la asociación. Se recogieron un total de 286 libros.



Acción de recogida de libros organizada por Retorn.

- Iniciativas para recoger alimentos y juguetes a favor del Banco de Alimentos de Barcelona, Cruz Roja y la Fundación El Somni dels Nens. Para celebrar la llegada de la Navidad se promovió la participación de los empleados en iniciativas para recoger alimentos a favor de diferentes organizaciones. En total, se recogieron 31 cajas con comida para el Banco de Alimentos y 10 cajas de juguetes para Cruz Roja y la Fundación El Somni dels Nens.
- Donación para la atención a los damnificados por el terremoto de Haití, actividad realizada en colaboración con la Asociación de Voluntarios del Grupo Asegurador de "la Caixa". El programa Retorn quiso solidarizarse con el pueblo de Haití tras el terremoto que asoló el país en el mes de enero, donando 3.000 euros para la atención a los damnificados. Además, se comprometió a contribuir con 1 euro por cada 10 euros donados por los empleados, con un máximo de 3.000 euros, adicionales a los 3.000 euros inicialmente aportados.



SEMANA DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

II ACCIÓN SOLIDARIA DE RECOGIDA DE ALIMENTOS Noviembre de 2010

Del 22 al 26 de noviembre de 2010

En el ámbito medioambiental, los ejes de actuación de Retorn se centran en la involucración de los empleados en la mejora del entorno ambiental. En este sentido, desde 2007 VidaCaixa Grupo colabora con la Fundación Apadrina un Árbol, un programa de reforestación que se lleva a cabo a partir de la recogida de papel de las oficinas de servicios centrales a través de la iniciativa anual "Mejora del Paisaje de la Oficina". Desde el inicio de esta colaboración hasta 2010, se han apadrinado 1.025 árboles (178 en el último ejercicio). Por cada kilo de papel recogido, VidaCaixa Grupo contribuye con 1 euro al programa de reforestación.

Por último, en el entorno personal, los ejes de actuación se han focalizado en la promoción de la actividad física y la salud de los empleados, animándoles a participar en eventos deportivos solidarios.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Desde 2009, VidaCaixa Grupo es participante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

En su esfuerzo para incorporar la gestión responsable dentro de su estrategia, desde el año 2009 VidaCaixa Grupo es participante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y, por ello, se compromete a alinear sus estrategias y operaciones con los diez principios basados en los derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.



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

Colaboración con GAVI Alliance y la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil

GAVI Alliance es una iniciativa internacional dedicada a facilitar el acceso a la vacunación de los niños y niñas que viven en países de rentas bajas y mejorar los sistemas sanitarios de dichos países.

VidaCaixa Grupo se adhirió en 2009 a esta iniciativa, sumándose también a la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil, promovida por "la Caixa" y GAVI Alliance. En 2010, y por segundo año consecutivo, se ha aprovechado la Campaña de Navidad para informar a los clientes de dicha iniciativa, destinándose a esta causa el importe equivalente del presupuesto reservado a regalos navideños. La comunicación a las empresas adjuntaba el folleto "Una década salvando vidas", donde se explicaba el proyecto. Además, el Grupo ha hecho extensible la colaboración a los empleados, dando respuesta de este modo al interés de Retorn y también al colectivo de empresas cliente de VidaCaixa Previsión Social.

VidaCaixa Grupo ha continuado colaborando en la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil destinando el presupuesto anual para obsequios navideños y haciendo extensible la colaboración a sus empleados y al colectivo de empresas cliente



Presencia y participación en Instituciones

VidaCaixa Grupo participa activamente en las siguientes instituciones del ámbito privado:

- Edad&Vida: organización sin ánimo de lucro que tiene por objeto la mejora de las condiciones de vida de las personas mayores.
- Investigación Cooperativa de Empresas Aseguradoras y Fondos de Pensiones (ICEA): asociación a la que pertenece VidaCaixa Grupo, junto con otras entidades aseguradoras españolas, y que tiene como objetivo el estudio de materias relacionadas con el seguro.
- INVERCO: asociación que agrupa a la práctica totalidad de las Instituciones de Inversión Colectiva Españolas, a los Fondos de Pensiones Españoles y a las Instituciones de Inversión Colectiva Extranjeras registradas en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.
- UNESPA (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras): asociación empresarial del seguro que representa a más de 250 entidades aseguradoras en nuestro país.
- Genève Association: organización que difunde la importancia del sector asegurador en la economía a través de la investigación y que agrupa a los presidentes y consejeros delegados de las 80 principales entidades aseguradoras mundiales.
- APD Zona Mediterránea: organización creada para la formación e información de directivos y cuyo fin principal es promover el intercambio de ideas y conocimientos entre los directivos del tejido empresarial español.
- VidaCaixa Grupo invierte en la formación del sector e investigación, colaborando con la Fundación Auditorium del Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona, un centro de formación continuada en materia de seguros.
- Instituto para el Desarrollo de la Integración de la Sanidad, del cual forma parte VidaCaixa Adeslas y cuyo objetivo es promover y promocionar el nivel de calidad y excelencia de la sanidad privada y servir como órgano de interlocución ante la Administración.



5

Medio ambiente

5.1

Estrategia y gestión ambiental

El compromiso de VidaCaixa Grupo a favor del medio ambiente

VidaCaixa Grupo integra los principios de sostenibilidad en el foco de su estrategia de inversiones y en sus procesos de gestión

Toda la organización de VidaCaixa Grupo está sensibilizada y alineada con los objetivos de mejora medioambiental y extiende los siguientes compromisos al conjunto de sus clientes, inversores, gestores, proveedores y sociedad en general:

- El cumplimiento de las normativas en el ámbito ambiental aplicable a su actividad.
- La aplicación de principios y buenas prácticas medioambientales en su gestión.
- La formación y sensibilización de su equipo humano en materia medioambiental.
- La prevención de actividades contaminantes a través de la implantación progresiva de medidas de mejora que garanticen la protección del medio ambiente.
- La difusión de la operativa en materia medioambiental entre todos los proveedores.
- La puesta a disposición de todos los grupos de interés de la lista de acciones medioambientales llevadas a cabo.

Asimismo, con la adhesión a los Principios para la Inversión Responsable de las Naciones Unidas (PRI), se garantiza que cualquier inversión gestionada por la Compañía incorpore criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

Con este compromiso, VidaCaixa Grupo integra los principios de sostenibilidad en el foco de su estrategia de inversiones y también en sus procesos de gestión.

Actuaciones desarrolladas para minimizar el impacto ambiental

Los compromisos anteriormente citados se articulan en un conjunto de actuaciones que están en línea con los retos medioambientales planteados en 2009:

- Se ha lanzado en 2010 la campaña "Llegó la hora de cuidar al paciente más importante: nuestro planeta" para sensibilizar a todos los empleados de servicios centrales, centros médicos y oficinas propias de la antigua Adeslas. La campaña arrancó con una comunicación desde la dirección para involucrar a todos los empleados. Los elementos de difusión de esta campaña han consistido en la elaboración de dos monográficos para promover el uso responsable de la energía y el papel y una guía completa sobre medio ambiente que se ha ubicado en la intranet corporativa. Además de estos elementos, se ha distribuido diverso material divulgativo, como carteles y alfombrillas para el ratón del ordenador, y se ha habilitado un buzón de correo electrónico abierto a las sugerencias y comentarios de los empleados, con el objetivo de crear una conciencia y cultura a nivel interno que impulsaran la mejora del comportamiento ambiental de los profesionales de la Compañía.
- En línea con los años anteriores, se ha continuado con la difusión de la Guía de Buenas Prácticas para Imprimir y del Catálogo de Buenas Prácticas Ambientales para los empleados de la antigua SegurCaixa Holding, en la que se abordan tres líneas de actuación:

- El buen uso del material de oficina, mediante la utilización de materiales sostenibles como el papel reciclado, los sobres multiuso y tóneres reutilizados, y la concienciación sobre su uso responsable.
- La gestión y el tratamiento de los residuos, fomentando comportamientos que reduzcan el consumo de papel, cintas de datos, carpetas y otros elementos y materiales de oficina.
- Ahorro de energía y agua, en el que se establecen recomendaciones sobre la utilización en modo de ventilación de las máquinas de climatización tras la jornada laboral, el apagado de la luz en salas y lavabos, la utilización de persianas para aprovechar la luz solar, o el uso de cisternas con doble pulsador en los lavabos.



- VidaCaixa Grupo ha continuado sensibilizando a los empleados de servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding en el uso responsable de la energía en el centro de trabajo. Esta acción de información y educación permanente se realiza a través de recordatorios en los pulsadores sanitarios y salas de reuniones; la publicación de noticias en el *Área Informativa*, la revista interna de VidaCaixa Grupo; la puesta en marcha de iniciativas medioambientales en la organización, y la difusión a través de la Intranet de los catálogos de buenas prácticas para imprimir y para realizar un uso eficiente de los recursos.



- Toda esta labor de información y educación complementa la actuación que se llevó a cabo en 2008 con la instalación de detectores de presencia y pulsadores en los sanitarios y la reestructuración del servicio de limpieza nocturno para lograr un consumo más eficiente de la energía eléctrica. Asimismo se ha proseguido con el proceso, iniciado en 2008, de racionalización de los equipos de impresión de los servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding. A través de esta iniciativa, se ha procedido a realizar un proceso de sustitución consistente en la incorporación de nuevos equipos más respetuosos con el medio ambiente, que permiten la impresión a doble cara y disponen de función de escáner incorporada.
- Se ha celebrado una nueva Jornada para la Mejora del Paisaje de Oficina en los servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding, a través de la cual –y gracias a la participación de los empleados– se ha conseguido recoger 1.781 kilos de papel, un 45% menos que en 2009. Con esta medida se ha logrado apadrinar un total de 1.032 árboles desde 2007, de cuyo cuidado y mantenimiento se responsabiliza VidaCaixa Grupo durante 10 años.



- También, como medida para promover el ahorro energético, se ha procedido al cierre de la luz del letrero de VidaCaixa situado en lo alto del edificio de servicios centrales de Barcelona, de lunes a jueves entre las 23:00 h y las 6:00 h.

**“A lo largo del 2010,
VidaCaixa Grupo
ha continuado con
las actuaciones
desarrolladas para
minimizar el impacto
ambiental, iniciadas
en 2009”**

5.2

Gestión del impacto ambiental

Consumos

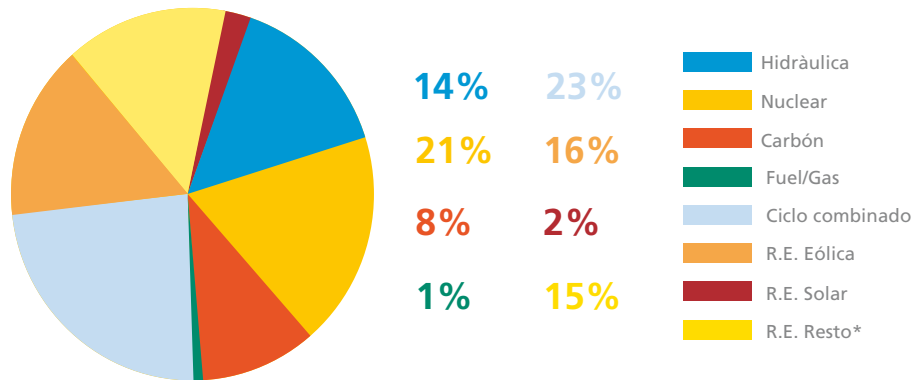
Gracias a las medidas de eficiencia implantadas el consumo de papel se ha reducido en un 17% con respecto a 2009

A pesar de que el impacto de la actividad de VidaCaixa Grupo sobre el medio ambiente es menos relevante que el de otros sectores de actividad más intensivos en el consumo de recursos y en la generación de residuos, la organización realiza un esfuerzo permanente para promover el uso eficiente de los recursos con el objetivo de que el impacto sea mínimo. Esto ha sido posible gracias a la labor realizada en educación y sensibilización ambiental de los empleados, la cual se ha traducido en comportamientos a favor del medio ambiente que están en consonancia con los valores de VidaCaixa Grupo.

Energía eléctrica

El consumo de energía eléctrica proviene de la red pública de abastecimiento. En 2010 ha supuesto un total de 20.436 GJ. Comparativamente respecto a 2009, se ha producido un decremento del 1%.

Cobertura de la demanda anual



* Incluye cogeneración (12%) y otras renovables (3%)
R.E.: Régimen especial.
Fuente: datos de Red Eléctrica

Papel

El papel es el recurso que tiene un mayor consumo. En total se han consumido 83 toneladas de papel. Esta cantidad ha supuesto un decremento del 17% respecto al 2009. Este descenso se debe a la incorporación de medidas de eficiencia en los equipos de impresión. El volumen de papel reciclado respecto al papel blanco tradicional representa un 18%, 7 puntos porcentuales más que en 2009, lo que refleja el compromiso de VidaCaixa Grupo a favor del medio ambiente.

Agua

El consumo de agua de VidaCaixa Grupo proviene de la red municipal de abastecimiento. En 2010 el consumo total de agua ha alcanzado los 5.768 m³, cantidad que ha supuesto un incremento significativo respecto al dato publicado en 2009. Esto se debe a que en 2010 se ha reportado el consumo de agua de los servicios centrales de Adeslas en Madrid, dato que no había sido comunicado anteriormente.

Gasoil

Respecto al consumo de gasoil cabe remarcar que, debido a que VidaCaixa Grupo no dispone de grupos electrógenos propios, el consumo de este combustible no es relevante.

**Consumo Interno:
Indicadores de Impacto Ambiental***

	2009	2010
Papel		
Total papel consumido VidaCaixa Grupo	100 t	83 t
Total papel consumido por empleado	39,3 kg	31,3 kg
Papel reciclado sobre el total consumido	11%	18%
Agua		
Total agua consumida VidaCaixa Grupo	3.417 m ³	5.768 m ³
Energía eléctrica (Factor de conversión: GJ por kWh: 0,0036)		
Total energía eléctrica consumida VidaCaixa Grupo	20.586 GJ	20.436 GJ
Total energía eléctrica consumida por empleado	8,1 GJ	8,6 GJ

* Nota: No incluyen datos de clínicas dentales.

Agua:

- Año 2009: no incluye la antigua Adeslas ni AgenCaixa.
- Año 2010: no incluye AgenCaixa, ni la red de oficinas y centros médicos de la antigua Adeslas.



Emisiones de CO₂

En 2009 se han instalado nuevas unidades de videoconferencia para facilitar la comunicación disminuyendo los desplazamientos

En 2009 se procedió a realizar el cálculo de partida de la huella de carbono de VidaCaixa Grupo. Con motivo del proceso de integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo, las acciones de continuidad para mejorar el impacto se han desplazado a 2011. A lo largo de 2010 se ha proseguido con la labor de sensibilización de la plantilla, con el objetivo de racionalizar los desplazamientos fomentando un mayor uso de las tecnologías de la información y la comunicación. En este sentido, se han instalado nuevas unidades de videoconferencia para facilitar la comunicación a distancia y evitar desplazamientos, contribuyendo así a una mayor eficiencia y un menor impacto sobre el medio ambiente. Esta iniciativa es muy importante especialmente en un ejercicio como éste en que, debido al proceso de integración, la frecuencia y el volumen de viajes entre Barcelona y Madrid es muy elevado. Asimismo, se ha continuado con la política de sustituir los equipos de trabajo existentes por herramientas más eficientes que mejoren los consumos de energía así como con la política de sensibilizar a los empleados con el objetivo de crear una cultura favorable hacia el medio ambiente. Por último, se ha producido un proceso de sustitución en la utilización del transporte de media y larga distancia, en el que se ha tratado de fomentar el uso del ferrocarril frente al avión. Como resultado de estas acciones, en 2010 se ha logrado reducir el total de emisiones en un 14% respecto a 2009.

A lo largo de 2010 se ha proseguido la labor de sensibilización, lo que ha supuesto una reducción del 14% en el total de emisiones

CO ₂ (kg)	2009	2010
Transporte		
Total tren	112.399*	161.709
Total avión	694.888	488.115
Papel		
Total	105.771	94.156
Electricidad		
Total	2.000.242	1.918.105

* Nota: En la partida de "Total tren 2009", sólo se incluyen datos de las emisiones de la antigua Adeslas.



Gestión de los residuos

El compromiso con la eficiencia en el consumo energético se extiende también al uso de los productos y, en consecuencia, a la gestión de los residuos generados.

El volumen de residuos de material RAEE (Registro Nacional de Productores de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) gestionados ha supuesto un total de 11.235 kilos. El incremento respecto al año 2009 se debe al hecho de que, a partir de 2010, se ha medido la gestión de residuos de material RAEE procedentes de los servicios centrales de Adeslas y de las oficinas propias, y que han representado 10.440 kg.

La cantidad de papel reciclado en 2010 se ha incrementado un 14% respecto a 2009, el plástico un 5%, la recogida de pilas ha aumentado un 96% y el consumo de tóner un 52% en el mismo período de tiempo.

Residuos generados para su reciclaje*	2009	2010
Total papel (kg)	136.820	155.496
Total plástico (kg)	3.019	3.184
Total pilas (kg)	48	94
Total cartuchos de tóner (unidades)	2.664	4.059
Total material RAEE (Registro Nacional de Productores de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) (kg)	971	11.235

*Nota: No incluyen datos de AgenCaixa por no considerarse significativos, ni de clínicas dentales.

Plástico:

- No incluye servicios centrales de Madrid de la antigua SegurCaixa Holding por no considerarse significativos, ni información de la antigua Adeslas, que no recicla.

Pilas:

- No incluye servicios centrales de Madrid de la antigua SegurCaixa Holding por no considerarse significativos, ni información de la antigua Adeslas, que no recicla.

Tóner:

- Año 2010: no incluye servicios centrales de Madrid de la antigua SegurCaixa Holding ni oficinas propias por no considerarse significativo.

Material RAEE:

- Año 2009: no incluye Servicios Centrales de Madrid de la antigua SegurCaixa por no considerarse significativos, ni información de la antigua Adeslas.
- Año 2010: no incluye Servicios Centrales de Madrid de la antigua SegurCaixa por no considerarse significativos, ni información de los centros médicos.



6

Resumen de indicadores

CONTENIDOS GRI G3

1 ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		Informado	Páginas Informe
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	●	5
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	●	13-23, Informe Gobierno Corporativo 2010 (97-98)
2 PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		Informado	Páginas Informe
2.1	Nombre de la organización.	●	Interior contraportada
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	●	14, 28-30
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (JV).	●	Informe Anual 2010 (7)
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	●	Interior contraportada, Informe Anual 2010 (7)
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	●	Informe Anual 2010 (8)
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (76)
2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	●	Informe Anual 2010 (8)
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido: <ul style="list-style-type: none"> • Número de empleados • Ventas netas (para organizaciones sector privado) o ingresos netos (para organizaciones sector público) • Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto (organizaciones sector privado) • Cantidad de productos o servicios prestados 	●	29, Informe Anual 2010 (2, 26-51)
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos: <ul style="list-style-type: none"> • La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones, y • Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado). 	●	5
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	●	24, Informe Anual 2010 (62)
3 PARÁMETROS DE LA MEMORIA			Páginas Informe
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria (por ejemplo, ejercicio fiscal, año natural).	●	2010
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	●	2009
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	●	Anual
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	●	Interior contraportada
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de la materialidad • Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria • Identificación de los grupos de interés que se prevé que utilicen la memoria 	●	7-10
3.6	Cobertura de la memoria (p. ej., países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	●	VidaCaixa Grupo
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	●	No existen limitaciones del alcance o cobertura del presente Informe.

	Informado	Páginas Informe
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (<i>joint ventures</i>), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	●	10
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	●	10
3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reformulación de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reformulación (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio o métodos de valoración).	●	10
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	●	5
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	●	Tabla de Indicadores de GRI.
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	●	Informe verificación independiente.
4 GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN GRUPOS INTERÉS	Informado	Páginas Informe
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (76-77)
4.2 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (77)
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (77)
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (87)
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (90-92)
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (97-98)
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (93)
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	●	5, 11-12
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	●	Informe Anual 2010 (13-14), Informe Gobierno Corporativo 2010 (97-98)
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (97-98)
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	●	7-10
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	●	81-90

Informado

Páginas Informe

4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a los que la organización apoya y: <ul style="list-style-type: none"> • Esté presente en los órganos de gobierno • Participe en proyectos o comités • Proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios • Tenga consideraciones estratégicas 	●	89-90
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	●	7
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	●	7-10. Después de un análisis de los grupos de interés relevantes para VidaCaixa Grupo, se ha concluido que estos son coincidentes con los reportados por el grupo "la Caixa", grupo empresarial al que pertenece VidaCaixa.
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	●	7-10
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	●	8-12

INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN Y/O DIRECCIÓN

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Informado

Páginas Informe

Comentarios indicador*

Desempeño económico	●	Informe Anual 2010 (105-107, 182, 191)
Presencia en el mercado	●	54-56, 74
Impacto económico indirecto	●	89-90

DIMENSIÓN AMBIENTAL

Informado

Páginas Informe

Comentarios indicador*

Materiales	●	95-96, 98
Energía	●	95
Agua	●	95
Biodiversidad	○	Indicador no aplicable a las actividades de VidaCaixa Grupo, ya que no dispone de instalaciones en espacios protegidos o en áreas de biodiversidad.
Emisiones, vertidos y residuos	●	97
Productos y servicios	●	95-97
Cumplimiento normativo	●	95-97
Transporte	●	97
Aspectos generales	●	23

DIMENSIÓN SOCIAL - Prácticas laborales y ética en el trabajo

Informado

Páginas Informe

Comentarios indicador*

Empleo	●	59-62
Relación Empresa/Trabajadores	●	71-73
Salud y Seguridad en el trabajo	●	78-79
Formación y Educación	●	65-68
Diversidad e Igualdad de oportunidades	●	77

DIMENSIÓN SOCIAL - Derechos Humanos	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador*
Prácticas de inversión y aprovisionamientos	●	54-56	
No discriminación	●	77	
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	●	78	
Abolición de la Explotación Infantil	●		Dado su ámbito de actuación, en VidaCaixa Grupo no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo.
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	●	64	
Prácticas de Seguridad	●	78-79	
Derechos de los indígenas	○		Indicador no aplicable a las actividades de VidaCaixa Grupo, dado que su actividad de aseguramiento y previsión social se centra exclusivamente en el territorio nacional.

DIMENSIÓN SOCIAL - Sociedad	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador*
Comunidad	●	81-90	
Corrupción	●	37-41	
Política Pública	○		Indicador no aplicable a las actividades de VidaCaixa Grupo.
Comportamiento de Competencia Desleal	●		No hay procedimientos abiertos contra VidaCaixa Grupo por prácticas de anticompetencia.
Cumplimiento normativo	●		No se han producido sanciones, multas ni incumplimientos significativos.

DIMENSIÓN SOCIAL - Responsabilidad de producto	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador*
Salud y Seguridad del Cliente	●	37-42	
Etiquetado de Productos y Servicios	●	37-42	
Comunicaciones de Marketing	●	37-42	
Privacidad del Cliente	●	37-42	
Cumplimiento normativo	●		No se han producido sanciones, multas ni incumplimientos significativos.

INDICADORES GRI G3 Y ESPECÍFICOS DEL SECTOR FINANCIERO

INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO		Tipo	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador*
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	C	●	75, 86, Informe Anual 2010 (105-107, 182, 191)	
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	C	●	No existen consecuencias financieras directas a corto plazo para las actividades de VidaCaixa Grupo debido al cambio climático: Informe Anual 2010.	
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	C	●	75-76	
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	C	●	No se han recibido subvenciones durante 2010.	
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	A	●	74	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	C	●	54-56. VidaCaixa Grupo define a los proveedores "locales" como aquellos cuya base de operaciones es España. El volumen de compras a proveedores "no locales" no es significativo.	
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	C	○		Indicador no aplicable debido que la actividad de VidaCaixa Grupo se centra en el territorio nacional.
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	C	●	No existen inversiones en infraestructuras y servicios prestados para el beneficio público derivado de compromisos comerciales.	
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	A	●	86-90	
INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL		Tipo	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador*
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	C	○	95-96	Indicador no aplicable debido a que en la actividad de VidaCaixa Grupo no se hace uso de materiales no renovables.
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	C	●	95-96	
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	C	○	95-97	Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo no consume energía procedente de fuentes primarias, sino que únicamente consume energía eléctrica.
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	C	●	95. Toda la energía consumida por VidaCaixa Grupo proviene de la red eléctrica. Durante el 2010, la distribución de la energía eléctrica de la red eléctrica procedente de fuentes renovables fue del 35% (energía hidráulica, solar, eólica, y el resto, otras renovables) y la energía eléctrica procedente de fuentes no renovables fue del 65%.	
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	A	●	95-98	
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	A	●	92-98	
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	A	●	92-98	
EN8	Captación total de agua por fuentes.	C	○	95	Indicador no aplicable debido a que el agua que utiliza VidaCaixa Grupo es siempre de abastecimiento municipal.
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	A	○		Indicador no aplicable debido a que el agua que utiliza VidaCaixa Grupo es siempre de abastecimiento municipal, por lo que no se afecta a fuentes de agua ni a hábitats relacionados.
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	A	○		Indicador no aplicable debido a que en la actividad de VidaCaixa Grupo no se recicla ni reutiliza agua.

INDICADORES DEL DESEMPEÑO AMBIENTAL		Tipo	Informado	Páginas Informe	Comentarios indicador*
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	C			Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo no dispone de instalaciones en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	C			Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo no realiza ninguna actividad nociva en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	A			Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo no dispone de instalaciones en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	A			Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo no dispone de instalaciones en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	A			Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo no dispone de instalaciones en espacios protegidos o en áreas de alta biodiversidad.
EN16	Emissiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	C		97	Indicador no aplicable debido a que en la actividad de VidaCaixa Grupo las emisiones de CO ₂ son indirectas, debido al consumo de papel, energía eléctrica y desplazamientos organizativos.
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	C		97	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	A		97	
EN19	Emissiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	C			Indicador no significativo debido a que VidaCaixa Grupo no produce emisiones significativas de sustancias destructoras de la capa de ozono.
EN20	NO _x , SO _x y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	C			Indicador no significativo en VidaCaixa Grupo, dado su bajo nivel de consumo de combustibles fósiles.
EN21	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	C		95	Indicador no aplicable debido a que en la actividad de la compañía los vertidos de aguas residuales únicamente provienen de las aguas sanitarias.
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	C		98	Indicador no aplicable debido a que los residuos de VidaCaixa provienen del material de oficina.
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	C			Durante 2010 no se ha producido en VidaCaixa Grupo ningún derrame accidental significativo.
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	A			Indicador no aplicable a las actividades de VidaCaixa Grupo.
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	A			Indicador no aplicable a las actividades de VidaCaixa Grupo.
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	C		92-98	Indicador no aplicable debido a que la actividad de VidaCaixa Grupo no tiene impacto en el vertido de aguas residuales ni en la contaminación acústica, por lo que no se diseñan medidas vinculadas a reducir su impacto medioambiental.
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	C			Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo únicamente comercializa productos y servicios de aseguramiento y previsión social y, por tanto, no son susceptibles de ser recuperados.
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	C			Durante 2010, VidaCaixa Grupo no ha sido objeto de multa o sanciones judiciales relacionadas con el cumplimiento de la normativa ambiental.
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	A		97	Indicador no significativo debido a que el transporte de productos y servicios de VidaCaixa Grupo no tiene impactos significativos.

INDICADORES DEL DESEMPEÑO SOCIAL Tipo Informado Páginas Informe Comentarios indicador*

PRÁCTICAS LABORALES

LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	C	●	59-60, 62	
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	C	◐	60-62	Indicador no aplicable debido a que la actividad de VidaCaixa Grupo se centra exclusivamente en el territorio español.
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	A	●	75-76	
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	C	●	78	
LA5	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	C	●	Se acogen a la legislación vigente nacional.	
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	A	●	79	
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	C	◐	79	Indicador no aplicable debido a que se informa del dato global sin desglosar por región debido a que la actividad de VidaCaixa se centra en España, y el desglose regional no aporta información relevante en comparación con el esfuerzo que representa su búsqueda.
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	C	◐	78-79	Indicador no aplicable debido a que en la actividad de VidaCaixa Grupo los trabajadores no están sometidos a padecer enfermedades graves.
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	A	●	78-79	
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	C	●	68	
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	A	◐	65-66, 69	Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo no hace distinciones entre sus trabajadores en materia de formación.
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	A	●	65	
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	C	◐	60-67, Informe Gobierno Corporativo 2010 (77)	Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo no hace distinciones por razón de sexo en su proceso de selección, y no se considera material establecer una política sobre la presencia de minorías étnicas en su Consejo de Administración.
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	C	●	77; El ratio salarial hombres/mujeres en VidaCaixa Grupo es 1.	

DERECHOS HUMANOS

HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	C	●	34-35. Todas las inversiones de VidaCaixa Grupo están sujetas a los principios PRI y, por tanto, requieren el cumplimiento de cláusulas vinculadas a derechos humanos.	
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	C	○		Indicador no disponible debido a que los sistemas de información actuales de la compañía no permiten obtener esta información. Se valorará la posibilidad de implantar herramientas de cálculo para este indicador a medio plazo (2014).
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	A	◐	En los valores y en el Código Ético de VidaCaixa Grupo se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés.	Indicador no disponible. Sólo se informa cualitativamente. Se valorará la posibilidad de informar a medio plazo (2014).

DERECHOS HUMANOS

HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	C	●	Durante el 2010 no se ha producido en VidaCaixa Grupo ninguna incidencia por discriminación.	
HR5	Actividades de la Compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	C	●	Durante el 2010 VidaCaixa Grupo no ha identificado situaciones de riesgo en este sentido.	
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	C	●	Dado su ámbito de actuación, en VidaCaixa Grupo no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo.	
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	C	●	Dado su ámbito de actuación, en VidaCaixa Grupo no se han identificado actividades ni operaciones de riesgo.	
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	A	◐	En los valores y en el Código Ético de VidaCaixa Grupo se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés.	Indicador no disponible. Sólo se informa cualitativamente. Está previsto informar en 2014.
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	A	○		Indicador no aplicable debido a que la actividad de aseguramiento y previsión social desarrollada por VidaCaixa Grupo se centra exclusivamente en el territorio español.

SOCIEDAD

SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	C	●	81-85. Durante el 2010 VidaCaixa Grupo ha mantenido reuniones con sus grupos de interés con el fin de poder conocer el <i>feedback</i> de todas las acciones llevadas a cabo por la compañía.	
FS13	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	C	●		42-43
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	C	●		42-43
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	C	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (97-98)	
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	C	●	38-40. Todos los trabajadores de VidaCaixa Grupo reciben formación en materia anticorrupción a través del Código Ético de la compañía.	
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	C	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (81)	
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i> .	C	●	VidaCaixa Grupo no tiene una política general definida con relación a la participación en el desarrollo de políticas públicas o actividades de <i>lobbying</i> .	
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	A	●	Durante 2010 no se han producido en VidaCaixa Grupo dichas aportaciones.	
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	A	●	No hay procedimientos abiertos contra VidaCaixa Grupo por prácticas de anticompetencia.	
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	C	●	No se han producido sanciones, multas ni incumplimientos significativos.	

REponsabilidad del producto

FS15	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	C	●	42-43	
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	C	◐	31-33, 42-45, 84-85	Indicador no aplicable debido a que dentro de la actividad de VidaCaixa Grupo no se realizan este tipo de acciones/servicios.
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	A	●		No se han producido sanciones, multas ni incumplimientos significativos.
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	C	◐	37-40	Indicador no significativo debido a que la actividad de VidaCaixa Grupo no tiene un impacto social y medioambiental significativo.
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	A	●	37-40	
FS16	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipos de beneficiarios.	C	●	42-43	
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	A	●	44-53	
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	C	◐	38-40	Indicador no aplicable debido a que VidaCaixa Grupo se adhiere a los nuevos códigos establecidos por el sector, por lo que se adapta a la periodicidad de su publicación.
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	A	●		No se han producido sanciones, multas ni incumplimientos significativos.
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	A	●		No se han producido sanciones, multas ni incumplimientos significativos.
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	C	●		No se han producido sanciones, multas ni incumplimientos significativos.

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

FS1	Políticas con componente medioambiental y social aplicadas a las líneas de negocio.	C	●	34-36, 89-90
FS2	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	C	●	34-36, 95-98
FS3	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	C	●	34-41
FS4	Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.	C	●	92-99
FS5	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	C	●	34-36, 92-98

Indicadores de gestión del portfolio de producto

FS6	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector.	C	●	27
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio, desglosado por objetivos.	C	●	Informe Anual 2010 (26)
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio, desglosado por objetivos.	C	●	Informe Anual 2010 (26)

Indicadores de gestión de procesos de auditoría

FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y de los procedimientos para evaluar el riesgo.	C	●	5, Informe de Gobierno Corporativo (97-98)
-----	--	---	---	--

Indicadores de gestión del ejercicio de la propiedad

FS10	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	C	●	Informe Anual 2010 (26)
FS11	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	C	●	Durante 2010 VidaCaixa Grupo no ha detectado riesgos medioambientales y sociales significativos en su cartera de inversión.
FS12	Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.	C	●	Informe Gobierno Corporativo 2010 (84)

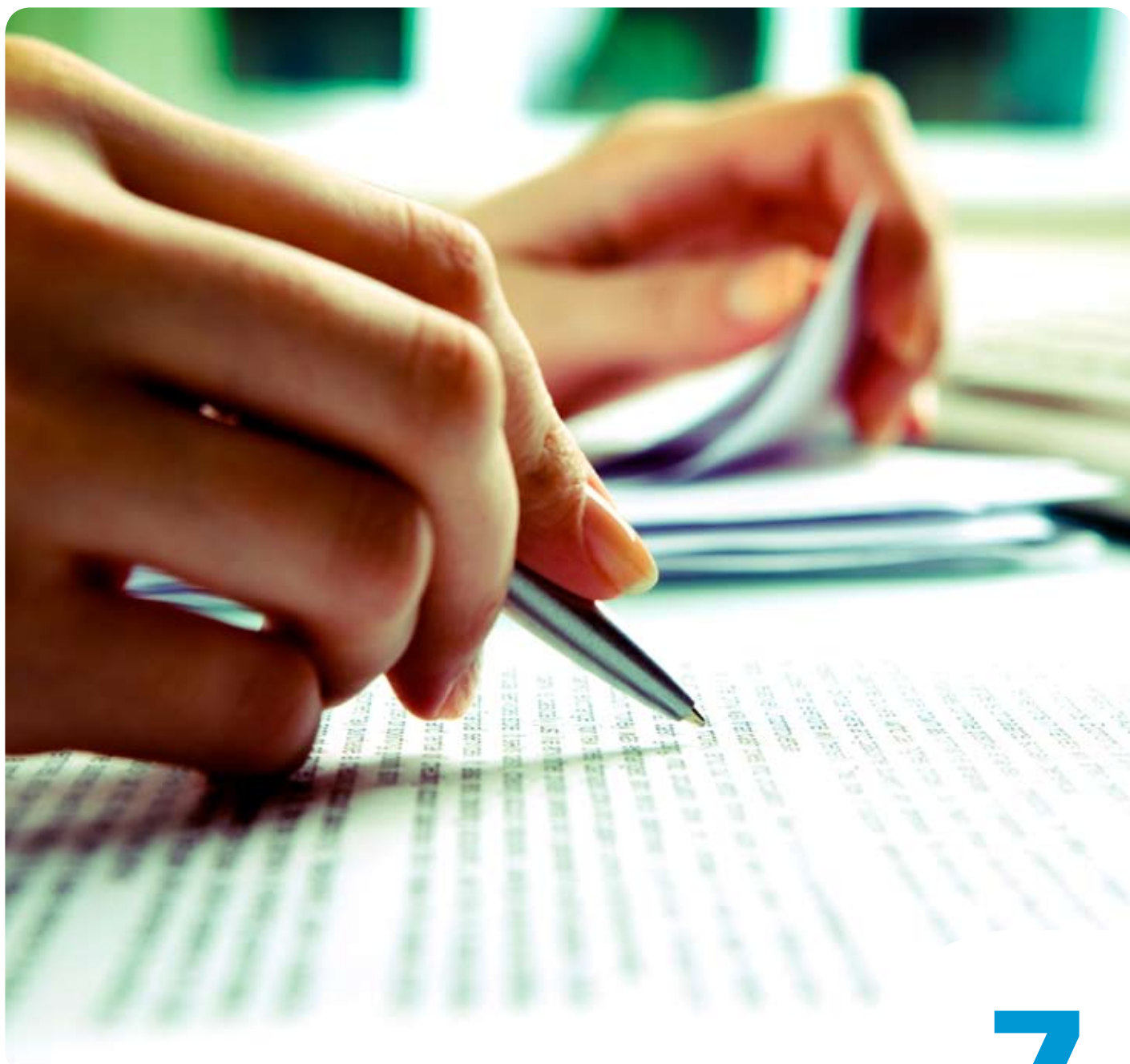
C Indicador GRI G3 Central
A Indicador GRI G3 Adicional

- Totalmente reportado
- ◐ Parcialmente reportado
- No reportado

* Se indican los motivos y explicaciones pertinentes cuando el indicador no está reportado o está parcialmente reportado.

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS (GLOBAL COMPACT)

DERECHOS HUMANOS	Páginas Informe	Indicadores GRI
Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos internacionales, en su ámbito de influencia.	En los valores de VidaCaixa Grupo se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés.	HR1, HR2, HR3, HR4, HR8
Las empresas deben asegurarse que no son cómplices de abusos de derechos humanos.	En los valores de VidaCaixa Grupo se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés.	HR1, HR2, HR3, HR4, HR8
TRABAJO	Páginas Informe	Indicadores GRI
Las empresas deben defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	78	HR5, HR6, HR7, HR9, LA (1 a 14)
Las empresas deben eliminar toda forma de trabajo forzado y obligatorio.	78	HR5, HR6, HR7, HR9, LA (1 a 14)
Las empresas deben abolir efectivamente el trabajo infantil.	En los valores de VidaCaixa Grupo se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés.	HR5, HR6, HR7, HR9, LA (1 a 14)
Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	78	HR5, HR6, HR7, HR9, LA (1 a 14)
MEDIO AMBIENTE	Páginas Informe	Indicadores GRI
Las empresas deben apoyar un enfoque de precaución frente a los retos medioambientales.	92-94	EN (1 a 30)
Las empresas deben acometer iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental.	92-94	EN (1 a 30)
Las empresas deben impulsar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente	92-94	EN (1 a 30)
ANTICORRUPCIÓN	Páginas Informe	Indicadores GRI
Las empresas deben luchar contra toda forma de corrupción, incluyendo el chantaje y el soborno	En los valores de VidaCaixa Grupo se contempla la honestidad, el respeto y los derechos humanos de las personas y sus grupos de interés.	SO (2 a 8)



7

Informe de revisión independiente y declaración de control del nivel de aplicación GRI



INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2010

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

Alcance del trabajo

Hemos realizado la revisión de los siguientes aspectos del Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 (en adelante IRC 2010) de VidaCaixa Grupo, S.A. y su Grupo de Sociedades (en adelante VidaCaixa) para el ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2010:

- La adaptación de los contenidos del IRC 2010 a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), así como la validación de los indicadores de desempeño principales propuestos en dicha guía y de los correspondientes al suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros.
- La adecuación de los contenidos del IRC 2010 a los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta de la Norma *AA1000 Accountability Principles Standard 2008* emitida por *AccountAbility, Institute of Social and Ethical Accountability* (en adelante, AA1000APS (2008)).

La preparación del IRC 2010, así como el contenido de la misma, es responsabilidad de la Dirección de VidaCaixa, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información y los sistemas para la aplicación de los principios de la AA1000APS (2008). Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Criterios y procedimientos aplicados para realizar la verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (Limited Assurance Engagements)* emitida por el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la *Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa* emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España. Asimismo, hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con la Norma *AA1000 Assurance Standard 2008* de AccountAbility, bajo un encargo de aseguramiento moderado Tipo 2, para proporcionar un aseguramiento limitado sobre los indicadores de desempeño principales y los contenidos en el suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros de la Guía G3 del GRI correspondientes al año 2010, y la aplicación de los principios de la AA1000APS (2008).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de VidaCaixa que han participado en la elaboración del IRC 2010, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que, con carácter general, se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de VidaCaixa para conocer los enfoques de gestión aplicados y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Reuniones con el personal de VidaCaixa para conocer los procedimientos, sistemas y enfoques de gestión empleados en relación con la consideración y cumplimiento de los principios de la AA1000APS (2008).

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

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

- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el IRC 2010.
- Revisión de la efectividad de los procesos utilizados para cumplir con los principios de la AA1000APS (2008).
- Análisis de la adaptación de los contenidos del IRC 2010 a lo señalado en la Guía G3 del GRI y a los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta de la norma AA1000APS (2008), así como la comprobación de que los indicadores principales y los indicadores específicos del suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros, incluidos en el IRC 2010, se corresponden con los recomendados por dicho estándar, y que se indican tanto los no aplicables como los no disponibles.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados a cada grupo de indicadores.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores principales y los indicadores específicos del suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros correspondientes al ejercicio 2010 incluidos en el IRC 2010, y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de VidaCaixa.

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

Independencia

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

Conclusión

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IRC 2010 de VidaCaixa contiene errores significativos o no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3).

Asimismo, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el IRC 2010 de VidaCaixa no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta establecidos en la norma AA1000APS (2008). En concreto:

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

Recomendaciones

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

Inclusividad

VidaCaixa mantiene un diálogo continuo con sus grupos de interés a través de los distintos canales de comunicación de los que dispone en sus diferentes áreas de negocio. Se recomienda ampliar el análisis de prioridades de forma que incorpore, con el mismo nivel de profundidad, a todos los grupos de interés dentro del proceso de integración de nuevas actividades. Asimismo se sugiere impulsar nuevas acciones de diálogo que permitan implicar activamente a los grupos de interés en la estrategia de responsabilidad corporativa de VidaCaixa.

Relevancia

VidaCaixa evalúa la materialidad y relevancia de los asuntos de sostenibilidad en base a consultas a los principales grupos de interés, tanto internos como externos. Con la incorporación de nuevas actividades se recomienda consolidar un proceso que garantice una adecuada cobertura de todos los aspectos relacionados con la Responsabilidad Corporativa (en adelante, RC) y que permita su integración homogénea en el Grupo.

Capacidad de respuesta

El Comité de RC, formado por las personas coordinadoras de RC en cada unidad de negocio, promueve y dinamiza la responsabilidad en VidaCaixa. Se recomienda consolidar el papel dinamizador de este comité involucrándolo de forma más activa en la toma de decisiones en materia de RC del Grupo.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.



Mª Luz Castilla
Director
27 de junio de 2011





Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **VidaCaixa Grupo** ha presentado su memoria "Informe de Responsabilidad Corporativa 2010" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

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

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

Amsterdam, 8 Julio 2011



Nelmara Arbex
Subdirectora Ejecutiva
Global Reporting Initiative



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

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

Descargo de responsabilidad: En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 23 Junio 2011. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

Para más información

General

VidaCaixa Grupo

Juan Gris, 20-26. 08014, Barcelona

Teléfono: 93 227 87 00 / Fax: 93 298 90 05

Dirección en Internet: www.vidacaixa.com

Responsabilidad Corporativa

Marc Puig Ramos

Director de Desarrollo Corporativo y Calidad

Juan Gris, 20-26. 08014, Barcelona

Teléfono: 93 227 88 50 / Fax: 93 298 90 08

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

Otras publicaciones:

Informe Anual VidaCaixa Grupo 2010

Informe de Responsabilidad Corporativa SegurCaixa Holding 2009

VidaCaixa Grupo, S.A.U

Domicilio Social: Juan Gris, 20-26 – 08014 Barcelona, España

Número de identificación fiscal: A 60196946

Teléfono: (34) 93 227 87 00

Fax: (34) 93 298 90 05

Dirección en Internet: www.vidacaixa.com

