



Informe Anual Integrado 2012

 **SegurCaixa Adeslas**

## Alcance del informe

El presente Informe Anual Integrado corresponde a SegurCaixa Adeslas con un perímetro de consolidación en función de la naturaleza de la información facilitada.

Todos los datos y actuaciones reportados en este informe se refieren a SegurCaixa Adeslas, incluyendo la información de Aresa. La información económica y financiera toma como base las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2012 de SegurCaixa Adeslas. Dichas cuentas anuales y el informe de gestión consolidado, junto con el informe de auditoría fechado el 8 de marzo de 2013, en el que se expresa una opinión favorable, pueden consultarse en la página web corporativa de SegurCaixa Adeslas: [www.segurcaixaadeslas.es](http://www.segurcaixaadeslas.es)

Más información sobre la cobertura y el alcance, el diálogo con los grupos de interés, la materialidad, así como los contenidos e indicadores GRI, pueden consultarse en el apartado “Anexo” integrado en el presente informe.

# Índice

1. Carta del Presidente	4
2. SegurCaixa Adeslas en 2012	5
Quién es SegurCaixa Adeslas	6
Principales hitos en 2012	19
3. Órganos de gobierno	21
Consejo de Administración	23
Equipo directivo	24
4. Estrategia de SegurCaixa Adeslas	25
Contexto económico y evolución del sector asegurador	26
Un excelente equipo de profesionales	31
Excelencia operacional	45
Clientes fieles	55
5. Generación de valor económico y social	72
Crecimiento sólido	73
Salud: liderazgo e incremento de las cuotas de mercado	74
Liderazgo en la distribución bancoaseguradora	80
La aportación de SegurCaixa Adeslas a los accionistas	83
Promoción del aseguramiento en la sociedad	84
Educación para la salud	88
Reducción del impacto ambiental	90
6. Objetivos y retos	94

## ANEXOS



### Materialidad



### Tabla indicadores GRI 3.1



### Anexos capítulo 4

- Programa de Aplicación de Ideas Innova
- Distribución de la plantilla SegurCaixa Adeslas
- Selección, contratación y rotación de empleados
- Formación
- Modelo de Gestión por Competencias
- Promoción interna
- Mujeres en el equipo directivo e integración laboral
- Distribución de la retribución
- Inversión en gastos de personal
- Representantes comité de empresa
- Salud, seguridad y absentismo
- Principales proveedores por tramo de facturación
- Encuestas de satisfacción por ramos y procesos a clientes y canales
- Llamadas recibidas de los canales de distribución
- Distribución de llamadas por ramo de negocio
- Cartas al director

- Oficina de Atención al Cliente Central
- Defensor del Cliente de las Cajas de Ahorros Catalanas
- Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones



### Anexos capítulo 5

- Asistencia sanitaria de calidad
- Distribución de pólizas del ramo Multirriesgo
- Principales causas de siniestros del Hogar en 2012
- Riesgos asegurados
- Principales causas de siniestros de Autos en 2012
- Distribución de pólizas del ramo Autos
- Distribución de pólizas del ramo Accidentes, Decesos y otros
- Relaciones con los medios de comunicación
- Energía
- Consumo de papel
- Consumo de agua
- Emisiones de CO<sub>2</sub>
- Tratamiento de residuos

# Carta del Presidente

Les presento el Informe Anual Integrado 2012 de SegurCaixa Adeslas, que recoge los aspectos relevantes y los principales logros de su actividad en un ejercicio clave para nosotros. Nuestra empresa ha experimentado un crecimiento de los ingresos por primas superior a la media del mercado en todos los ramos en los que opera, al superar los 2.430 millones de euros y lograr un beneficio neto de 108 millones que mejora un 8,4% el del ejercicio anterior.

El desarrollo de nuestra sociedad, integrada en el grupo empresarial de Mutua Madrileña y participada por "la Caixa", ha reforzado durante el pasado año nuestro liderazgo en seguros de salud y ha cubierto las expectativas de nuestro Plan Estratégico 2012-2014. Para conseguirlo nos hemos apoyado en nuestras fortalezas tradicionales de orientación al cliente y distribución multicanal de todos nuestros productos y servicios, a las que se han unido el gran trabajo y esfuerzo realizados por nuestro equipo de profesionales.

Además, quiero destacar el firme compromiso de SegurCaixa Adeslas con la gestión responsable y la sostenibilidad, lo que nos ha hecho seguir incorporando en 2012 criterios de Responsabilidad Social Corporativa a nuestras operaciones y no perder de vista su impacto ético, económico, ambiental y social.

Este Informe Anual se elabora, por segunda vez, de forma integrada para ofrecer así una visión global de la información económica, social y ambiental de la empresa. Su contenido detallado, como podrán comprobar, les ayudará a conocer mejor la realidad de nuestra compañía.

En nombre del Consejo de Administración que presido, quiero agradecer también a todos los profesionales de la salud, centros y empresas que colaboran con nosotros su contribución a la buena marcha de la compañía y a los altos niveles de calidad en el servicio que ofrecemos. Todos ellos, junto con nuestro equipo directivo y el conjunto de las personas que formamos parte de SegurCaixa Adeslas, estamos trabajando para seguir contando con la confianza de nuestros asegurados, y así seguiremos haciéndolo en el futuro.



**D. Juan Hormaechea Escós**  
Presidente Ejecutivo

# 2 SegurCaixa Adeslas en 2012



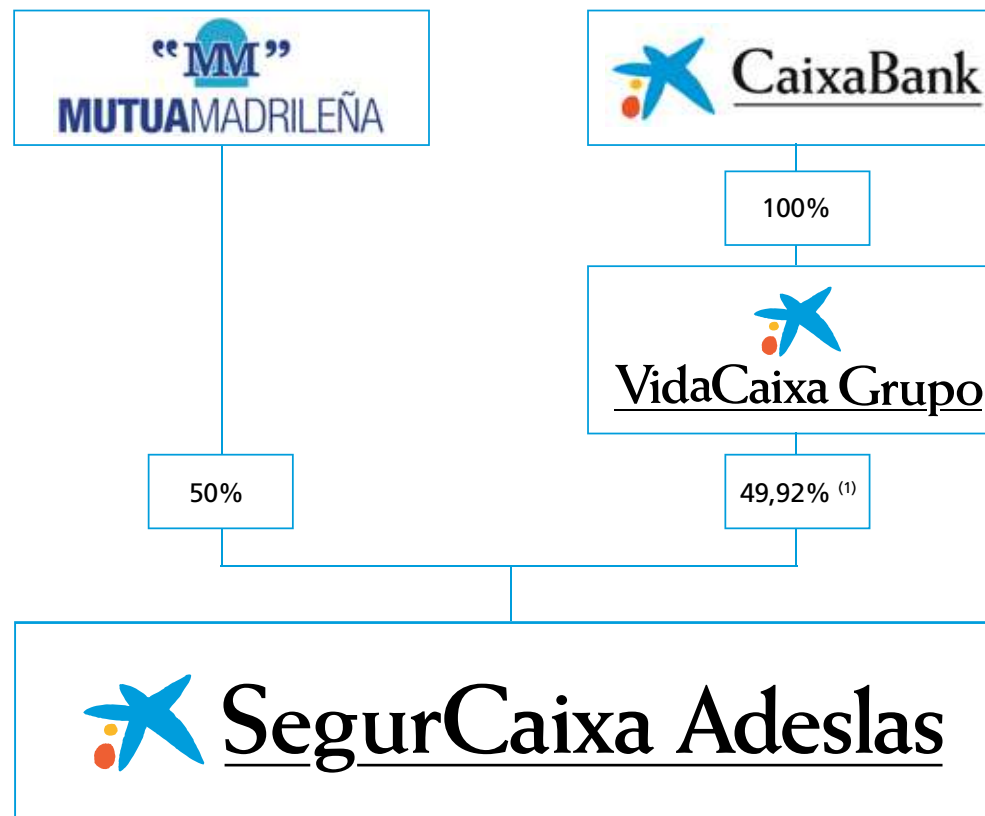
Quién es SegurCaixa Adeslas

Principales hitos en 2012

## Quién es SegurCaixa Adeslas

SegurCaixa Adeslas es la compañía líder en seguros de salud en España y la segunda entidad en el ranking de no-vida del sector asegurador español.

Mutua Madrileña es el accionista de control de SegurCaixa Adeslas con un 50% del capital. El 49,92% restante está en manos de CaixaBank y un 0,08% en manos de accionistas minoritarios.



(1) 0,08% en manos de accionistas minoritarios

**8,4**  
millones de pólizas y  
asegurados

**3.641**  
millones de euros en volumen  
de primas

**Mutua Madrileña es líder del sector en solvencia y registra un crecimiento sostenido por encima del mercado desde 2009**

## Nuestros accionistas: dos pilares para un desarrollo estable y sostenido

### Mutua Madrileña

Mutua Madrileña se encuentra entre los diez primeros grupos aseguradores de España. Líder del sector en solvencia, la compañía registra desde 2009 un crecimiento sostenido por encima del mercado, tanto en número de pólizas contratadas como en volumen de primas y asegurados.

A pesar del complicado entorno macroeconómico, en 2012 Mutua Madrileña ha conseguido, de nuevo, mejorar su patrimonio y solvencia financiera, incrementar sus resultados un 5,7% y volver a ganar cuota de mercado, situándose como el primer grupo asegurador en salud del país, el segundo en no-vida y el tercero en seguros totales.

En un contexto de caída generalizada del sector, el Grupo Mutua Madrileña ha cerrado el ejercicio 2012 con 8,4 millones de pólizas y asegurados, y un volumen de primas de 3.641 millones de euros, cifras que incluyen el efecto de la consolidación por integración global del 50% de SegurCaixa Adeslas, durante un año completo, tras el cierre de la operación de adquisición a CaixaBank en julio de 2011.

El patrimonio de Mutua Madrileña, por su parte, se situó a valor de mercado en 5.894 millones de euros en 2012 y la rentabilidad de las inversiones financieras de la compañía mejoró un 7,5%, reflejo de la política de inversión del grupo, que está basada en la prudencia y la diversificación de los activos.



**153.000**

pólizas en el ramo seguros de Hogar, un 28% más que en 2011

**52.500**

asegurados en la cartera del ramo de Vida, un 23,9% más que en 2011

**Más de 3**

millones de asegurados en el ramo de Salud



### RÉCORD HISTÓRICO EN CONTRATACIÓN

El Grupo Mutua Madrileña está presente en los ramos de seguros de Auto, Moto, Salud, Hogar, Vida, Accidentes y Asistencia.

El negocio de Gestión Patrimonial completa la actividad aseguradora del Grupo. A través de Mutuactivos S.A.U., S.G.I.I. gestiona el patrimonio de la propia Mutua Madrileña y de terceros, tanto en fondos de inversión como mediante otras fórmulas de ahorro. Con un patrimonio gestionado de más de 2.600 millones de euros en 2012, Mutuactivos es una de las mayores gestoras del país, independiente de bancos y cajas de ahorros.

El Grupo cuenta además con una división de gestión inmobiliaria. Mutua Inmobiliaria gestiona los edificios de oficinas en alquiler que el Grupo mantiene, principalmente, en las zonas más representativas de Madrid. Por su parte, MutuaPark es responsable de la gestión del patrimonio del Grupo invertido en aparcamientos.

El Grupo Mutua Madrileña ha registrado una evolución positiva por encima de la media del sector en sus principales cifras de negocio en 2012. En el ámbito de la nueva producción, ha logrado cerrar el año con dos millones de pólizas de Auto, casi un 2% más que en 2011, lo que supone un récord histórico para la compañía.

En Hogar, la búsqueda del crecimiento rentable y la calidad del producto que ofrece, muy competitivo además en precio, ha permitido que la cartera de Mutua Madrileña en este ramo se incremente un 28% en 2012, hasta alcanzar las 153.000 pólizas.

En Salud, durante el pasado año se ha completado la integración de Aresa en SegurCaixa Adeslas, siendo por lo tanto, un año intenso en el que, a pesar de la crisis económica, la compañía ha conseguido superar los 3 millones de asegurados.

Por su parte, la cartera del ramo de Vida se ha situado al cierre del ejercicio en 52.500 asegurados, un 23,9% más que en 2011, a la vez que ha obtenido récords históricos en volumen de primas.

Estos incrementos de pólizas y asegurados han tenido su reflejo en el volumen de primas devengadas consolidadas, que se han situado en 3.641 millones de euros al cierre de 2012, lo que representa un incremento del 4,7% en términos comparables respecto al año anterior.



## Principales retos: consolidar los objetivos alcanzados en los tres últimos años, incrementar la solidez financiera y sentar las bases para el crecimiento

## El nuevo plan contempla tanto crecimientos orgánicos como inorgánicos y estudia su expansión internacional

## Inversiones diversificadas y rentables en 2012

Todo ello ha llevado al Grupo Mutua Madrileña a incrementar su cuota de mercado en 2012 en todos los ramos aseguradores en los que está presente. En seguros de Auto, la cifra se eleva al 11,8%, mientras que en el conjunto de no-vida se sitúa en el 11,4% a cierre de 2012.

Respecto al área de gestión patrimonial, Mutuactivos ha obtenido unos excelentes resultados en 2012. El volumen de patrimonio gestionado en fondos de inversión se situó en 2.477 millones de euros, cifra que supone un crecimiento del 7,5% respecto al año anterior, mientras que el patrimonio gestionado en planes de pensiones alcanzó los 197 millones de euros.

Respecto al negocio de gestión inmobiliaria, cabe destacar que en 2012 la compañía ha conseguido alquilar un 47% más de nueva superficie respecto al año anterior, lo que ha permitido cerrar el año con una superficie total arrendada superior a la de 2011 y mantener un nivel de ocupación cercano al 90% de sus edificios en alquiler.

El patrimonio inmobiliario del Grupo Mutua Madrileña estaba formado en 2012 por 25 inmuebles con una superficie total de 210.060 m<sup>2</sup>, de los cuales 175.868 m<sup>2</sup> estaban destinados a alquiler. Durante el año, el área de inmuebles ha continuado con su plan de modernización de edificios y la política de gestión y control de gastos iniciada en 2010.

### LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL

El ejercicio 2012 ha supuesto también el primero de aplicación del nuevo Plan Estratégico de Mutua Madrileña para el periodo 2012-2014. En él se establecen como principales retos de la compañía la consolidación de los objetivos alcanzados en los tres últimos años con el fin de mejorar los productos y servicios que se ofrecen a los mutualistas, incrementar la actual solidez financiera de la compañía y sentar las bases de su crecimiento futuro.





## Web de Mutua Madrileña

**Mutua Madrileña se ha situado entre las 25 empresas con mejor reputación, responsabilidad social y gobierno corporativo de España**

**Compromiso social: la Fundación Mutua Madrileña ha duplicado en 2012 su dotación económica para programas de acción social**

Así, el nuevo plan contempla tanto el crecimiento orgánico como la búsqueda de oportunidades de crecimiento inorgánico, dentro o fuera de España, que contribuyan a garantizar un desarrollo sostenido del Grupo. En España, Mutua Madrileña se mantiene abierta a estudiar nuevas oportunidades que se presenten para incrementar su cuota de mercado. En el mercado internacional, la compañía analiza ya varios países del ámbito latinoamericano en los que centrar su potencial salida al exterior: Colombia, México y Perú.

Este compromiso con la gestión responsable ha hecho que Mutua Madrileña se haya situado entre las 25 empresas con mejor reputación, responsabilidad social y gobierno corporativo de España, según el último informe del Monitor Español de Reputación Corporativa (Merco).

Más información en [www.mutua.es](http://www.mutua.es)

### REFUERZO DEL COMPROMISO SOCIAL

La Responsabilidad Social Corporativa es en Mutua Madrileña un eje estratégico de su gestión empresarial y se desarrolla a través de diversas áreas de actuación. Ser social y empresarialmente responsable facilita el crecimiento estable y sostenible de la compañía y refuerza su competitividad al mantener, e incluso reforzar en el actual entorno de crisis, sus compromisos con empleados, mutualistas, asegurados, proveedores y con la sociedad en general.

La actividad de la Fundación Mutua Madrileña es, asimismo, una pieza clave en su política de Responsabilidad Social Corporativa. Así, en 2012 ha seguido apoyando con determinación la investigación científica y la promoción de la salud, el acceso a la cultura, la seguridad vial y el apoyo a los colectivos más desfavorecidos.

Precisamente, durante el pasado ejercicio Mutua Madrileña ha hecho un especial hincapié en sus programas de acción social, dada la situación de necesidad que atraviesan colectivos importantes de la sociedad como consecuencia de la crisis económica. La Fundación Mutua Madrileña ha duplicado en 2012 su dotación económica para apoyar este tipo de iniciativas, lo que ha permitido ampliar notablemente el volumen de ayudas concedidas a entidades sin ánimo de lucro. Varios de los proyectos que ha llevado a cabo han sido galardonados en 2012.



**12,9**  
millones de clientes

**Gestión prudente del riesgo  
y capacidad de generar  
resultados recurrentes**

**Compromiso con las personas y  
con el avance de la sociedad**



## CaixaBank

CaixaBank es el líder de la banca minorista en España, un grupo financiero integrado con actividad aseguradora, inversiones en bancos internacionales y participaciones en empresas solventes del sector servicios. Es accionista de SegurCaixa Adeslas en un 49,92% a 31 de diciembre de 2012.

CaixaBank cimienta su fortaleza financiera en una prudente gestión de los riesgos y en su capacidad de generar resultados recurrentes, y comparte con su accionista de referencia, "la Caixa", el compromiso con las personas y con el avance de la sociedad.

En 2012, la entidad ha reforzado su liderazgo como primera entidad financiera en España, tras la integración de Banca Cívica, con 12,9 millones de clientes y unos activos de 348.294 millones de euros (+28,8% en 2012). El pasado 28 de febrero de 2013 se formalizó la adquisición de la participación del 98,9% del Banco de Valencia perteneciente al Fondo de Reestructuración y Ordenación Bancaria (FROB); ello permitirá a CaixaBank aumentar la presencia y acelerar su crecimiento en la zona de Levante.

En un entorno exigente, la solidez del negocio de CaixaBank le ha permitido obtener unos ingresos que alcanzan los 6.737 millones de euros (margen bruto) y un margen de explotación de 3.171 millones de euros. Asimismo, ha finalizado el ejercicio con un volumen de negocio de 512.017 millones de euros (+19,8%), unos recursos totales de 288.568 millones de euros (+19,6%) y una cartera de créditos de 223.449 millones de euros (+20,1%).

CaixaBank mantiene como retos principales y razón de ser:

- Dar respuesta a las expectativas de los clientes.
- Ser rentables para los accionistas.
- Impulsar la motivación y el desarrollo profesional del equipo.
- Permanecer cerca de la sociedad y sus problemas.

**32.625**  
empleados

**6.342**  
oficinas

**9.696**  
cajeros

**1 de cada cuatro**  
clientes de banca minorista es cliente  
de CaixaBank

### REFUERZO DEL LIDERAZGO EN EL MERCADO ESPAÑOL

La gran fortaleza comercial del Grupo, con 32.625 empleados, la red más extensa del sistema financiero español, con 6.342 oficinas y 9.696 cajeros, y el liderazgo en banca *online*, a través de Línea Abierta (con 8,5 millones de clientes), y en banca electrónica (12,8 millones de tarjetas), han permitido a CaixaBank presentar un crecimiento del negocio y de la actividad comercial equilibrado y de calidad.

En 2012 se han conseguido importantes aumentos de las cuotas de mercado de los principales productos y servicios del negocio bancario minorista. La cuota de mercado del total de crédito asciende al 14,1% del sistema y la del total depósitos al 12,5%, con aumentos superiores a los 300 puntos básicos respecto a 2011.



### RESULTADOS

El resultado atribuido de CaixaBank ha ascendido a 230 millones de euros (-78,2%), tras contabilizar elevadas dotaciones y saneamientos que aumentan la solidez del balance.

En un contexto financiero y económico marcado por el deterioro de la confianza de los mercados hacia España y su sistema financiero, CaixaBank ha demostrado su capacidad de generación de resultados, con un margen de explotación que se mantiene estable y alcanza los 3.171 millones de euros, un 0,1% más, y que aumenta hasta el 11,3% en la comparativa anual aislando el efecto de los ingresos extraordinarios de seguros en 2011.

Esta sostenida capacidad de generar ingresos ha permitido el registro de importantes dotaciones, 5.749 millones de euros en el año 2012 (3.636 millones para cubrir los Reales Decretos-Leyes 2/2012 y 18/2012, y 2.113 de dotaciones ordinarias). Un volumen que, junto con los 4.550 millones de euros de ajustes de valoración contra fondos propios realizados sobre la cartera crediticia y de inmuebles de Banca Cívica para su puesta a valor razonable, sitúan el total de saneamientos realizados en 10.299 millones de euros, una cifra muy superior a los 2.557 millones realizados el año anterior. A 31 de marzo de 2013, CaixaBank cumple con el 100% de los requerimientos adicionales de provisiones exigidos por los Reales Decreto-Ley.

Para cubrir las necesidades de Banca Cívica ya se realizaron saneamientos contra fondos propios al efectuar ajustes de valoración por 3.668 millones de la cartera crediticia y 882 millones para inmuebles, con un total de 4.550 millones de euros.

**5.745**  
millones de euros de  
superávit de capital

La liquidez alcanza los  
53.092 millones de euros

#### UNA ESTRUCTURA DE CAPITAL SÓLIDA, UN EXCELENTE NIVEL DE LIQUIDEZ

A cierre de 2012, el *Core Capital* en Basilea II se situaba en el 11,0%, con un superávit de capital de 5.745 millones de euros. Adicionalmente, la ratio *Core Tier 1*, definida con criterios de la EBA, era del 10,4%. Los recursos propios computables de CaixaBank han ascendido a 18.641 millones de euros, 1.060 millones más que en diciembre de 2011 (+6,0%).

Los resultados de las pruebas de resistencia del sistema bancario español, supervisadas por las autoridades españolas y las principales instituciones europeas, han confirmado la solidez patrimonial del Grupo, posicionando a CaixaBank como una de las entidades con mejores niveles de solvencia, con un excedente de capital sobre el mínimo exigido de 5.720 millones de euros en el escenario adverso (diciembre 2014).

La liquidez, un elemento clave en la estrategia de la entidad, ha alcanzado los 53.092 millones de euros (15,2% del total de activos). Crece en 32.144 millones de euros respecto a 2011 gracias a una gestión conservadora y activa de las fuentes de financiación, orientada a optimizar los activos líquidos del balance, de forma que mejora la estructura de financiación y se reduce la dependencia de los mercados mayoristas.

Los vencimientos pendientes de los mercados mayoristas para el próximo ejercicio ascienden a 7.334 millones de euros. La elevada posición de liquidez permite afrontarlos con gran tranquilidad, lo que proporciona una fuerte estabilidad, y pone de manifiesto el gran sentido de anticipación del Grupo.

#### GESTIÓN DEL RIESGO

La ratio de morosidad (8,62%) se ha mantenido por debajo de la media del sector (10,44%, tras el traspaso de los activos problemáticos de las entidades nacionalizadas a la Sociedad de Gestión de Activos Procedentes de la Reestructuración Bancaria, Sareb). Asimismo, las provisiones de la cartera crediticia han aumentado hasta los 12.071 millones de euros. La ratio de cobertura ha ascendido al 60% (142% con garantías hipotecarias).

La cartera de inmuebles adjudicados para la venta se sitúa en 5.088 millones de euros netos, con una cobertura del 45%. La cobertura de suelo adjudicado alcanza el 61%.





Web de CaixaBank

Web de la Obra Social  
"la Caixa"

La Obra Social "la Caixa",  
con un presupuesto de  
500 millones de euros

Desde el año 2006, y con  
la colaboración de 22.036  
empresas, se han conseguido  
53.133 puestos de trabajo a  
través del programa Incorpora

En 2012, más de ocho  
millones de ciudadanos se  
han beneficiado de las 42.000  
iniciativas promovidas por la  
Obra Social en toda España



#### LIDERAZGO, CONFIANZA Y COMPROMISO SOCIAL

CaixaBank desarrolla su estrategia en línea con los valores de liderazgo, confianza y compromiso social, con el objetivo de crear valor para sus grupos de interés –clientes, accionistas y empleados– y de contribuir al desarrollo socioeconómico del territorio. Con este objetivo, trabaja en base a un sistema de gestión eficiente y sostenible desde el punto de vista económico, ambiental y social. La entidad está presente en los índices de sostenibilidad más relevantes a nivel mundial: DJSI, FTSE4Good y ASPI.

Su banco social, MicroBank, creado en 2007, es el único banco español especializado en microfinanzas. Desde entonces, ha concedido 169.282 microcréditos por un valor de 1.045 millones de euros y, hasta 2012, ha contribuido a la creación o mantenimiento de más de 78.400 puestos de trabajo.

CaixaBank contribuye a la Obra Social "la Caixa" y participa en la difusión y aplicación de sus programas. Entre ellos, el programa Incorpora, que promueve la inserción laboral de personas con dificultades especiales para acceder a un empleo y en riesgo de exclusión social. CaixaBank, a través de su red territorial, detecta oportunidades de contratación para estas personas.

A pesar de las dificultades, el presupuesto de la Obra Social "la Caixa" se mantendrá durante 2013 en 500 millones de euros, la misma cifra presupuestada en los 5 años precedentes. Esta cantidad sitúa a la Obra Social "la Caixa" como la primera fundación privada de España y una de las más importantes del mundo.

Un año más, la prioridad será la atención a las principales preocupaciones y problemas de los ciudadanos. En este sentido, 334 millones de euros se destinarán al desarrollo de programas sociales y asistenciales (67% de la inversión); 67,1 millones, a iniciativas científicas y medioambientales; 64,3 millones, a actividades culturales, y 34,6 millones de euros, a proyectos educativos y de investigación.

En torno a ellos, la Obra Social continúa impulsando proyectos dirigidos a la superación de la pobreza y de la exclusión en España, el fomento del empleo entre colectivos con dificultades, facilitar el acceso a la vivienda, la atención psicosocial a personas con enfermedades avanzadas y sus familiares, la promoción de la autonomía de las personas mayores, el avance de la investigación y del conocimiento científico, la divulgación de la cultura y la conservación y mejora del medio ambiente, entre otros.

Este compromiso con las necesidades de la sociedad en la que desarrolla su actividad financiera y con el bienestar de las personas, es uno de sus rasgos más definitorios y diferenciales y cobra una dimensión mayor en las actuales circunstancias.

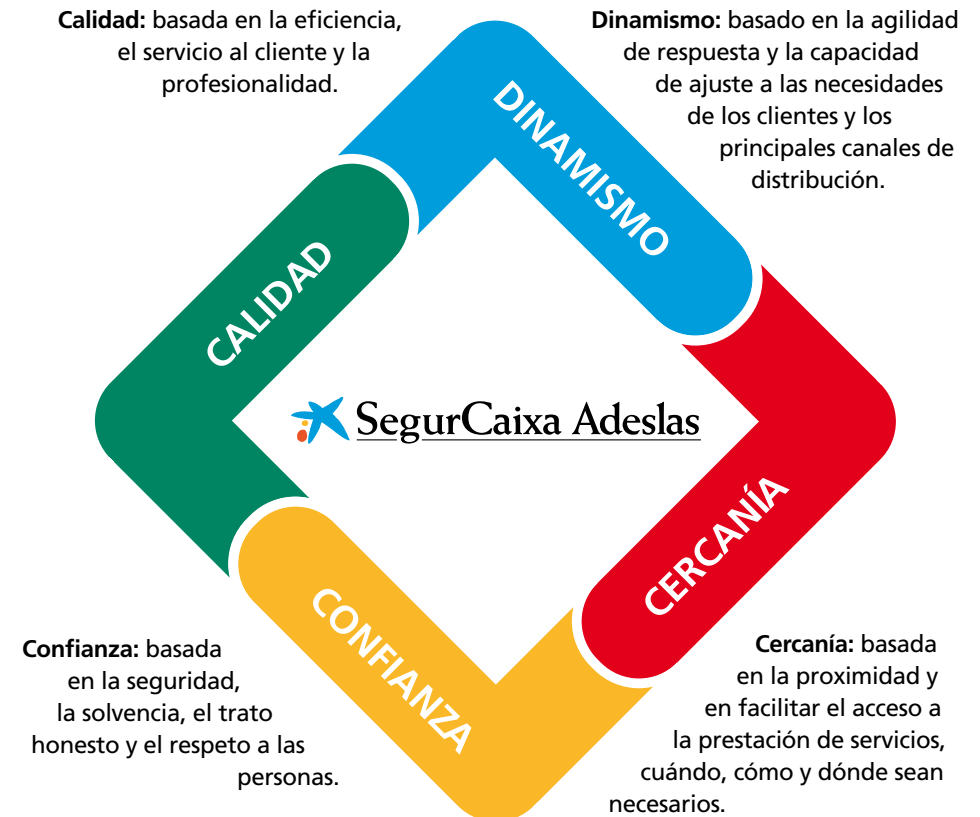
Más información en [www.caixabank.com](http://www.caixabank.com) / [www.obrasocial.lacaixa.es](http://www.obrasocial.lacaixa.es)

## Visión y valores

Todo el desempeño y todas las actividades de SegurCaixa Adeslas están impregnados de sus cuatro valores corporativos –Confianza, Calidad, Cercanía y Dinamismo– fundamentados en la excelencia del servicio. Unos valores que conforman la base de actuación de todos sus empleados y, a través de los cuales, la compañía crea y mantiene día a día estrechos vínculos de relación con sus grupos de interés: empleados, clientes, accionistas, colectivo médico, proveedores, administraciones públicas, sociedad y medio ambiente.

Esta relación es el pilar fundamental sobre el que descansa toda la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa de SegurCaixa Adeslas, un elemento motor de su estrategia empresarial y de su funcionamiento, totalmente integrado en su sistema de gestión.

Por ello, SegurCaixa Adeslas ha seguido trabajando durante el año 2012 para crecer como empresa y hacer que este crecimiento y liderazgo vengán acompañados de un impacto positivo para la sociedad y para el medio ambiente.



## En 2012 ha finalizado la integración de las estructuras y redes comerciales de Aresa y SegurCaixa Adeslas

# Modelo de negocio

SegurCaixa Adeslas ofrece una amplia gama de productos en los ramos de no-vida (salud, multirriesgos, autos y accidentes, decesos y otros) para los segmentos de particulares, pymes, autónomos, grandes empresas y clientes de banca personal y privada de CaixaBank, a través de un modelo de negocio multicanal.

Además, la compañía pone a disposición de sus clientes y asegurados los siguientes canales para la información y comercialización de sus productos:

1. Canales aseguradores.
2. Canales bancaseguros.
3. Red de mediadores y consultores en el segmento de grandes empresas y colectivos.
4. Canales directos.
5. Adicionalmente, SegurCaixa Adeslas ofrece sus seguros de salud al conjunto de mutualistas de Mutua Madrileña a través de los siguientes canales de venta: canal presencial de oficinas, "call center" y canal web.

## Canales aseguradores

A través de estos canales se distribuye el amplio catálogo de productos de SegurCaixa Adeslas, incluyendo Adeslas SegurCaixa, la marca de salud de la compañía.

Esta red está compuesta por:

- 1.388 asesores de red propia, es decir, agentes exclusivos con relación mercantil y muy alta vinculación con la compañía, especialistas en salud y productos multirramo.
- 92 oficinas locales repartidas por todo el territorio nacional.
- 73 gestores comerciales ubicados en las 46 delegaciones de la compañía.
- 1.299 corredores de seguros con relación mercantil con SegurCaixa Adeslas y otras empresas que comercializan productos de salud y decesos para la compañía.
- 697 agentes de red externa, es decir, agentes exclusivos con relación mercantil y baja vinculación con la compañía, especialistas en salud y productos multirramo.

Durante 2012, la principal línea de trabajo en relación a estos canales aseguradores ha sido el desarrollo e implantación del modelo comercial definido en el proyecto Optimus. Este modelo ha permitido la transformación y potenciación de los canales propios y externos, posibilitando la profesionalización de la red comercial mediante la aplicación de una nueva segmentación, así como el desarrollo de la venta cruzada de los productos de SegurCaixa Adeslas (autos, hogar, accidentes, negocio y decesos) en los clientes procedentes de Adeslas.



## En 2012 se ha impulsado el segmento de Affluent y de pymes a través de gestores especializados en la red de CaixaBank

### Canales bancaseguros

Mediante estos canales se distribuyen los productos de SegurCaixa Adeslas entre el conjunto de clientes de CaixaBank. La comercialización de estos productos se realiza, principalmente, a través de las 6.342 oficinas que conforman la red de la entidad bancaria y de los 209 gestores y 14 delegados de AgenCaixa, empresa de asesores comerciales que vende los productos de la compañía.

En el año 2012, los canales bancaseguros se han convertido en líderes en la comercialización de los productos de multirriesgos, autos y accidentes. A su vez, el ramo de salud ha tenido un crecimiento muy importante, apoyado en el desarrollo de la gama de productos de cuadro médico y del seguro dental en torno al nuevo plan de expansión de clínicas dentales que se ha puesto en marcha. El lanzamiento del ramo de decesos también ha sido un éxito, tanto para prima única como periódica.



Entre las principales líneas de trabajo que se han desarrollado durante 2012 en relación a estos canales destacan:

- Consolidación del modelo de gestión y apoyo a la red de CaixaBank a través del equipo de Ejecutivos Comerciales de Bancaseguros (ECOB), cuyas funciones son impulsar las iniciativas estratégicas, analizar oportunidades comerciales, transmitir las mejores prácticas en el territorio e informar a la compañía de la acción de la red comercial.
- Formación de los subdirectores de oficina de CaixaBank en su nuevo rol como directores comerciales de la misma.
- Desarrollo de acciones comerciales dirigidas a incrementar la productividad por empleado de CaixaBank, la vinculación de clientes particulares y la ratio póliza/cliente.
- Impulso del segmento "affluent" a través de los Gestores de Banca Personal, con un catálogo de productos dedicado al segmento y formación técnico-comercial para los gestores mediante un sistema de coaching.
- Mayor foco y desarrollo comercial del segmento pymes a través de los Gestores de Pymes de CaixaBank y la ejecución de un plan específico (formación, nuevos productos, acciones comerciales y seguimiento) apoyado en AgenCaixa y los Ejecutivos de Pymes.
- Incremento de la relevancia del negocio asegurador como fuente de aportación a la cuenta de resultados de CaixaBank.

## Mediadores y consultores de empresas

SegurCaixa Adeslas en 2012 contó con la división VidaCaixa Previsión Social para la comercialización de seguros orientados al negocio de empresas y colectivos. Esta división la integró un amplio equipo de profesionales –mediadores de las principales entidades del país y consultores en plantilla–, con gran experiencia en el sector y un alto grado de cualificación en los ámbitos técnico-actuarial, financiero y legal, así como en la comercialización, diseño, gestión y administración de seguros de accidentes y salud.

La actividad comercial de VidaCaixa Previsión Social se desarrolló a través de cinco unidades de negocio.



## Canales directos

Por último, SegurCaixa Adeslas complementa la actividad realizada, tanto por los canales aseguradores y bancaseguros como por VidaCaixa Previsión Social, con otros canales o vías de comercialización directa, como diferentes plataformas telefónicas o el servicio Línea Abierta de CaixaBank, que proporcionan a los clientes y asegurados una atención continua y permanente para la realización de consultas y gestiones relacionadas con los productos y servicios de la compañía.

Se refuerza el liderazgo en Salud y nuestro posicionamiento como segunda entidad aseguradora de no-vida en España

Mayor cercanía con nuestros asegurados con la apertura de 25 nuevas clínicas dentales

Crecimiento superior a la media del mercado

## Principales hitos en 2012



- Un año más, SegurCaixa Adeslas se consolida como segunda entidad aseguradora de no-vida del sector asegurador español, con un crecimiento en primas destacable, teniendo en cuenta que el mercado de no-vida retrocedió un 1,9%. Además, refuerza su liderazgo en salud.
- La compañía ha crecido en todos los ramos en los que opera, a un ritmo superior al de la media del mercado, y ha obtenido un beneficio neto de 108,6 millones de euros, un 8,4% más que en el ejercicio anterior.
- La cifra de clientes de la compañía alcanza los cerca de 4,9 millones de asegurados, lo que supone un incremento neto de 246.000 nuevos clientes, un 5,3% más que en 2011.
- El crecimiento de SegurCaixa Adeslas ha estado fuertemente apoyado por la red bancaria, siendo líder en la distribución bancoaseguradora en los ramos de multirriesgo del hogar y autos. Este canal también se ha consolidado en distribución de productos de salud.
- Adeslas Dental ha puesto en marcha el Plan de Expansión Dental con 25 nuevas clínicas dentales propias. Este ambicioso plan de crecimiento supone la apertura de un total de 71 clínicas en un periodo de un año y medio, con una inversión de 31 millones de euros y la contratación de más de 1.000 profesionales.
- Se han desarrollado nuevos productos y servicios. Destaca el exitoso lanzamiento de la nueva oferta de seguros de decesos, especialmente de prima única, que ha situado a la compañía en la quinta posición del ranking de este ramo.

## Se han cumplido los objetivos del primer año del Plan Estratégico

- SegurCaixa Adeslas realiza encuestas periódicas de satisfacción entre sus clientes como una forma de conocer su percepción y necesidades. Los porcentajes de satisfacción han continuado siendo elevados en todos los ramos.
- La nueva marca de salud Adeslas SegurCaixa ha lanzado su primera campaña institucional buscando transmitir el posicionamiento de la compañía, a través del cual se adquiere un nuevo compromiso con los clientes: escucharles cada día para ofrecerles la atención que necesitan.
- Se ha diseñado el plan de segregación de equipos entre SegurCaixa Adeslas y VidaCaixa.
- Ha finalizado el proceso de fusión por absorción de Aresa en SegurCaixa Adeslas, así como la integración de las plantillas de ambas compañías.
- Se ha trabajado en la renovación y actualización de la intranet corporativa de SegurCaixa Adeslas, con el objetivo de convertir este espacio en un lugar de encuentro para todos los empleados. Su puesta en marcha tendrá lugar durante 2013.
- Se han cumplido los objetivos del primer año del Plan Estratégico 2012-2014, con lo cual se han sentado las bases del desarrollo futuro de la compañía.

### Plan Estratégico 2012-2014

El Plan Estratégico 2012-2014 de SegurCaixa Adeslas, cuyo punto de partida fue la alianza estratégica entre Mutua Madrileña y CaixaBank llevada a cabo en el año 2011, tiene entre sus objetivos convertir a SegurCaixa Adeslas en la compañía aseguradora no-vida de mayor crecimiento rentable en España, distinguiéndose de la competencia por calidad y nivel de servicio, y consolidando el liderazgo en salud en los distintos segmentos.

Durante el año 2012, las prioridades estratégicas de SegurCaixa Adeslas se han centrado en el ramo de salud (potenciando el crecimiento en el segmento individual y colectivo y reforzando el control de la siniestralidad), en el crecimiento del seguro dental y del negocio en grandes empresas, en mantener el intenso desarrollo de la comercialización a través de los canales bancaseguros impulsando segmentos como pymes y "affluent", y en fomentar la venta cruzada.

# 3 Órganos de gobierno

Consejo de Administración

Equipo directivo

Según queda definido en los estatutos sociales de SegurCaixa Adeslas, la representación legal, la gestión y el control corresponden a la Junta General de Accionistas y al Consejo de Administración. La compañía cuenta también con un Comité de Dirección.

El funcionamiento de la Junta de Accionistas y del Consejo de Administración viene regulado específicamente en la ley y en los estatutos sociales. Quedan fijados allí los requisitos de convocatoria, quórums de constitución y mayorías necesarias para la adopción de los acuerdos que forman parte de su competencia. Durante el año 2012, la Junta de Accionistas se ha reunido en dos ocasiones y el Consejo de Administración en once.

Hay determinadas materias que están reservadas a la Junta de Accionistas y que tienen influencia en las decisiones estratégicas de la compañía: el nombramiento de administradores, la aprobación de las cuentas anuales, las modificaciones estatutarias, los acuerdos que impliquen modificaciones estructurales (procesos de fusión, escisión), etc.

El artículo 37 de los estatutos sociales reserva la adopción de determinadas decisiones estratégicas al órgano de administración: solicitudes de financiación por encima de 6 millones de euros o concesión de financiación por encima de 4 millones de euros; adquisición de activos por encima de 10 millones de euros; enajenación de activos que superen un 5% del total fijado en balance; política de autocartera; adquisición o licencia de derechos de propiedad intelectual, etc.

Por último también cabe destacar que, para dar cumplimiento a las obligaciones que se derivan de la modificación del Código Penal respecto a la posible atribución de responsabilidad criminal a las personas jurídicas, SegurCaixa Adeslas ha aprobado un modelo de prevención de delitos con especial atención a los delitos relacionados con la corrupción (cohecho, tráfico de influencias, corrupción entre particulares, etc.).



# Consejo de Administración

El Consejo de Administración de SegurCaixa Adeslas está compuesto por ocho miembros, nombrados paritariamente por cada uno de los dos accionistas mayoritarios de la compañía. Además, cuenta con un secretario y un vicesecretario no consejeros.

Está presidido por un Presidente ejecutivo, D. Juan Hormaechea Escós, que tiene delegadas todas las facultades del Consejo, excepto aquéllas que constituyen materias reservadas a la decisión del Consejo por mandato de sus estatutos sociales (artículo 37). La dirección de la Compañía, bajo la supervisión del Consejo de Administración y del Presidente ejecutivo, se encuentra encomendada a su Consejero-Director General, D. Javier Murillo Ferrer. Dentro del Consejo, aunque sin facultades delegadas, se han creado dos comisiones, la Comisión de Auditoría y la Comisión de Inversiones, concedoras y asesoras del Consejo en las materias propias de su competencia.

Conforme a la normativa legal aplicable, los miembros del Consejo de Administración de la compañía son elegidos por la Junta de Accionistas. Al tratarse de una compañía aseguradora, quienes, bajo cualquier título, lleven la dirección efectiva de la entidad, serán personas físicas de reconocida honorabilidad y con las condiciones necesarias de cualificación o experiencia profesionales y se inscribirán en el registro administrativo de altos cargos de entidades aseguradoras.

Según establece el artículo 39 de los estatutos sociales, el cargo de consejero será retribuido con una cantidad fija y otra variable. El importe total de retribución al Consejo será fijado anualmente por la Junta General de Accionistas. Será el Consejo el que acuerde la distribución exacta de la cantidad en función del cargo desempeñado y dedicación.

## Consejo de Administración

D. Juan Hormaechea Escós	Presidente Ejecutivo
D. Tomás Muniesa Arantegui	Vicepresidente
D. Javier Murillo Ferrer	Consejero-Director General
D. Juan Antonio Alcaraz García	Consejero
D. Gonzalo María Gortázar Rotaeché	Consejero
D. Javier Mira Prieto-Moreno	Consejero
D. Juan Carlos Monedero Miguel	Consejero
D <sup>a</sup> Milagros Villa Oliveros	Consejera
D. Teótimo Sáez Zazo	Secretario no consejero
D. Antonio López Taracena	Vicesecretario no consejero

## Equipo directivo

El comité de dirección de SegurCaixa Adeslas está compuesto por el Consejero-Director General, D. Javier Murillo Ferrer, y los Subdirectores Generales (Comercial, Económico-Financiero, Medios y Oferta y Operaciones). Cuenta, además, con la presencia del Secretario General, que es el máximo responsable de la Asesoría Jurídica.

### Comité de dirección<sup>1</sup>

D. Javier Murillo	Director General
D. Antonio Trueba	Subdirector General Comercial
D. Fernando Pindado	Subdirector General Económico-Financiero
D. Eduardo de Quinto	Subdirector General Medios
D. Albert Sarrá	Subdirector General Oferta y Operaciones
D. Teótimo Sáez	No miembro
D. Marc Puig	Secretario

<sup>1</sup> Comité de dirección vigente a 31 de diciembre de 2012. Actualmente, y tras la escisión de los servicios compartidos con "la Caixa", la Subdirección General Comercial está dirigida por D. Carlos Hernández, y la función de Secretario la desempeña Iñigo Ortiz.



De izquierda a derecha: Eduardo de Quinto, Subdirector General de Medios; Carlos Hernández, Subdirector General Comercial; Javier Murillo, Director General; Teótimo Sáez, Secretario General (no miembro); Fernando Pindado, Subdirector General Económico-Financiero; Albert Sarrá, Subdirector General Oferta y Operaciones.



# 4 Estrategia de SegurCaixa Adeslas

**Contexto económico  
y evolución del sector  
asegurador**

**Un excelente equipo de  
profesionales**

**Excelencia operacional**

**Clientes fieles**

**SegurCaixa Adeslas tiene siempre en cuenta la evolución del entorno y lo toma en consideración a la hora de enfocar su estrategia en el negocio asegurador**

## Contexto económico y evolución del sector asegurador

SegurCaixa Adeslas desarrolla su actividad aseguradora con el objetivo de crear valor para todos sus grupos de interés –empleados, clientes, accionistas, colectivo médico, proveedores, administraciones públicas, sociedad y medio ambiente–. Para ello, la compañía tiene siempre en cuenta la evolución del entorno y toma en consideración, a la hora de enfocar su estrategia en el negocio asegurador, las consecuencias que sus decisiones tienen en el corto, medio y largo plazo.

En este marco, factores como la coyuntura económica, la política sanitaria, la evolución del consumo, el mercado inmobiliario, el entorno normativo o la evolución de los principales competidores, entre otros, son analizados por SegurCaixa Adeslas con el objetivo de identificar oportunidades y riesgos, e integrarlos como elementos a tener en cuenta en la gestión de la compañía.

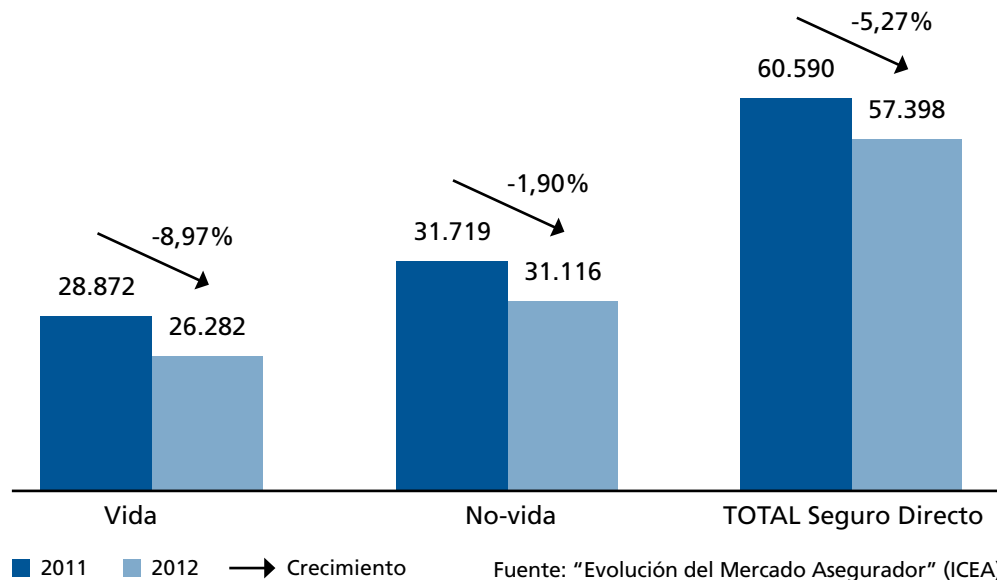


## El sector asegurador refuerza su margen de solvencia a pesar de las dificultades de crecimiento

### El seguro en España

El sector asegurador en España ha alcanzado en el año 2012 un volumen total de primas de 57.398 millones de euros, lo que supone una reducción del 5,3% respecto al ejercicio anterior. En el ramo de Vida se ha producido un decrecimiento del 9%, lo que contrasta con el crecimiento del 9,4% de 2011. Por otro lado, en los ramos No-vida ha habido un decrecimiento del 1,9%, lo que agudiza la tendencia negativa de 2011, año en el que que las primas de No-vida retrocedieron un 0,3%.

#### Primas: volumen y crecimiento 2011-2012 (millones de euros)



La tasa de beneficio antes de impuestos registrada por el sector se ha incrementado en 1,6 puntos, pasando del 9,9% de 2011 al 11,5% en 2012. La rentabilidad sobre recursos propios (ROE) obtenida es del 15,3%, lo que representa un ligero incremento con respecto a la lograda en el mismo periodo del año anterior (14,7%). Por otra parte, se ha reforzado el margen de solvencia, presentando el sector un exceso del 183,5% (114,6% en Vida y 272,5% en No-vida) frente al 160,3% (88,6% en Vida y 253,2% en No-vida) registrado en 2011.

## El seguro de no-vida en España

A cierre del año 2012, los seguros de no-vida han alcanzado un volumen de primas del seguro directo de 31.116 millones, lo que supone un decrecimiento del 1,9% respecto a 2011. Este descenso se debe principalmente a la caída de la demanda y al descenso de la prima media, derivados de la fuerte competencia que se está dando en la mayoría de los ramos.

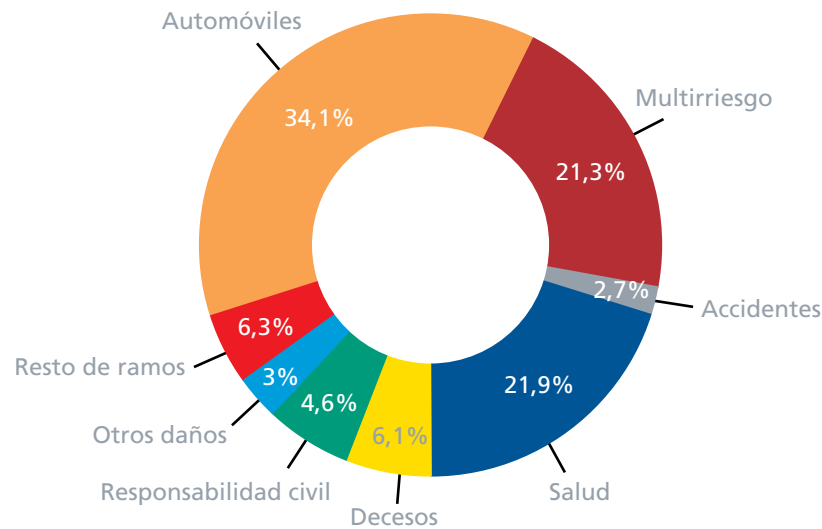
Si se analiza la evolución de los principales ramos, se observa que Autos ha continuado la tendencia de caída en primas. Por el contrario, los negocios de Salud y Multirriesgo han parecido resistir mejor la difícil situación económica actual, y han registrado crecimientos del 3,2% y 0,7% respectivamente, aunque con una clara tendencia a la desaceleración en sus ritmos de crecimiento.

### Primas de los ramos No-vida 2011-2012 (millones de euros)

	2011	2012	
	Primas (millones de euros)		Crecimiento
<b>No-vida</b>	<b>31.719</b>	<b>31.116</b>	<b>-1,90%</b>
<b>Automóviles</b>	<b>11.270</b>	<b>10.607</b>	<b>-5,88%</b>
Automóviles RC	5.848	5.485	-6,20%
Automóviles otras garantías	5.422	5.122	-5,52%
<b>Multirriesgos</b>	<b>6.579</b>	<b>6.626</b>	<b>0,72%</b>
Hogar	3.656	3.763	2,94%
Comercio	649	625	-3,64%
Comunidades	794	815	2,56%
Industrias	1.421	1.367	-3,77%
Otros	60	56	-5,86%
<b>Salud</b>	<b>6.597</b>	<b>6.806</b>	<b>3,18%</b>
Asistencia Sanitaria	5.663	5.887	3,95%
Reembolso	654	661	1,21%
Subsidio	280	258	-7,85%
<b>Resto de ramos No-vida</b>	<b>7.274</b>	<b>7.076</b>	<b>-2,72%</b>

Fuente: "Evolución del Mercado Asegurador" (ICEA)

### Distribución ramos No-vida (Primas)



Fuente: "Evolución del Mercado Asegurador" (ICEA)

El ramo de Salud ha cerrado con un volumen de primas del seguro directo de 6.806 millones de euros, lo que supone un incremento del 3,2%, experimentando un descenso de 0,4 puntos en relación al crecimiento registrado el año anterior. Los principales factores que explican este hecho son la evolución del IPC sanitario, los cambios en la composición de cartera (la mayor proporción de primas colectivas, con primas medias por asegurado inferiores, ha reducido el crecimiento del ramo), así como la coyuntura económica. Sin embargo, esta desaceleración se ha visto compensada por la resistencia del asegurado a perder esta modalidad de seguro.

Las primas de los ramos Multirriesgos, que han alcanzado un volumen de 6.626 millones de euros, han presentado un crecimiento de 0,72 puntos respecto de 2011. Con la excepción de Hogares y Comunidades, el resto de seguros presentan caídas en 2012 (en Industrias un -3,77% y en Comercios un -3,64%), lo que refleja la situación actual de dificultad económica que atraviesan estos sectores en nuestro país.

Por otra parte, el ramo de Autos ha alcanzado un volumen de primas del seguro directo de 10.607 millones de euros, lo que supone una caída del 5,9% respecto al año anterior. La venta de vehículos, que registra varios trimestres consecutivos de caída, ha continuado lastrando la nueva producción de las compañías, lo cual unido a la fuerte competencia existente y al movimiento de los asegurados hacia coberturas y productos más reducidos, explica esta evolución desfavorable.

Por último, las primas del resto de ramos de no-vida han experimentado un decrecimiento del 2,7%, en línea con los últimos años, y han alcanzado los 7.076 millones de euros.

## Entorno normativo

El sector asegurador está regulado por un amplio marco normativo, que evoluciona constantemente y que condiciona su desarrollo. SegurCaixa Adeslas cumple estrictamente con lo que establece la legislación aprobada a lo largo del año:

- 23/03/2012: Real Decreto-ley 10/2012, de 23 de marzo, por el que se modifican determinadas normas financieras en relación con las facultades de las Autoridades Europeas de Supervisión.
- 20/04/2012: Real Decreto-ley 16/2012, de 20 de abril, de medidas urgentes para garantizar la sostenibilidad del Sistema Nacional de Salud y mejorar la calidad y seguridad de sus prestaciones. Corrección de errores.
- 27/04/2012: Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera.
- 04/05/2012: Real Decreto-ley 17/2012, de 4 de mayo, de medidas urgentes en materia de medio ambiente.
- 25/05/2012: Real Decreto-ley 19/2012, de 25 de mayo, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.
- 22/06/2012: Ley 1/2012, de 22 de junio, de simplificación de las obligaciones de información y documentación de fusiones y escisiones de sociedades de capital.
- 13/07/2012: Real Decreto-ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.
- 03/08/2012: Real Decreto 1192/2012, de 3 de agosto, por el que se regula la condición de asegurado y de beneficiario a efectos de la asistencia sanitaria en España, con cargo a fondos públicos, a través del Sistema Nacional de Salud.

- 30/11/2012: Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- 19/12/2012: Ley 11/2012, de 19 de diciembre, de medidas urgentes en materia de medio ambiente.
- 26/12/2012: Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios.
- 27/12/2012: Ley 16/2012, de 27 de diciembre, por la que se adoptan diversas medidas tributarias dirigidas a la consolidación de las finanzas públicas y al impulso de la actividad económica.
- 27/12/2012: Ley 17/2012, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2013.



# 2.866

empleados altamente formados  
y motivados para prestar el  
mejor servicio a los clientes

## Un excelente equipo de profesionales

A pesar de una coyuntura económica tan adversa como la actual, durante el año 2012 SegurCaixa Adeslas ha continuado velando por la estabilidad laboral de sus trabajadores, apostando por la creación de nuevo empleo de calidad, manteniendo estructuras salariales con equidad interna y externa y conservando un paquete de beneficios competitivo en el mercado. De esta manera, la compañía ha cumplido con su objetivo de desarrollar en paralelo, y de forma compensada, el negocio y la plantilla.

**9%**  
más de empleados  
respecto a 2011

- SegurCaixa Adeslas y VidaCaixa han separado en 2012 su estructura organizativa, manteniendo ciertos servicios comunes –adscritos a las Subdirecciones Generales Comercial y de Medios y a la Dirección de Desarrollo Corporativo y Calidad– que compartían desde que ambas entidades se convirtieron en socios de bancaseguros en 2011. En este sentido, se ha realizado una reasignación de empleados, a través de la cual el 60% de esta plantilla ha pasado a trabajar en SegurCaixa Adeslas y el 40% restante en VidaCaixa.
- Ha finalizado con éxito el proceso de integración de la plantilla de la compañía Aresa en SegurCaixa Adeslas. Se ha preservado al máximo el capital humano de ambas entidades, alcanzando un acuerdo laboral que ha logrado minimizar el impacto sobre el empleo.
- Se ha producido un fuerte proceso de crecimiento en Adeslas Dental, derivado de la apertura de nuevas clínicas dentales propias.

**12**  
objetivos estratégicos

**46**  
objetivos generales y  
84 indicadores generales

**59**  
objetivos específicos y  
869 indicadores específicos

**3.710**  
objetivos personales

## Alineamiento con los valores y la estrategia

SegurCaixa Adeslas gestiona y comunica su estrategia corporativa a toda la organización a través del cuadro de mando integral (CMI), que permite evaluar los resultados de la compañía, y del cuadro de mando personal (CMP), que evalúa los resultados a nivel individual.

### Cuadro de mando integral y cuadro de mando personal

Durante 2012, el departamento de recursos humanos ha terminado de implementar el proceso de consolidación de ambas herramientas, iniciado el año anterior, para lo cual se han llevado a cabo diferentes acciones:

- Se ha pilotado la definición y evaluación de los objetivos: proponiendo nuevos indicadores, ofreciendo soporte técnico constante a todas las áreas de negocio y revisando la coherencia de los resultados obtenidos.
- Se han realizado sesiones de formación voluntarias dirigidas a toda la organización, con el objetivo de trasladar a la plantilla los conceptos principales de la "gestión por objetivos", así como para explicar cómo funciona y se utiliza la herramienta de gestión CMP. La finalidad de esta acción es orientar a cada trabajador hacia los objetivos estratégicos y los de cada unidad organizativa, permitiéndole conocer qué espera la organización de él, así como el grado de cumplimiento obtenido a final de año, un dato que impactará sobre su retribución variable. En 2012, se ha conseguido reflejar objetivamente el CMP de 1.300 empleados.





## Se ha trabajado en el desarrollo de la nueva intranet corporativa

## Se ha facilitado la integración a los empleados de Aresa

## Se ha consolidado el CMI y el CMP como instrumentos de comunicación

### Diálogo y comunicación

Para SegurCaixa Adeslas, la comunicación interna es una herramienta fundamental para garantizar el alineamiento de todos sus empleados con los objetivos estratégicos de la compañía y lograr, además, fomentar la cohesión de grupo y el orgullo de pertenencia. La finalidad es conseguir una fluida comunicación bidireccional con el equipo humano que permita mejorar la organización día a día.

Con este propósito, la compañía implantó en el año 2011 un plan de comunicación interna orientado a fomentar el diálogo, la participación y la comunicación con los empleados, y por el que ha seguido apostando en 2012.

Así en 2012:

- Se han definido objetivos específicos de información y comunicación, se ha segmentado la comunicación para cada público y se han marcado objetivos específicos de participación para implicar a los empleados y a la línea media en un sistema de dirección participativo que potencia su rol como comunicador.
- Se ha focalizado el esfuerzo de comunicación en la integración de los empleados de Aresa en SegurCaixa Adeslas. Para ello, se han realizado diferentes acciones que han tenido como principal objetivo recoger y dar respuesta a las inquietudes de este colectivo. Se han efectuado entrevistas *one to one* y *workshops* con empleados y mandos de diferentes áreas para obtener información de una muestra representativa, se ha publicado una newsletter específica y se ha habilitado un buzón de comunicación a través del cual se han podido trasladar todas aquellas cuestiones que no han quedado claras o que no se han contemplado en las comunicaciones realizadas.
- Se ha trabajado en el desarrollo de la nueva intranet corporativa de SegurCaixa Adeslas, con el objetivo de convertir este espacio en un lugar de encuentro para todos los empleados. Esta nueva herramienta colaborativa, cuyo objetivo principal es informar de manera inmediata a toda la plantilla sobre los aspectos más relevantes del sector, la actividad del negocio y la compañía,



promueve la implicación de los empleados en la actualización de los contenidos. Se han organizado, además, sesiones formativas sobre su adecuado uso y gestión.

- Se ha consolidado el CMI y el CMP como herramientas de comunicación de la estrategia de SegurCaixa Adeslas y su materialización a través de los objetivos individuales y departamentales. Para ello, se han realizado sesiones de formación voluntarias dirigidas a toda la organización en las que se ha informado de los conceptos principales.

## Principales canales de comunicación

Los principales canales de comunicación interna de SegurCaixa Adeslas, a través de los cuales se ha focalizado el esfuerzo de transmitir los aspectos clave del Plan Estratégico y promover la implicación y compromiso de los empleados, son:



**Próxima:** Esta newsletter, revista digital corporativa, recoge de manera periódica las noticias más relevantes del sector, el negocio y la estrategia de SegurCaixa Adeslas. Con un total de 5 números publicados en 2012, a través de este medio se ha fomentado también la participación e implicación de los empleados de diferentes áreas de la compañía, que han colaborado como facilitadores de contenidos, presentando información relevante acerca de su área, proyectos, equipo de trabajo, etc.



**Convención de directivos:** El objetivo de este encuentro ha sido trasladar los resultados del ejercicio 2012 de SegurCaixa Adeslas y comunicar los principales objetivos y retos para el 2013 a toda la dirección de la compañía y hasta el nivel de coordinador.



**Reuniones con canales aseguradores:** Con periodicidad bimensual, la dirección general y la dirección comercial se reúnen con los canales aseguradores para abordar la marcha del negocio y comunicarles las principales novedades.



**Buzón de sugerencias e Innova:** A través del buzón de sugerencias, se han recibido sugerencias de mejora de los empleados de las oficinas de CaixaBank. A través de Innova, los empleados de SegurCaixa Adeslas han seguido aportando ideas con relación a aspectos de innovación (aquellas relacionadas con nuevos productos, precios, campañas, nuevas operativas o funcionalidades genéricas, etc.) y mejora (aquellas relacionadas con ofertas, operaciones, aplicaciones informáticas, etc.).



**Formación a la línea media:** En 2012, se ha continuado apostando por la formación en comunicación del colectivo de mandos intermedios, con el objetivo de mejorar sus habilidades en los procesos de transmisión de información a sus respectivos equipos.

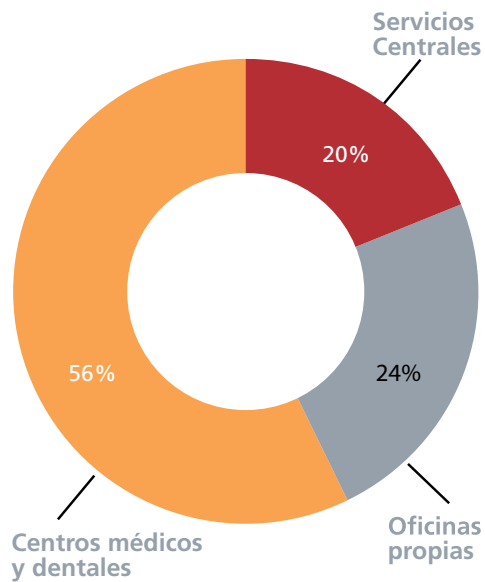
**Comunicados de recursos humanos:** Su función es trasladar y compartir con la plantilla los hechos más destacados relacionados con las personas de la compañía.

 **Distribución de la plantilla  
SegurCaixa Adeslas**

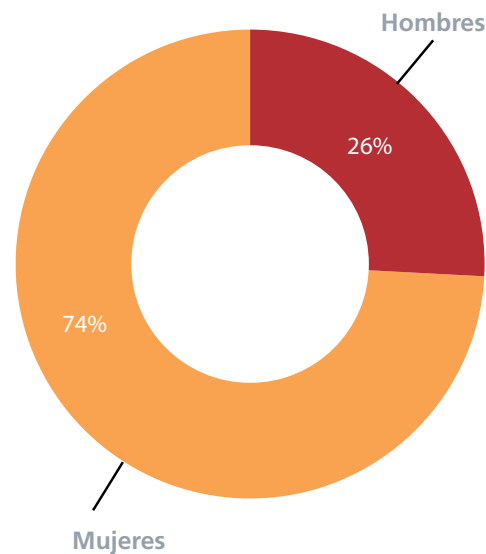
# Máximas capacidades organizacionales

SegurCaixa Adeslas cuenta con un equipo de 575 profesionales en Servicios Centrales, altamente cualificados y motivados para prestar el mejor servicio a los clientes.

**Distribución plantilla por ubicación**



**Distribución plantilla por sexo**



**496**

nuevos profesionales se han incorporado a la plantilla de SegurCaixa Adeslas<sup>1</sup>

**78%**

de las nuevas incorporaciones han sido mujeres

Durante 2012 se ha facilitado el acceso al Plan de Acogida Integral para los nuevos empleados incorporándolo en el Aulaforum

### Alta capacidad para atraer talento

En SegurCaixa Adeslas se atiende a los méritos y capacidades de los candidatos, con el máximo respeto a la diversidad, a la igualdad de oportunidades y a la no discriminación por razones de género, edad, discapacidad o cualquier otra circunstancia. Asimismo, la compañía asegura la transparencia en todos los procesos de selección que lleva a cabo. Un 78% de las nuevas incorporaciones han sido mujeres.

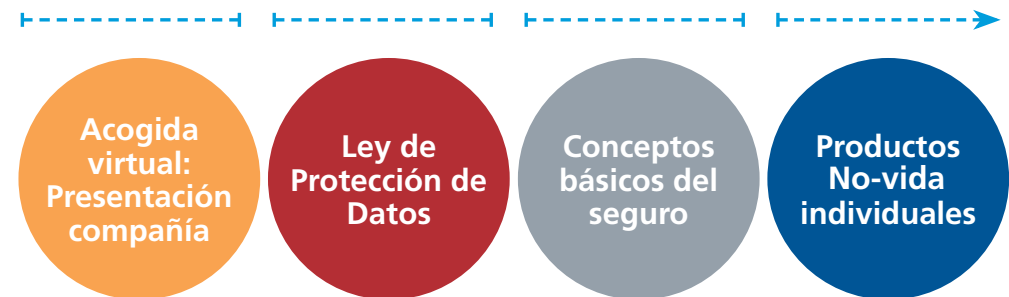
En este ámbito, la compañía cuenta desde 2011 con el plan de acogida integral (PAI), un sistema normalizado a través del cual se garantiza que cualquier profesional recién llegado, con independencia de su nivel jerárquico y de sus competencias, sigue un plan específico de acogida en función del cargo, que cuenta con la implicación de diferentes áreas, así como con el apoyo de un tutor a lo largo de todo el proceso, con lo cual se garantiza una mayor rapidez y eficacia en su incorporación, en su asimilación de la cultura corporativa y en la gestión del talento.

Con el objetivo de dar accesibilidad y agilidad a todo este proceso, durante el año 2012 se ha llevado a cabo la incorporación del PAI a Aulaforum, la herramienta de formación de la compañía, facilitándose de esta manera su consulta *online*.

El PAI incluye diferentes herramientas de información –presentación de la compañía, política de RSC–, itinerarios formativos con diversos contenidos, entrevistas con responsables de áreas y compañeros de trabajo, etc. Adicionalmente, y en función del perfil del profesional incorporado, se han establecido 14 planes específicos de reuniones con diferentes interlocutores que van a ayudar al nuevo empleado en el desempeño de su tarea.



#### Plan de acogida integral



<sup>(1)</sup> Se han creado un total de 228 empleos netos respecto de 2011 ya que parte del personal que integraba la AIE pasó a formar parte de VidaCaixa.

 Selección, contratación y rotación de empleados

**Finalizado con éxito el proceso de integración de los profesionales de Aresa en SegurCaixa Adeslas**

Durante 2012 se han desarrollado distintas acciones con el objetivo de minimizar el posible impacto del proceso y garantizar el adecuado desarrollo de las funciones de todos los profesionales y departamentos.

Cabe destacar que ha habido un compromiso para proponer a los profesionales de Aresa vacantes que puedan motivarles en el desarrollo de su trayectoria profesional. Además, se ha establecido un programa formativo *ad hoc* con tres módulos diferentes para los colectivos de ambas compañías que, previsiblemente, iban a verse afectados de manera inmediata con la integración. También se han establecido diferentes acciones de comunicación para dar respuesta a las inquietudes de los empleados, tales como reuniones individuales y colectivas, elaboración de una newsletter específica, un buzón de consulta.



Por último, y en relación al índice de rotación no deseada, es decir, aquellos empleados en posiciones críticas o con un alto potencial que abandonan la compañía, hay que señalar que este indicador se ha convertido en el año 2012 en un objetivo del cuadro de mando integral (CMI) de SegurCaixa Adeslas, que se ha evaluado trimestralmente. Los bajos índices de rotación del personal de servicios centrales y oficinas propias, con una antigüedad media de más de 10 años, permite un mejor aprovechamiento de la experiencia y las habilidades personales de la plantilla.

222

acciones de formación  
presencial, *online* y a distancia

662

empleados han participado  
(el 23% del total de la  
plantilla)

12.968

horas de formación



## Formación y desarrollo para el crecimiento profesional

La formación y el desarrollo profesional de los empleados son una pieza clave para hacer frente a las necesidades y retos del mercado. En SegurCaixa Adeslas, ambas actividades se encuadran en un proceso que comienza con la fijación de objetivos, continúa con la evaluación anual de desempeño y concluye con el diseño de un plan individualizado que potencie el talento del equipo humano. Este plan se revisa y se adapta teniendo en cuenta el perfil de conocimiento y competencias de cada empleado, el modelo de negocio, la estrategia de cada área y la cultura corporativa.

### FORMACIÓN

En este sentido a partir de 2012, y continuando con la política y normativa interna de formación definida el año anterior, se gestiona el plan de formación anual de los empleados, que contempla todos aquellos proyectos formativos que, por temas estratégicos, son prioritarios.

Para ello, se ha desarrollado una metodología de actuación que permite identificar necesidades de formación, planificar acciones orientadas a cubrir dichas necesidades, gestionar los medios y recursos necesarios para su ejecución y, finalmente, medir y evaluar los resultados alcanzados, así como el grado de satisfacción de los empleados.

Dicho plan de formación, que se diseña a partir de la información recopilada a través de la evaluación anual de desempeño y las reuniones con los mandos, se presenta al comité de dirección para su conocimiento y, posteriormente, se publica a través de la intranet de la compañía para conocimiento de toda la plantilla.

El nivel de satisfacción de la formación recibida por parte de los empleados se ha situado en un 8,2 en una escala de 1 a 10.

# 361.000

euros invertidos en formación



## Ejes y principales acciones del plan de formación 2012:

- Desarrollo de competencias de negocio a través de formaciones referentes a los ámbitos financiero, de gestión, legal y del sector.
- Conocimiento y uso de las nuevas tecnologías por parte del cliente interno.
- Entrenamiento de habilidades clave: trabajo en equipo, gestión del tiempo, comunicación, etc.

Fomentar el uso habitual y continuado de la plataforma de aprendizaje y formación *online* aulaforum. Para ello, se ha incluido en la mayoría de los cursos realizados una metodología mixta (*blended learning*) que combina la formación presencial y *online*. La formación a distancia se ha efectuado, principalmente, con acciones formativas individuales.



Anticiparse y adaptarse a las necesidades de formación surgidas tras la incorporación de los empleados de Aresa en SegurCaixa Adeslas. En este sentido, se ha desarrollado un plan *ad hoc*, el Programa de Formación AR4, para dotar de conocimientos específicos a aquellos profesionales en los que ha impactado más directamente el proceso de integración, con el objetivo de minimizar dicho impacto y garantizar el adecuado desarrollo de las funciones.

Desarrollo de competencias

Potenciar el rol del mando apoyando a la Línea Media con un programa de desarrollo de habilidades para lograr un óptimo desempeño: adaptación ante situaciones de cambio, claves para gestionar de manera eficaz el equipo de trabajo, cómo poner en práctica metodologías que ayuden a gestionar el tiempo de manera eficiente, etc. Otros objetivos de formación dirigidos a la línea media durante 2012 han sido: informar a este colectivo acerca del nuevo Modelo de Gestión por Competencias o enseñarles a realizar una Evaluación Anual de Desempeño de la mejor manera.

Plan de formación

Nuevas tecnologías

Habilidades

SegurCaixa Adeslas dispone de un perfil óptimo de empleados mediante la implementación de un nuevo Modelo de Gestión por Competencias

**100**  
promociones con cambio de categoría profesional, el 65% corresponde a mujeres

 **Modelo de Gestión por Competencias**

 **Promoción interna**

### LIDERAZGO Y GESTIÓN DEL TALENTO

SegurCaixa Adeslas realiza una apuesta y un esfuerzo sistemático para atraer personas de alto potencial, identificar y desarrollar el talento interno en todos los niveles de responsabilidad y gestionarlo de manera eficaz.

En el año 2012 se ha implantado con éxito el nuevo modelo de gestión por competencias, cuyo eje principal es la definición de un perfil profesional para prácticamente toda la plantilla. Este perfil está compuesto por competencias *core* (comunes a toda la plantilla, en diferente grado de consecución en función del nivel de responsabilidad), competencias *management* (referidas a posiciones de responsabilidad) y competencias *ad hoc* (específicas del puesto de trabajo).

Este nuevo modelo se ha implantado en todos los ámbitos de la plantilla: selección, formación, evaluación del desempeño y compensación. Así durante el pasado año, la compañía ha conseguido disponer de un perfil óptimo de empleados que va desde los colaboradores hasta los directores de área, así como un sistema de evaluación anual del mismo. Esta implantación ha estado apoyada por procesos de comunicación y formación, tanto referidos al nuevo modelo como a las herramientas de gestión del mismo.

### PROMOCIÓN INTERNA

SegurCaixa Adeslas apuesta por la consolidación y el progreso de sus trabajadores; por ello, su objetivo y compromiso es brindarles también oportunidades para que puedan desarrollarse profesionalmente dentro de la compañía.


En este sentido, y con la finalidad de que todos los empleados tengan la oportunidad de participar con su candidatura en aquellos procesos de selección abiertos, se informa a través de la intranet de las posiciones vacantes en la organización, se valora cada una de las candidaturas internas y externas recibidas y se toma una decisión basándose en aquella que mejor se adapte a los requisitos de la posición ofertada, dando prioridad, en la medida de lo posible, a la candidatura interna.

En el año 2012 se han producido 6 movimientos horizontales y 100 ascensos (cambios de categoría profesional), de los que el 65% han correspondido a mujeres.





**SegurCaixa Adeslas tiene como objetivo para el 2013 la implementación de un modelo de gestión que fomente el equilibrio entre empresa y trabajo**

 **Mujeres en el equipo directivo e integración laboral**

## Un excelente lugar para trabajar

Como se ha visto anteriormente, la política de recursos humanos de SegurCaixa Adeslas se rige por unos principios que garantizan el respeto a la diversidad, a la igualdad de oportunidades y a la no discriminación bajo ninguna circunstancia. En este marco, en todos los procesos de selección, desarrollo profesional y promoción interna que lleva a cabo la compañía, se aplican criterios basados en el mérito y la adecuación del perfil del candidato al puesto de trabajo ofertado.

### Igualdad

Muestras de esta política son: la igualdad en la retribución salarial de hombres y mujeres pertenecientes a una misma categoría profesional o la presencia de mujeres en los equipos de dirección y mandos. Cabe mencionar que, si bien en 2011 el porcentaje de éstas alcanzaba un 20%, en el año 2012 este porcentaje se ha mantenido al separarse la estructura organizativa entre SegurCaixa Adeslas y VidaCaixa, con excepción de los servicios comunes.

Junto a la igualdad de género, la compañía promueve también la contratación de empleados de otras nacionalidades. Respecto a la integración laboral de personas con discapacidad, SegurCaixa Adeslas ha mantenido su compromiso de acuerdo con lo establecido por la ley. En este sentido, mantiene de forma estable una vinculación con el Grupo ONCE, con el que tiene comprometido un volumen de facturación para el cumplimiento de las medidas alternativas en sustitución de la contratación directa de personal con discapacidad. Las empresas Fundosa y CEE SERTEL, pertenecientes a este Grupo, son proveedores clave en los procesos de la compañía.

En el año 2012, la facturación real con el Grupo ONCE alcanzó los 2.963.942 euros, superando ampliamente el mínimo legal comprometido de 425.000 euros.

### Conciliación

Una de las prioridades de SegurCaixa Adeslas es favorecer la conciliación de la vida laboral y personal de sus empleados. Con este objetivo, desarrolla diversas iniciativas que facilitan la conciliación, poniendo a disposición de la plantilla vías que promueven la compatibilización de la vida profesional y familiar, en un marco laboral que apuesta por la estabilidad, el desarrollo profesional y el bienestar físico, psíquico y emocional en el entorno de trabajo.

Para el año 2013, la compañía tiene previsto comenzar el estudio de la conveniencia de iniciar el proceso de obtención de la certificación de Empresa Familiarmente Responsable (efr), concedida por la Fundación Másfamilia. Dicho certificado supone el reconocimiento oficial a la implantación de un modelo de gestión que, a través de un proceso de mejora continua, fomenta el equilibrio entre empresa, trabajo y familia con una serie de medidas concretas.

**En 2012, se ha implementado Bonus 2012, un sistema de retribución variable basado en objetivos corporativos, de unidad de negocio e individuales**

**Distribución de la retribución**



## Remuneración justa y compensada

La política de remuneración de SegurCaixa Adeslas, implantada en 2011, está alineada con la estrategia de negocio y tiene como objetivo retribuir mejor a cada empleado, de forma más equitativa y competitiva.

Esta política combina un sistema de retribución fijo y variable, permitiendo de esta manera objetivar la compensación económica en base a la consecución de objetivos a nivel de compañía y a nivel individual, y por ello se sustenta en las herramientas de gestión CMI y CMP.

En este sentido, el CMI tiene, para su adecuada implantación e incentivación, entre otros instrumentos, el Bonus 2012, un sistema de retribución variable ligado a la consecución de los objetivos que se definen en el propio cuadro de mando. Este bonus pretende, además, orientar a la consecución de los objetivos generales de SegurCaixa Adeslas, de las unidades organizativas y los individuales, permitiendo alinear la percepción del mismo con los resultados individuales y de la compañía a corto y medio plazo.

La retribución mínima de los empleados de SegurCaixa Adeslas se ha situado por encima del mínimo establecido por ley y el convenio sectorial, y representa 1,73 veces el salario mínimo legal, de acuerdo con las tablas establecidas en el citado convenio.

La retribución variable de cada profesional tiene una composición –definida en función de su nivel jerárquico– que combina los objetivos generales (corporativos), organizativos (de unidad departamental) e individuales (definidos en el CMP para la plantilla) en diferentes porcentajes.

 **Inversión en gastos de personal**

**VENTAJAS Y BENEFICIOS SOCIALES**

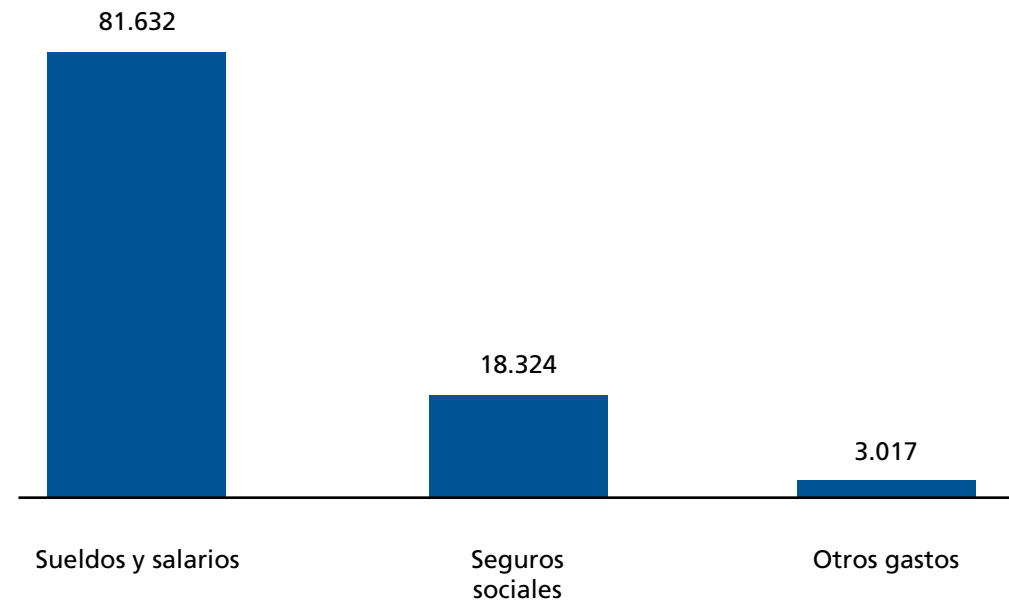
Como fórmula para retener y motivar a la plantilla, los empleados de SegurCaixa Adeslas disfrutan de una serie de ventajas y beneficios sociales, entre los que se incluyen aquéllos que buscan facilitar la conciliación de la vida laboral y personal.

Obviamente, tras la integración de Aresa en SegurCaixa Adeslas, todos los trabajadores de la compañía pueden acceder a estas medidas de carácter económico y social.

**Principales ventajas y beneficios sociales para los empleados**

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

**Inversión en gastos de personal (miles de euros)**



**SegurCaixa Adeslas cuenta con un protocolo para canalizar las posibles situaciones en materia de acoso sexual, acoso por razón de sexo o acoso moral**

**Representantes comité de empresa**

**Salud, seguridad y absentismo**

## Respeto a los derechos colectivos

En SegurCaixa Adeslas los derechos colectivos de la plantilla son expresamente reconocidos, facilitándose el ejercicio de los mismos. En este sentido, la compañía dispone de diferentes representantes legales de los empleados.

Dentro de la actividad aseguradora, el 100% de la plantilla está cubierta por el convenio colectivo de ámbito estatal para entidades aseguradoras. 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. En este caso, el personal con convenio alcanza el 92% de la plantilla total.

## Salud y seguridad en el trabajo

El servicio de prevención de riesgos laborales de SegurCaixa Adeslas es el encargado de gestionar todos los aspectos relacionados con la identificación de este tipo de riesgos en el entorno laboral, la vigilancia de la salud, la elaboración de planes de emergencia y evacuación, así como la formación de los empleados.

Los cuatro comités de seguridad y salud que existen en la compañía se reúnen varias veces al año para realizar el análisis y seguimiento de todas las actividades programadas, cuyo objetivo es mejorar el bienestar de los trabajadores y, por tanto, reducir el número de accidentes laborales. De cara a facilitar la comunicación de los empleados con estos comités, existe el buzón de e-mail "Más vale prevenir", que permite realizar sugerencias y aportar ideas.

Como cada año, en 2012 SegurCaixa Adeslas hizo el ofrecimiento a todos los empleados de un reconocimiento médico preventivo, así como el de una actuación formativa en materia de riesgos en oficinas y pantallas de visualización de datos, que tuvo un seguimiento superior al 95% del total de la plantilla.



En 2012 se lanza la primera campaña institucional en televisión e internet, donde se enfatiza la escucha activa y la cercanía con el paciente

## Excelencia operacional

### Un desarrollo comercial dinámico

A pesar del desfavorable contexto económico, la gestión y las diferentes campañas comerciales que SegurCaixa Adeslas ha llevado a cabo durante 2012 para potenciar la contratación de sus productos, han contribuido notablemente a la consecución de los buenos resultados obtenidos por la compañía.

Este éxito está basado en dos pilares. El primero de ellos es una definición clara de objetivos de marketing, materializados en campañas atractivas para los clientes. El segundo es que SegurCaixa Adeslas sigue una estrategia de adaptación constante de sus productos y servicios para dar respuesta a las necesidades demandadas por los clientes. Para ello, se trabaja en proyectos multidisciplinarios donde participan personas de los canales de comercialización, lo que genera equipos con una amplia visión de negocio que diseñan productos y servicios adaptados a cada canal y segmento.

En este marco, y en relación a las principales campañas comerciales desarrolladas en 2012, en los canales aseguradores éstas se han focalizado en ofrecer una gama de productos de asistencia sanitaria de calidad a un precio muy razonable, tanto para particulares como para pymes y autónomos, basados en descuentos y primas gratuitas para los dos primeros meses. De este modo se ha facilitado el acceso a una asistencia sanitaria privada a nuevos clientes, así como también a familiares de clientes ya asegurados en la compañía.



# 25

## nuevas clínicas dentales en toda la geografía nacional

*"Por traer todos los seguros de salud de mi familia, consigo 617 €"*

Trae más seguros y consigue más

También se han realizado importantes acciones destinadas a facilitar la salud bucodental de los clientes. Aprovechando la apertura de 25 nuevas clínicas en toda la geografía nacional, se han ofrecido descuentos y promociones en el seguro dental.

Por último, se han llevado a cabo las primeras campañas en la red de productos no salud, para empezar a formarla en estos productos. En este sentido, se ha realizado una destacada campaña vinculada al lanzamiento del producto de decesos.

Por otra parte, y en relación a los canales bancoaseguradores, se ha reinventado el concepto "multiSeguros y profesional multiEstrella", que conjuga todos los elementos clave de la comercialización de seguros y el enfoque estratégico de la compañía en cuanto a la ratio de seguros en la cartera de clientes. Para el cliente todo son ventajas, ya que agrupa todos los seguros que necesita (para cliente particular: vehículo, casa, persona y familia) con la garantía que ofrece CaixaBank y, además, materializa esta necesidad de aseguramiento en una Tarjeta Regalo con dinero en efectivo para gastar en lo que él quiera.

También se han realizado varias acciones de marketing para apoyar el esfuerzo de las oficinas en la comercialización de los seguros de salud, mediante la promoción de 2 meses gratis (tanto para particulares como para pymes) o bien descuento en la prima (para pymes), y se ha llevado a cabo una campaña menor vinculada al lanzamiento del producto de decesos.

## SegurCaixa Adeslas cuenta con un margen de solvencia muy por encima de las exigencias legales

# Solvencia y gestión del riesgo

En enero de 2014 se prevé la entrada en vigor de la nueva normativa Solvencia II. Esta nueva normativa supone un cambio radical en la forma de hacer de las aseguradoras, cambios que incluyen aspectos económicos (Pilar I), de gobierno corporativo (Pilar II) y en el modo de reportar la información al supervisor y al mercado (Pilar III). Su objetivo principal consiste en mejorar el control y medición de los riesgos (de mercado, operacionales, de crédito y de liquidez) a los que pueden enfrentarse estas compañías.

Cumpliendo con el calendario previsto por los organismos reguladores, SegurCaixa Adeslas está involucrada e inmersa en la implantación y desarrollo de Solvencia II. Este hecho, junto con un margen de solvencia elevado y muy por encima de las exigencias legales –fruto de la gestión prudente y responsable del negocio–, permite a la compañía posicionarse de forma aventajada, respecto a otras entidades del sector, en la implantación y cumplimiento de los nuevos requerimientos.

### Modelo corporativo de análisis de riesgos

En este marco, SegurCaixa Adeslas cuenta con un modelo corporativo de análisis de riesgos compuesto por categorías de riesgos alineadas con las tipologías definidas en Solvencia II: riesgos de los procesos de negocio, riesgos aseguradores, riesgos de la información y riesgos del entorno.

Este modelo se ha diseñado siguiendo las directrices que establecen la necesidad de definir un marco de control interno que evalúe la adaptación y conformidad de los procesos desarrollados con los objetivos y el Plan Estratégico de la compañía. De esta forma es posible identificar y evaluar los riesgos internos y externos a los que SegurCaixa Adeslas está expuesta, siendo el Consejo de Administración el último responsable de la aprobación y supervisión del sistema de control interno.

Para la identificación del perfil de riesgo, SegurCaixa Adeslas lleva a cabo una combinación de dos metodologías: “top-down” (de arriba abajo), basada en la experiencia de las mejores prácticas a partir del conocimiento del negocio y de los riesgos inherentes, y “bottom-up” (de abajo a arriba), mediante cuestionarios que permiten la recogida de información y sirven de base para la realización de un Mapa de Riesgos a partir de las funciones y procesos.

El grado de exposición al riesgo (riesgo inherente) se determina en función de la probabilidad de ocurrencia y el impacto en los resultados de la compañía. El segundo paso consiste en identificar los controles y/o actividades que mitiguen los riesgos identificados, de manera que el impacto potencial del riesgo inherente se ve reducido en función de la actividad de los controles diseñados. El resultado es la cuantificación del riesgo residual, que indica el grado de exposición al riesgo asumido por la compañía por la realización de sus actividades.

Esta matriz de riesgos vinculada al negocio va a permitir a SegurCaixa Adeslas la gestión y control de los riesgos residuales desde una doble perspectiva: la realización de planes de acción sobre los riesgos de mayor impacto, así como la monitorización de los riesgos con un menor impacto.

3

millones de euros invertidos  
en I+D+i

26

millones invertidos en  
tecnología y sistemas de  
información

## Innovación en tecnología

Durante 2012, SegurCaixa Adeslas ha continuado apostando por la innovación en tecnología con el objetivo de optimizar los procesos y sistemas de trabajo y mejorar la productividad de los empleados y la calidad y el servicio al cliente. Así, el pasado año se han invertido un total de 26,1 millones de euros en tecnología y sistemas de información. La inversión en I+D+i ha alcanzado los 3 millones de euros.



## Accesibilidad a través de múltiples canales

SegurCaixa Adeslas tiene asumido el compromiso de desarrollar su actividad y ofrecer sus productos y servicios aseguradores en igualdad de oportunidades. Por ello busca favorecer el acceso e interacción, a través de la eliminación de las barreras físicas y de comunicación.

En este sentido, la apuesta por la multicanalidad de la compañía está entendida desde la constante ampliación y mejora de redes y canales de distribución, tanto presenciales como no presenciales.

SegurCaixa Adeslas quiere dotar de herramientas diferenciales a cada canal y, para ello, actualmente tiene en marcha varios ambiciosos proyectos de mejora: Escritorio Comercial, portátiles, TJ7, mejoras en Línea Abierta y un teléfono único de contacto para el cliente donde pueda informarse de todos los productos a implementar a partir de 2013.

### Canales presenciales

La compañía cuenta con el apoyo de diferentes redes comerciales con una amplia presencia en todo el territorio nacional, lo que permite ofrecer un servicio próximo, ágil y libre de barreras. En este sentido, amplía el acceso a sus productos y servicios potenciando su venta cruzada a través de la red de agentes comerciales y de la red propia de sus centros.



## Web de SegurCaixa Adeslas Están diseñadas y construidas siguiendo los estándares de accesibilidad de la Web Accessibility Initiative (WAI)

### Web Adeslas SegurCaixa

Con el objetivo de evitar conflictos entre las distintas redes comerciales, en 2012 se ha elaborado y difundido la Guía de las Buenas Prácticas de la Multicanalidad. También, y en la línea de diferenciar la oferta por canales, la compañía ha desarrollado productos adaptados a las características de la propia red comercial; por ejemplo, la red especializada en salud tiene una oferta más amplia de gama de productos y algunos mediadores sólo comercializan ciertos productos de salud y decesos, entre otros aspectos.

Por otra parte, cabe destacar que las nuevas clínicas dentales de Adeslas están diseñadas conforme a las normas de accesibilidad establecidas. Además, se han realizado las adaptaciones oportunas para mejorar el acceso al resto de las instalaciones en función de las necesidades detectadas.



## Canales no presenciales

Con este mismo objetivo, SegurCaixa Adeslas pone también a disposición de sus clientes diferentes servicios y funcionalidades en medios *online*, desarrolla aplicaciones móviles para acercarles los servicios de la compañía y amplía su portfolio de productos a canales no presenciales.

Durante el año 2012 se han puesto en marcha una serie de nuevos servicios en el área privada del portal corporativo de Adeslas SegurCaixa. Estos servicios: "mis visitas al médico", "mis autorizaciones", "mis médicos favoritos", el servicio de orientación médica *online* y el servicio de gestión de casos, facilitan información a los clientes sobre los diferentes servicios asistenciales, agilizan sus gestiones y abren nuevos canales de comunicación con la compañía, siendo todos ellos muy bien valorados.

También se ha lanzado el *microsite* [www.adeslasescucha.es](http://www.adeslasescucha.es) con la finalidad de seguir reforzando el compromiso de escucha de la compañía.

Línea Abierta, el servicio *online* de CaixaBank, ofrece a un amplio público comodidad y accesibilidad a la hora de realizar: gestiones, contrataciones, consultas de folletos digitales, etc.

Con relación a este último aspecto, se revisan todos los materiales en papel y se realiza la versión digital adaptada a cada canal, con posibilidad de editar y facilitar también el envío digital de la información. Es importante destacar el multilingüismo en las publicaciones, en especial en el canal bancaseguros, para el que se traducen todas las piezas en las 4 lenguas oficiales del Estado. Además, gran parte del material también se traduce a otras lenguas –mayoritariamente al inglés, pero también al alemán, francés e incluso al portugués, árabe, ruso o chino–. Cabe destacar que también se utiliza el soporte digital para acciones de retención con clientes y en acciones de tráfico de clientes en apertura de nuevas clínicas dentales.

## En 2012 se ha avanzado en dos proyectos que inciden en la multicanalidad: el proyecto R2B (*Ready to Buy*) y el Escritorio Comercial



- En 2012, se ha avanzado en dos proyectos que inciden en la multicanalidad: el proyecto R2B (*Ready to Buy*), que permite la preparación de la contratación de los seguros de Hogar y Autos en las oficinas y su finalización o cierre a través de Línea Abierta, y el Escritorio Comercial, una herramienta comercial global de gestión novedosa para la red, que incluye funcionalidades y operativas vinculadas a productos.
- Se ha continuado potenciando la comercialización de productos sencillos y asequibles por canal telefónico, que suponen la contratación inmediata. Asimismo, en el canal bancaseguros, se ha potenciado el servicio "Call me now" de asesoramiento por agente telefónico.
- Dentro del ramo de Salud, y aprovechando las oportunidades que ofrecen los *smartphones* y las *tablets*, Adeslas SegurCaixa cuenta con una aplicación para teléfonos inteligentes que facilita el acceso al cuadro médico mediante la realidad aumentada, así como otra para iPad que permite acceder a los contenidos de Adeslas Prevención.
- Para los productos dentales, se facilita el acceso a los clientes mediante el envío de mensajes SMS en función de la proximidad a la clínica. También, para el ramo de autos, se facilita el acceso a los talleres de reparación mediante sistemas de telefonía móvil e internet.
- La compañía ofrece también a sus clientes un servicio de atención telefónica a través de *smartphones* que permite a las personas con discapacidades auditivas y del habla ser independientes a la hora de realizar cualquier gestión telefónica en cualquier sitio donde se encuentren. A diferencia de un centro de intermediación, donde hay un intérprete y mediador en la conversación, la llamada es gestionada directamente y en tiempo real por los agentes del *contact center*. Esta aplicación ha sido desarrollada por SERTEL, empresa perteneciente al Grupo ONCE, a partir de la idea de un empleado de SegurCaixa Adeslas enviada a través del canal de innovación interno Innova.
- En el ramo de Autos se ha mejorado la herramienta de geolocalización de talleres para aumentar el redireccionamiento en las reparaciones de talleres colaboradores.

**1.542**  
millones de euros en compras  
a proveedores

**19.647**  
proveedores

 **Principales proveedores por  
tramo de facturación**

## Proveedores

Los proveedores juegan un papel fundamental en la cadena de valor de SegurCaixa Adeslas. Una relación de confianza y mutuo beneficio con ellos, basada en criterios de transparencia y rigor, es parte del éxito del negocio.

La compañía trabaja, además, en transmitir sus valores corporativos y compromiso con la responsabilidad social corporativa y sostenibilidad a la totalidad del conjunto de proveedores con los que colabora, como elemento clave de su apuesta por el desarrollo sostenible.

En el año 2012, el volumen total de compras de SegurCaixa Adeslas ha superado los 1.542 millones de euros, distribuidos en 19.647<sup>1)</sup> proveedores. Dentro de este grupo se distingue a los profesionales de la salud, médicos y odontólogos que proveen servicios sanitarios.

Todos ellos son empresas solventes y reputadas cuya actividad se realiza en territorio español. Si bien, por el tipo de negocio que desarrolla SegurCaixa Adeslas, el riesgo derivado del incumplimiento de aspectos relacionados con los derechos humanos y la sostenibilidad está muy delimitado, cabe destacar que la compañía incorpora una pregunta en el cuestionario para superar el proceso de homologación a sus proveedores de Servicios Generales sobre si disponen de certificados en gestión medioambiental y/o etiqueta ecológica, debiendo aportar los comprobantes correspondientes.



<sup>(1)</sup> Estos datos incluyen solamente información sobre proveedores con facturación superior a 3.000 euros. Los datos incluyen la información relativa a Aresa.

## Proveedores en el seguro de salud y dental

Con el objetivo de proveer a los asegurados de un servicio sanitario y dental excelente, SegurCaixa Adeslas tiene en cuenta y valora la competencia científica –calificación y currículum profesional– y técnica de sus más de 40.000 profesionales. Para ello, realiza una medición y evaluación, tanto de la eficiencia y de la calidad de los servicios asistenciales prestados como de la satisfacción de los clientes.

En este sentido, y dentro del plan de mejora continua de la calidad de los servicios asistenciales, en 2012 se han puesto en marcha más de 300 acciones de mejora a partir del análisis de las quejas y reclamaciones de los clientes, así como del análisis de las encuestas de satisfacción llevadas a cabo durante el año. El 81% de estas acciones han repercutido positivamente en la satisfacción de los clientes y en la eficiencia de la organización.

La comunicación con estos profesionales, que forman parte del cuadro médico más extenso del país, se realiza a través de las delegaciones (delegados, direcciones médicas y servicios de atención al cliente), así como mediante el portal web de profesionales sanitarios, un espacio en donde éstos pueden, entre otras cosas, examinar la nueva versión de la Guía de Profesionales y otras guías clínicas de referencia, consultar contenidos para mejorar la salud de los asegurados, o acceder a cursos de formación vía streaming. Durante el pasado año se han realizado tres campañas de comunicación para potenciar el uso de este portal.

La compañía promueve también la formación continuada y la actualización de los profesionales sanitarios del cuadro médico de salud y, por ello, desarrolla diferentes cursos durante el año. En este sentido, en 2012 se han realizado dos cursos de Actualización en Urgencia Médica –con formación sobre Desfibrilación Semiautomática (DESA) y RCP instrumentalizada– dirigidos a los profesionales sanitarios de los centros médicos Adeslas Salud.

Además, a través del portal de profesionales sanitarios, éstos han podido inscribirse y asistir, sin coste alguno, a diferentes cursos: VIII Curso Internacional de Actualización en Patología, Psicología Clínica en Atención Primaria, V Curso de Cirugía Metabólica y el Trasplante en Tiempos de Crisis, etc., todos ellos organizados en colaboración con la Fundación Mutua Madrileña.





## Proveedores en el seguro de multirriesgo y accidentes y otros

En el seguro del Hogar, SegurCaixa Adeslas asigna y distribuye las cargas de trabajo entre los diversos proveedores con los que trabaja en función de criterios transparentes que están en relación con los costes y la calidad del servicio que éstos ofrecen a los clientes. Tanto en Multirriesgos como en seguros de Accidentes, la compañía sigue muy de cerca su gestión y les reporta todas aquellas actuaciones que no se adecuen a sus exigencias. Este modelo, basado en fomentar la competitividad y la mejora continua, garantiza prestar el mejor de los servicios a los asegurados y aumentar la eficiencia operacional de la organización.

## Proveedores en el seguro de autos

Dentro del seguro de autos, la compañía cuenta con una plataforma de proveedores en la que se integran todos los profesionales que intervienen en la gestión del siniestro, incluidos los abogados. Durante 2012 se ha llevado a cabo una ampliación a nuevos proveedores en el proceso automático para el alta, pago y cierre de los siniestros de lunas en talleres especialistas sin necesidad de perito.

Además, con el objetivo de favorecer la reducción de tiempo de gestión y la mejora de la seguridad en todo el proceso, la recepción de los informes médicos y de los abogados se realiza mecánicamente a través de un sistema *web service*.

## Otros proveedores de servicios generales

Todos los proveedores de Servicios Generales deben superar un proceso de homologación, del cual quedan únicamente fuera las compras puntuales con importes poco significativos. En este proceso se revisa, entre otros temas, la situación financiera del proveedor, el estado de sus cuentas anuales, el correcto pago de las prestaciones a la Seguridad Social y a la Hacienda Pública, la disposición y renovación de los correspondientes seguros de responsabilidad civil y la disposición de certificados en gestión medioambiental y/o la etiqueta ecológica.

Una vez que el proveedor ha sido homologado, se realizan las ofertas y órdenes de trabajo correspondientes y, si la relación comercial lo requiere, se firma el correspondiente contrato. En aquellos casos en los que existe una relación contractual, se revisan especialmente los apartados vinculados a la confidencialidad de los datos tratados y todo lo que sea susceptible de estar afectado en términos de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD). Los proveedores que, por cualquier circunstancia, dejen de cumplir con el nivel de calidad pactado o incumplan las condiciones contractuales establecidas, son relegados. Cabe destacar que en el año 2012 no se ha producido ningún caso en este sentido.

Un elemento clave en la gestión de las compras es la aplicación Navision, una herramienta que no sólo permite la descentralización de la solicitud de las compras por parte de los distintos departamentos, sino que también posibilita un sistema de autorizaciones según distintos niveles jerárquicos, lo cual facilita la eficacia en la toma de decisiones.

Entre los proveedores de Servicios Generales destacan las empresas que atienden los distintos "call center" de la compañía. Para evaluar la calidad de la atención prestada a los clientes, SegurCaixa Adeslas lleva a cabo varias iniciativas como: encuestas directas a las personas que han contactado con los centros de atención al cliente, auditorías mensuales con la metodología de Mystery Shopper, etc. A partir de los resultados de estas iniciativas, se identifican necesidades de formación, contenidos a incorporar en el asistente, así como propuestas de mejora de la operativa o los circuitos.

Por último, cabe señalar que las compras relacionadas con los productos promocionales del canal bancaseguros de SegurCaixa Adeslas se realizan a través de PromoCaixa, empresa filial de CaixaBank, la cual lleva a cabo diferentes auditorías a aquellos proveedores que están situados en países en vías de desarrollo y que fabrican productos exclusivos para la entidad.



**4,9 millones<sup>1</sup>,**  
un 5,3% más, han depositado su  
confianza en SegurCaixa Adeslas  
en 2012

## Clientes fieles

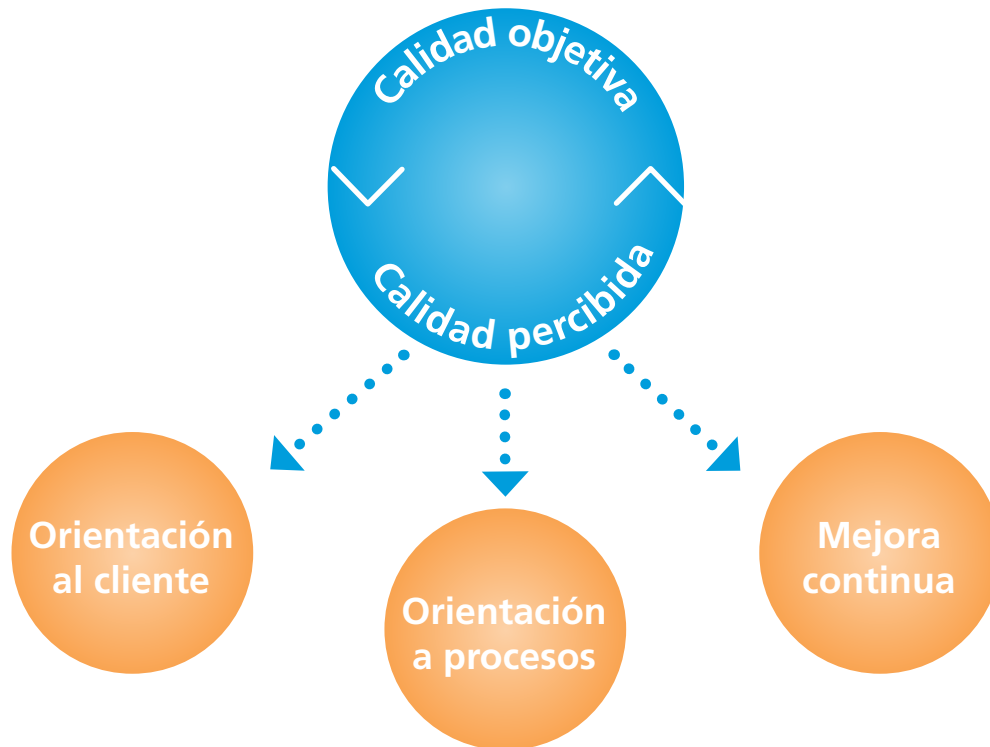
El cliente es el pilar central de la actividad de SegurCaixa Adeslas. Por ello, un año más, la compañía ha mantenido su compromiso de ofrecerle un servicio orientado a satisfacer sus necesidades, gracias al asesoramiento personal y profesional prestado por sus empleados, a la intensidad comercial desplegada y, sobre todo, a la permanente excelencia en el servicio.



<sup>(1)</sup> Nota: Número de clientes de SegurCaixa Adeslas más Aresa, estos últimos no neteados.

## Excelente calidad de servicio a clientes y canales

En SegurCaixa Adeslas, el concepto calidad está integrado en la cultura empresarial como una función transversal que tiene como objetivo principal contribuir a la creación de valor, impulsando una filosofía de mejora continua en la gestión que ayude a la compañía en su camino hacia la excelencia.



La contribución a la creación de valor se lleva a cabo a través de tres ejes:

- La orientación a cliente es el eje fundamental de todas las actuaciones de la compañía. El cliente es el pilar central de SegurCaixa Adeslas y al que van dirigidas todas nuestras actuaciones
- Con la orientación a procesos se pretende alinear las actividades y recursos de la compañía, de forma interrelacionada y sistemática y orientarlos hacia los objetivos de la organización, para conseguir una gestión más eficiente.
- Por último, la mejora continua se concibe como un mecanismo inherente a la cultura empresarial que permita optimizar progresivamente la gestión y buscar nuevos objetivos que faciliten el avance por el camino de la excelencia.

Estos ejes se desarrollan en dos grandes áreas de actividad:

- El área de calidad percibida tiene como objetivo mantener una línea de comunicación permanente con clientes y canales, conocer su percepción sobre el servicio prestado y trabajar para incrementar su grado de satisfacción.
- El área de calidad objetiva tiene como finalidad realizar un control y seguimiento interno que asegure la calidad del servicio en todo aquello que los clientes, por sí mismos, no son capaces de percibir pero asumen como inherentes a él, al depositar su confianza en los profesionales de SegurCaixa Adeslas.



**SegurCaixa Adeslas ha obtenido el Premio 2012 a la Excelencia en el servicio, otorgado por CaixaBank<sup>1</sup>**

**Encuestas de satisfacción por ramos y procesos a clientes y canales**

Cabe destacar que en SegurCaixa Adeslas, la gestión de la calidad implica a todos y cada uno de los profesionales de la compañía, incluyendo a la alta dirección, que la tienen asumida como un valor intrínseco. En este sentido, en el cuadro de mando integral (CMI), cada área y departamento tiene asignados unos porcentajes fijos vinculados a indicadores de calidad generales y específicos, que representan entre un 10% y un 20% de la retribución variable.

### Encuestas a clientes y canales

Durante el año 2012 se ha avanzado en un nuevo proyecto de homogeneización y estandarización de los estudios de calidad percibida que se elaboran de los diferentes ramos del negocio –cambio de valoración semántica a numérica–, y se ha ampliado el número de estudios realizados a otros colectivos, canales y procesos no encuestados hasta el momento. En este sentido, se han efectuado más de 101.500 encuestas de satisfacción, un 1% más que las planificadas a principios del ejercicio, completándose un total de 17 estudios mensuales y anuales.

Los resultados de estos estudios han mostrado, de forma general, una mejora de la calidad percibida por los clientes en todos los ramos, tanto a nivel de valoración global de la satisfacción del servicio como de los resultados de recomendación del seguro o servicio y de la retención.



<sup>(1)</sup> Premio otorgado por “la Caixa” en la categoría de “Mejor Área de Servicios Centrales y filiales del Grupo” como reconocimiento a los equipos que han obtenido excelentes resultados en Calidad de Servicio.

## Todos los ramos presentan tasas de satisfacción y recomendación superiores al 90%



### SALUD

- Clientes encuestados: 18.773
- Satisfacción de los clientes: 92,5%
- Aspectos más valorados: Proceso de hospitalización y el cuadro médico.
- Aspectos menos valorados: Página web de Adeslas SegurCaixa y los reembolsos.



### AUTOS

- Clientes encuestados: 16.764 entre Asistencia y Siniestros.
- Satisfacción de los clientes: 94,1% en Siniestros y 96,3% en Asistencia. Un 95,6% recomendaría el seguro/servicio prestado a otra persona en asistencia, mientras que un 92,7% lo haría en siniestros.
- Aspectos más valorados: Actitud y rapidez de la atención telefónica.
- Aspectos menos valorados: El tiempo en llegar los profesionales.



### MULTIRRIESGO

- Clientes encuestados: 47.460
- Satisfacción de los clientes: 95,9%. Un 96,1% recomendaría el seguro/servicio prestado a otra persona.
- Aspectos más valorados: La agilidad de la gestión y la actuación de los profesionales.
- Aspectos menos valorados: La información del perito y la rapidez de pago.

Por otra parte, la satisfacción global de los clientes con seguro multirriesgo del negocio, con 2.273 encuestas realizadas, ha alcanzado un 94,5%. En este caso, la eficacia de la atención telefónica y la actuación de los profesionales son los atributos mejor valorados, mientras que la información del perito y la agilidad de la gestión, los peor valorados. Un 94,6% de los clientes encuestados recomendaría el seguro/servicio prestado a algún familiar o amigo, mientras que un 95,1% volvería a utilizar el servicio.



#### DENTAL

- Clientes encuestados: 15.125
- Satisfacción de los clientes: 96,1%. Un 96,4% recomendaría el seguro/servicio prestado a otra persona.
- Aspectos más valorados: La higiene del personal y la comodidad y limpieza de las instalaciones.
- Aspectos menos valorados: La facilidad para obtener cita y el coste del tratamiento.

#### Asistencia a los damnificados de desastres naturales

Con motivo del incendio ocurrido en el mes de julio en el Alt Empordà (Girona) y las inundaciones acaecidas en toda la zona de Levante y Sur de España en los últimos días de septiembre de 2012, SegurCaixa Adeslas activó dos protocolos de emergencia para dar la máxima prioridad a los siniestros relacionados con estos desastres naturales. La compañía se puso a disposición de sus asegurados para informarles, asesorarles y tramitar la resolución, lo antes posible, de los siniestros declarados. Para ello, se reforzó la red pericial, para actuar *in situ* con la máxima celeridad. Asimismo se organizó un servicio de orientación psicológica prestado por un equipo de psicólogos clínicos con experiencia en el manejo de situaciones de estrés.



Por último, y en el caso de los afectados por las inundaciones, SegurCaixa Adeslas se ofreció a realizar en nombre de sus asegurados la apertura del siniestro ante el Consorcio, en aquellos casos en que fuera declarado consorciable, y se procedió a efectuar las reparaciones de urgencia indispensables.

## SegurCaixa Adeslas es una de las compañías de seguros con mejor valoración en el estudio realizado por ADECOSE

### ENCUESTAS A CANALES

Para SegurCaixa Adeslas también es clave conocer la satisfacción de sus canales de venta con los productos y servicios comercializados. Con este objetivo se realizan encuestas de satisfacción al canal bancoasegurador (AgenCaixa) y a los mediadores (salud y grandes empresas).

En concreto, se valora la calidad de los proveedores internos a través del análisis de tres aspectos: la calidad percibida, a través de encuestas de satisfacción en las oficinas de la red comercial; la calidad objetiva, que valora aspectos de la creación e implementación de los productos y el servicio ofrecido a oficinas; y las sugerencias y la valoración del servicio ofrecido por el Call Center.



En 2012 se ha alcanzado la máxima satisfacción en mediadores y un valor más bajo en AgenCaixa (78%), mientras que en el Canal Caixa la valoración en 2012 ha sido 3 puntos superior al año anterior. El porcentaje de recomendación es superior al 90% en los tres canales mediadores.

### MEDICIÓN DE LA CALIDAD DE LOS ENCUESTADORES

Como parte de su modelo de calidad y para garantizar el mejor desempeño, SegurCaixa Adeslas ha evaluado la calidad de las encuestas realizadas por los proveedores que llevan a cabo esta labor. En 2012, se ha evaluado este aspecto a través de 1.275 encuestas. El nivel de calidad fue de 8, en una escala de 1 a 10.

### ESTUDIOS EXTERNOS

La calidad de SegurCaixa Adeslas se ha reflejado también en estudios elaborados por organizaciones externas. En este sentido, cabe destacar el "Barómetro ADECOSE 2012. Estudio sobre la Calidad del Servicio en las Compañías Aseguradoras", un documento elaborado por la Asociación Española de Corredurías de Seguros (ADECOSE), que recoge la opinión de los profesionales del sector sobre las principales compañías aseguradoras en España en seguros para empresas y grandes organizaciones. Los datos de SegurCaixa Adeslas han mostrado como la satisfacción de los encuestados con la compañía ha alcanzado una valoración de 7,08 sobre 10, cifra por encima de la media de todas las compañías en valoración (6,82). Esta cifra sitúa a SegurCaixa Adeslas en la sexta posición entre las empresas de seguros mejor valoradas.

# 10

nuevas clínicas dentales han sido certificadas de acuerdo con la ISO 9001:2008

## Certificación de la calidad en el negocio de salud y dental

Con el objeto de evidenciar el compromiso de calidad que la compañía adquiere con sus clientes, SegurCaixa Adeslas se acoge en el ramo de Salud a la aplicación de los estándares recogidos en Norma internacional ISO 9001:2008, referente a la aplicación de los sistemas de la gestión de calidad. El alcance certificado comprende los procesos de comercialización, contratación, producción en Colectivos, así como el servicio de atención al cliente de todas las Delegaciones con las que SegurCaixa Adeslas presta su servicio en el territorio.

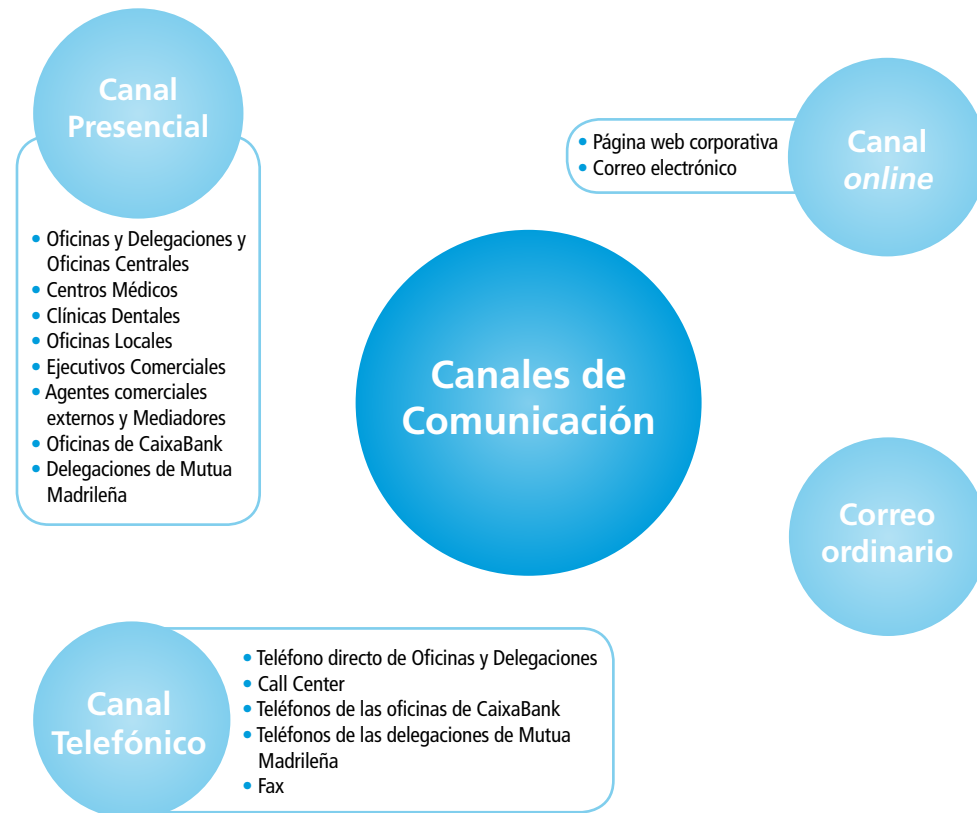
En cuanto a las clínicas dentales, la certificación comprende la prestación integral que el cliente recibe en ellas, siendo el número de clínicas certificadas en 2012 de 64, distribuidas a nivel nacional.

Estos modelos garantizan la aplicación de unos estándares de servicio homogéneos, así como la implantación de modelos de medición que permiten conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes de continuo. Como ejemplo de la consolidación de dichos modelos, el porcentaje de satisfacción de nuestros clientes en salud es del 92,5% en la aseguradora y del 96,1% en las clínicas dentales. Todo ello, inherente al compromiso por la mejora continua que la compañía adquiere con sus asegurados.



## Canales de comunicación

La satisfacción del cliente requiere de la existencia de canales bidireccionales de comunicación. Por ello, SegurCaixa Adeslas pone a su disposición diversos canales de atención para la recepción y atención de consultas, quejas y reclamaciones. En todos ellos, se persigue la calidad y la celeridad de respuesta.




La actividad aseguradora que realiza SegurCaixa Adeslas se encuentra sujeta a un exhaustivo control de legalidad por su órgano supervisor, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Debido a ello, la compañía tiene la obligación de informar al tomador y al asegurado en la póliza de las distintas instancias legales a las que puede acudir para presentar reclamaciones o quejas.

Existen tres instancias legales, aparte de la vía judicial, para presentar reclamaciones:

- El Servicio de Atención al Cliente, conforme al procedimiento establecido en el Reglamento del mismo. Su texto está a disposición de los asegurados previa petición.
- El Defensor del Cliente, cuyo desempeño se encuentra designado en la figura del Defensor del Cliente de las Cajas de Ahorro Catalanas, siendo ésta una primera instancia, rápida y especializada, ante la que los asegurados pueden acudir de forma voluntaria en caso de disconformidad con la actuación de la compañía.
- El Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Para la admisión y tramitación de las reclamaciones ante este organismo, debe acreditarse la formulación de la reclamación previa ante el Servicio de Atención al Cliente de SegurCaixa Adeslas o el Defensor del Cliente y que la misma haya sido desestimada.

 **Llamadas recibidas de los canales de distribución**

 **Distribución de llamadas por ramo de negocio**

## Call Center

Los "call center" están destinados tanto a los asegurados como a los canales de venta, para atender las dudas que puedan tener respecto a los productos y servicios ofertados.

### SALUD

Durante el año 2012 se han atendido un total de 3.706.025 llamadas, un 12,5% más que en 2011. Además se han recibido otras comunicaciones a través de fax, correo electrónico y la página web corporativa. Entre los principales motivos de comunicación se encuentran las autorizaciones y las peticiones de información. El nivel de calidad de la gestión realizada ha sido de un 8 sobre 10 y el plazo de gestión, de 2,47 días.

### MULTIRRIESGO

Para atender las necesidades de los clientes de los seguros de multirriesgo, la compañía pone a su disposición un teléfono de atención permanente (24 horas) que permite que éstos puedan declarar o solicitar información sobre cualquier siniestro, en cualquier momento. Además, para una gestión personalizada de consultas sobre su póliza o siniestros no reparables, el cliente puede acceder al teléfono de atención personalizada en horario de 09:00 a 20:00 horas. En 2012, por ejemplo, se han atendido un total de 1.071.033 llamadas en SegurCaixa Hogar.

### AUTOS

El Call Center de atención de siniestros para atender a clientes y oficinas presenta una tasa de abandono del 5,2% (de 350.003 llamadas recibidas se atendieron un total de 329.985).

En el ámbito de la prestación de asistencia en viaje, se han registrado 107.096 expedientes, entre servicios a personas y a vehículos.

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Durante 2012 se han recibido un total de 13.029 llamadas de los canales aseguradores, referidas a los seguros de autos y de multirriesgo, 16.850 de los gestores comerciales de AgenCaixa y 350.101 de las oficinas de CaixaBank. Para estos dos últimos canales, el pasado año se ha ampliado el número de ramos.



 [Cartas al director](#)

 [Defensor del Cliente de las  
Cajas de Ahorros Catalanas](#)

 [Oficina de Atención al  
Cliente Central](#)

 [Dirección General de Seguros  
y Fondos de Pensiones](#)

## Peticiones de las oficinas de CaixaBank

Las 6.342 oficinas de CaixaBank canalizan una parte relevante de la información y de la contratación de productos de SegurCaixa Adeslas. En 2012, se han atendido 58.616 peticiones vía formularios procedentes de la red de oficinas. El tiempo de respuesta medio ha sido de 1,2 días, muy por debajo de los 4 días máximos que fija CaixaBank para atender este tipo de peticiones, y que SegurCaixa Adeslas se impone como objetivo reducirlo a 2 días como máximo.

### GESTIÓN DE RECLAMACIONES

#### Cartas al director

En 2012 se han recibido 278 cartas al director para seguros de no-vida contratados a través de las oficinas de CaixaBank, un 41% más que el año anterior, en línea con el aumento del volumen de negocio y el número de clientes de la compañía. El mayor porcentaje de las reclamaciones hacen referencia a coberturas del condicionado del seguro y a la prestación del servicio.

Los plazos de respuesta en 2012 se han establecido de la siguiente forma: las cartas recibidas de forma directa tienen un plazo de respuesta menor a 5 días laborables, mientras que las recibidas a través del canal de oficinas de CaixaBank tienen un plazo menor a 7 días laborables. Cabe destacar que el tiempo medio de respuesta ha sido de 2 días durante el pasado ejercicio.

#### Oficinas de Atención al Cliente Central y en Salud

En 2012, la compañía ha recibido un total de 8.163 quejas y reclamaciones en el ramo de salud, tanto en la Oficina de Atención al Cliente Central como en las Oficinas de Atención al Cliente en Salud, refiriéndose la mayoría de ellas a aspectos asistenciales, administrativos y comerciales. Las recibidas directamente en estas últimas oficinas han sido 1.569, lo que supone un 4,74% más que el año anterior.

Estas oficinas, que se rigen por los principios de independencia, homogeneidad, inmediatez, protección administrativa y tutela judicial, tienen la misión de resolver y garantizar la resolución de todas las reclamaciones formuladas por los clientes de forma personalizada y en plazo (menor o igual a 60 días naturales). Además de gestionar y resolver las reclamaciones y quejas escritas, las oficinas controlan y optimizan el proceso de resolución de incidencias.





## En 2012 se ha iniciado la definición del proyecto del nuevo Modelo de Gestión de Quejas y Reclamaciones

### Defensor del cliente

En relación con las reclamaciones presentadas al Defensor del Cliente de las Cajas de Ahorros Catalanas, en 2012 se han tramitado un total de 293. Asimismo, otras 141 se han tramitado ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

### Mejora continua

Cabe destacar que SegurCaixa Adeslas cuenta con diferentes mecanismos para incorporar en su proceso de mejora continua y toma de decisiones las consultas y reclamaciones recibidas por parte de los clientes. En este sentido, se elabora un Informe Agregado Mensual con los resultados obtenidos en Calidad Percibida y Calidad Objetiva, se identifican las posibles desviaciones y se comunican a los departamentos afectados. Desde el Departamento de Calidad Corporativa se realiza el seguimiento de la implantación y la eficacia de las acciones de mejora.

En Adeslas Dental se mantienen reuniones periódicas (Comités de Calidad) por zonas de forma cuatrimestral en las que participan el 100% de las clínicas. También se mantienen reuniones en central (como mínimo una vez al año), en las que se ponen en común y se revisan indicadores, objetivos, reclamaciones y resultados de las encuestas de satisfacción.

En el año 2012, la compañía ha iniciado el proyecto de definición del nuevo Modelo de Gestión de Quejas y Reclamaciones.



**En 2012 SegurCaixa Adeslas ha seguido apostando por la innovación, la ventaja competitiva y el crecimiento del negocio con el lanzamiento de nuevos productos y servicios**

## Nuevos productos y servicios adaptados a las necesidades de los clientes

SegurCaixa Adeslas lleva a cabo un importante esfuerzo para desarrollar nuevos productos y servicios aseguradores que permitan a la compañía atender las necesidades reales de sus clientes (principalmente aquéllas que todavía no están cubiertas), mejorar la calidad de la oferta ya existente, llegar a nuevos segmentos y, en general, reforzar su liderazgo en el mercado de los seguros de no-vida.

Para conocer estas necesidades y, en función de las mismas, diseñar nuevos e innovadores productos y servicios, SegurCaixa Adeslas trabaja estrechamente con el canal asegurador y el canal bancaseguros y utiliza diferentes mecanismos de recopilación de información, entre los que destacan, por citar algunos:

- Las frecuentes consultas a la red comercial de cada canal, ya que son ellas las que aglutinan y transmiten las inquietudes y necesidades de los clientes.
- Las sugerencias de clientes en canales directos como atención al cliente, formularios *online* y telemarketing.
- Los test de usuarios del canal bancaseguros para evaluar puntos de mejora en torno a Línea Abierta y a la presentación de los productos en la página web de CaixaBank.
- Los informes de calidad percibida por los clientes y la propia red.
- El estudio de posicionamiento de la compañía permite conocer en profundidad los atributos mejor valorados por los clientes para cada uno de los ramos analizados.
- Los estudios de mercado que comparan los productos permiten identificar mejoras en nuestros productos con la información de productos de la competencia.

- Los test a clientes en relación a algún producto o servicio que se prevé ofrecer. Además, se testean con clientes las campañas más importantes.

El lanzamiento de nuevos productos y servicios en 2012 se enmarca dentro de los objetivos del Plan Estratégico 2012-2014, que apuesta por la innovación, la ventaja competitiva y el crecimiento del negocio.



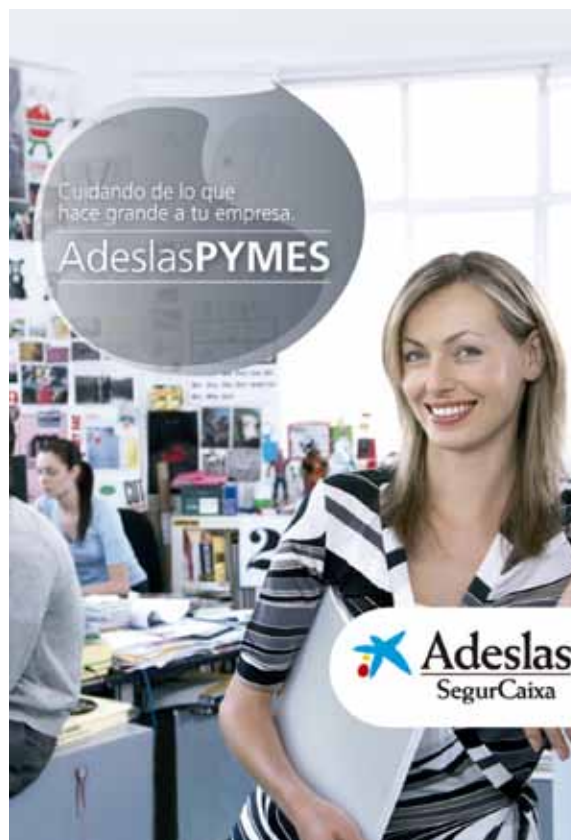
### 3 nuevos productos comercializados en el ramo de Salud



### En 2012 se ha reforzado la protección a Pymes y a Autónomos

#### Nuevos productos en el ramo de Salud

- Adeslas Plena Plus y Adeslas Plena Vital**  
 En 2012 se han incorporado dos nuevos productos de salud en la modalidad de cuadro médico enfocados a nuevos clientes. Ambos incluyen amplias coberturas, tanto en medicina primaria, especialidades y medios de diagnóstico como en urgencias y hospitalización. Adeslas Plena Plus permite el acceso a todas las garantías completas de asistencia sanitaria sin necesidad de copagos por parte del asegurado, mientras que Adeslas Plena Vital ofrece idénticas coberturas con una prima muy competitiva y un límite máximo anual de copagos para el asegurado de 260 euros.
- Adeslas Extra 240 y Adeslas Plena Extra 150 (denominado Premium en el canal bancaseguros)**  
 Se han incluido estos dos nuevos productos de reembolso de gastos: Adeslas Extra 240, que pasa de un límite total de reembolso de 210.000 hasta 240.000 euros al año; y Adeslas Plena Extra 150, que se integra dentro de la gama de los productos Plena, ajustando el esquema de tarifa a primas niveladas por tramos de edad con el objetivo de ofrecer un producto de reembolso más competitivo y sencillo para el cliente.



- **Adeslas Pymes**

La gama de salud para pymes es la adaptación de la oferta ya existente del producto modular de pymes, en respuesta a la demanda de los clientes de flexibilizar coberturas y primas. Esta nueva referencia comercial incorpora dos opciones de comercialización: Asistencia Sanitaria y Dental Activa de forma obligatoria para la contratación de todos los asegurados de la póliza, o Asistencia Sanitaria y Dental Activa de manera opcional para cada uno de los asegurados.

Destacan los productos Adeslas Pymes y Adeslas Pymes Reembolso (pólizas de asistencia sanitaria sin y con reembolso de gastos), los cuales permiten configurar una oferta para cliente que incluya Dental Activa de forma obligatoria para todos los asegurados de la póliza u opcional para cada uno de los asegurados.

Otro aspecto novedoso de estos productos es la oferta diferenciada en función de la tipología del tomador (CIF o NIF) y el número de asegurados en la póliza, mediante el cual se podrá asociar a ésta el módulo Plus Adeslas Prestación Económica por Incapacidad Temporal.

# 3

## nuevos productos comercializados en el ramo de Accidentes y otros

### Nuevos productos en el ramo de Accidentes y otros

#### • Decesos

SegurCaixa Adeslas ha lanzado su oferta de seguros de decesos, que completa la gama de seguros de no-vida de la compañía. Este seguro aporta un servicio añadido en una situación tan delicada como es la defunción de un ser querido. Su finalidad es ofrecer apoyo a los familiares del asegurado mediante la simplificación de todos los trámites burocráticos inherentes al sepelio y al entierro. Por ello, todas las gestiones se tramitan a través de una llamada. Además de los tradicionales canales aseguradores, SegurCaixa Decesos se distribuye a través del canal bancaseguros, lo que supone una gran oportunidad por la confianza y proximidad con el cliente.

Coincidiendo con este lanzamiento, también se ha diseñado el producto de gama SegurCaixa Decesos Premium, un seguro para resolver los trámites burocráticos del fallecimiento y ayudar en los aspectos emocionales a la familia ante la pérdida de un ser querido. Este seguro permite la libre elección de la localidad del sepelio por los beneficiarios y cuenta con un servicio de atención telefónica las 24 horas: servicio de decesos, traslado nacional e internacional, asistencia psicológica, asistencia jurídica, así como otros servicios adicionales.

#### • SegurCaixa Responsabilidad Civil Directivos y Autónomos

SegurCaixa Responsabilidad Civil Directivos es un seguro cuya finalidad es cubrir las posibles reclamaciones contra directivos y altos cargos de la empresa por los daños a terceros derivados de un acto incorrecto o una mala decisión tomada en el desempeño de su cargo. De este modo se evita así que éste deba afrontar una posible indemnización con su patrimonio personal.

Por otra parte, el seguro SegurCaixa Responsabilidad Civil Autónomos proporciona a pequeñas empresas y autónomos la tranquilidad de que en caso de que exista una posible reclamación por parte de un tercero, a causa de un daño producido por el asegurado durante el desarrollo de su actividad labo-

ral, o sus empleados, la póliza se hará cargo de esta indemnización, siempre que el siniestro se encuentre dentro de los términos y coberturas del contrato. La oferta de seguros para pymes y autónomos se ha reforzado también con el lanzamiento del nuevo producto SegurCaixa Responsabilidad Civil General, dirigido a empresas, pymes y autónomos con facturación de hasta 30 millones de euros.

#### • Oferta unificada de seguros específicos para pymes y profesionales autónomos

SegurCaixa Adeslas y VidaCaixa han presentado una oferta unificada de seguros específicos para cubrir las necesidades de este colectivo en todos los ramos: salud, vida y accidentes, autos y patrimoniales y planes de pensiones de empleo y asociados. Esta oferta integra los productos: SegurCaixa Responsabilidad Civil General, Adeslas Pyme y Adeslas Pyme y Dental, SegurCaixa Negocio, SegurCaixa Industria, SegurCaixa Previsión Profesional, VidaCaixa Protección Autónomos Vida y SegurCaixa Protección Autónomos Accidentes. En la actualidad, el negocio de pymes y autónomos de ambas aseguradoras cuenta con más de 270.000 contratos de seguros, alrededor de 500.000 asegurados y más de 170 millones de euros en primas anuales.



**En 2012 se ha diversificado la oferta para particulares, autónomos y pequeñas empresas con productos más sencillos a precio más económico y con los mismos estándares de calidad**

### Productos adaptados a la realidad social

Por último, cabe destacar que en la línea de acercamiento de la compañía a las necesidades reales de sus clientes y, teniendo en cuenta, el momento económico actual del país, SegurCaixa Adeslas ha llevado a cabo diferentes respuestas de aseguramiento a favor de las personas más afectadas.

Uno de los colectivos con el que la compañía se ha mostrado más sensible ha sido el de las personas mayores y, en este sentido, se han realizado acciones para facilitarles el acceso a productos de necesidad (salud, dental o decesos). También se han ofrecido condiciones especiales a determinados colectivos como policías, fuerzas armadas, funcionarios, farmacias, autónomos, estudiantes, etc.; se han ofrecido seguros adaptados o mejorados (cobertura escolar en caso de fallecimiento de padres, mejoras en el producto de ILT, mejora de precio en el ramo de autos, etc.), y se han realizado acciones de retención para micropymes orientadas a ajustar la prima del seguro de salud para los empleados, entre otros.



## SegurCaixa vela por transmitir a sus clientes una información veraz y transparente

# Comunicación transparente

SegurCaixa Adeslas asume el compromiso de facilitar información veraz y transparente de las características y condiciones de sus productos y servicios. Por ello, entre otras medidas, la compañía se encuentra adherida a las distintas Guías de Buenas Prácticas que edita UNESPA (Asociación Empresarial del Seguro), aplicando éstas a las notas informativas que proporciona a los clientes y asegurados, siendo un instrumento muy útil para comparar de manera rápida y sencilla los distintos productos del mercado.

También, y como en años anteriores, durante 2012 la publicidad de productos y campañas realizadas desde el Departamento de Marketing y dirigidas al canal bancaseguros, han seguido el protocolo que exige la pertenencia de CaixaBank a Autocontrol (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial). A pesar de que, para canal asegurador, la compañía no está obligada a realizar este trámite, se pasan los mismos filtros internos para la elaboración de las piezas de comunicación a clientes, siendo muy cuidadosos con la información que se ofrece en ellas.

Cabe destacar que la mayor parte de estas piezas de comunicación (y documentación contractual de producto) tienen datos de contacto (como por ejemplo la dirección de la página web corporativa, un número de teléfono), lo cual obliga a adaptarlas en función del canal y el producto. En este sentido, un reto para el año 2013 es el desarrollo de un teléfono único de contacto para el cliente, donde se pueda informar de todos los productos que ofrece la compañía (actualmente ya existe un único teléfono para todas las consultas relacionadas con los productos Premium).

En la página web corporativa, en el área de salud (Adeslas SegurCaixa), los clientes tienen acceso de forma sencilla y clara a toda la información, tanto de los productos y servicios como de los directorios de los cuadros médicos por provincias. La página web se completa con otra información útil, como pueden ser artículos sobre salud, un glosario de términos específicos del sector o el club Adeslas, que contiene diversas aplicaciones de interés para los asegurados.

Por último, y en relación con las prescripciones que en materia de seguridad de los sistemas de información se prevén normativamente, los empleados tienen a su disposición, vía intranet, el manual de seguridad de SegurCaixa Adeslas, un documento que regula la transmisión y protección de datos y cuyas directrices debe seguir todo el personal de la compañía.

# 5 Generación de valor económico y social

## Crecimiento sólido

Salud: liderazgo e incremento  
de las cuotas de mercado

Liderazgo en la distribución  
bancoaseguradora

La aportación de SegurCaixa  
Adeslas a los accionistas

Promoción del aseguramiento  
en la sociedad

Educación para la salud

Reducción del impacto  
ambiental



**108,6**  
millones de beneficio neto

**8,4%**  
más que en 2011

**4,9 millones<sup>1</sup>**  
de asegurados

**246.000**  
nuevos clientes en 2012

## Crecimiento sólido

En su primer año desde la alianza entre Mutua Madrileña y CaixaBank, SegurCaixa Adeslas ha cumplido con los retos y expectativas marcados para el ejercicio inicial del Plan Estratégico 2012-2014, un resultado que impulsa la consecución de los objetivos de futuro definidos en dicho plan.

En cuanto al volumen global de primas, SegurCaixa Adeslas ha alcanzado los 2.431,3 millones de euros, lo que supone incrementar el volumen de negocio en un 7,6% en términos homogéneos con relación al ejercicio anterior.

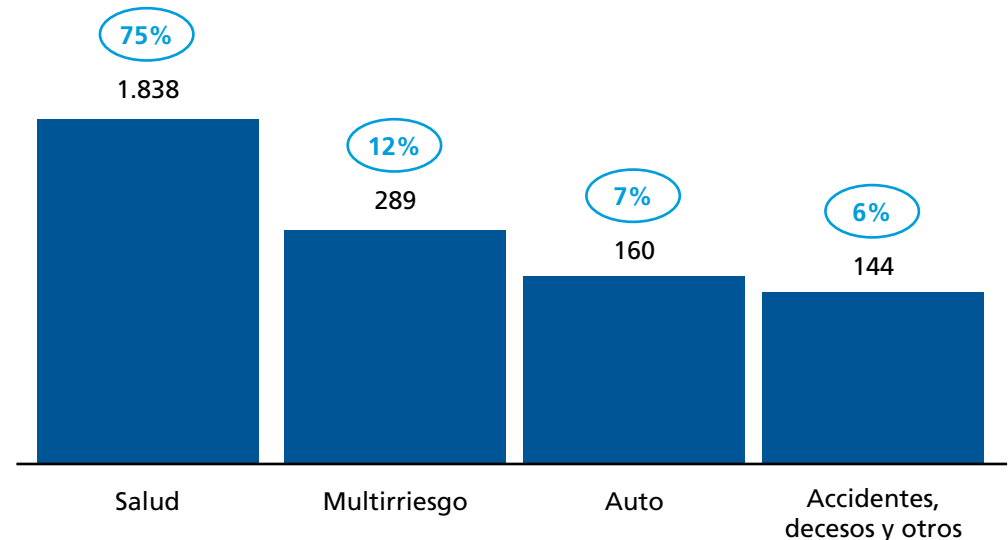
De este modo, la compañía se consolida como la segunda entidad de no-vida del sector asegurador español, con un crecimiento en primas durante 2012 especialmente destacable, teniendo en cuenta que el mercado de no-vida ha retrocedido un 1,9%.

Por último, cabe destacar que la cifra de clientes de la compañía ha alcanzado en 2012 los 4,9 millones de asegurados (incluyendo la cartera de Aresa), lo que supone un incremento neto de 246.000 nuevos clientes, un 5,3% más que el año anterior. Respecto al peso específico de cada segmento, los clientes particulares han sobrepasado los 2,3 millones de asegurados, las grandes empresas y colectivos los 2,2 millones y las pymes y autónomos los 0,4 millones.

Estos buenos resultados se han debido fundamentalmente a dos factores. El primero de ellos, y que ha contribuido al éxito de SegurCaixa Adeslas en 2012, ha sido, un año más, su liderazgo en el ramo de Salud, que representa el 75% de la facturación.

El otro factor ha radicado en la fortaleza comercial de SegurCaixa Adeslas, sustentada sobre todo en el canal bancoasegurador, a través del cual se ha comercializado el 72% de las primas de nueva producción, y en los canales aseguradores, a través de los cuales se ha comercializado el 28% restante. Cabe mencionar que la red bancaria es líder en distribución bancoaseguradora en los ramos de Multirriesgo del Hogar y Auto.

Primas de SegurCaixa Adeslas por ramo en 2012 (millones de euros)



<sup>(1)</sup> Nota: Número de clientes de SegurCaixa Adeslas más Aresa, estos últimos no neteados.

**1.838,1**  
millones de euros  
en volumen de  
primas en salud

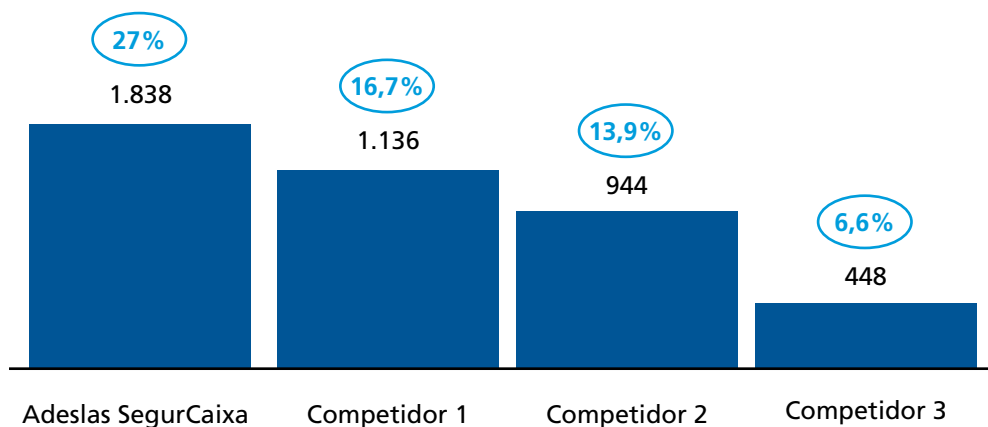
Adeslas SegurCaixa es la  
marca con la que la compañía  
comercializa los seguros de salud

Adeslas SegurCaixa sigue  
reforzando su posición de líder  
en seguros de salud en España

## Salud: liderazgo e incremento de las cuotas de mercado

En el año 2012, Adeslas SegurCaixa ha alcanzado un volumen de primas en salud de 1.838,1 millones de euros, lo que ha supuesto un incremento del 3,6% en un mercado que ha aumentado el 3,1% en el mismo periodo. De este modo, la compañía, a través de su marca en Salud, Adeslas SegurCaixa, sigue reforzando su posición de líder en seguros de Salud en España, situando su cuota de mercado en un 27%, a más de 10 puntos de distancia del siguiente competidor, y representando el 31,4% del crecimiento total del seguro de salud en 2012.

Primas por entidades (millones de euros)



○ Cuota de mercado en %

Fuente: ICEA y elaboración propia



**3,1**  
millones de asegurados  
en Salud

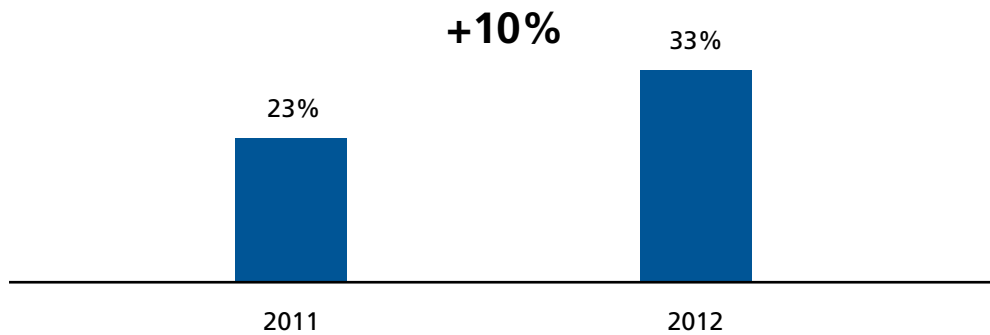
**142.000**  
nuevos asegurados netos  
en el periodo 2012 en Salud

**17%**  
de incremento del volumen  
global de primas para  
Pymes y Autónomos

En el periodo de 2012, SegurCaixa Adeslas ha captado 142.000 nuevos asegurados netos, obteniendo un fuerte crecimiento de clientes particulares y de pymes, por lo que, en total, la cifra de clientes de Salud de la compañía ha superado los 3,1 millones de asegurados.

El crecimiento de la compañía ha estado fuertemente apoyado en el canal bancario.

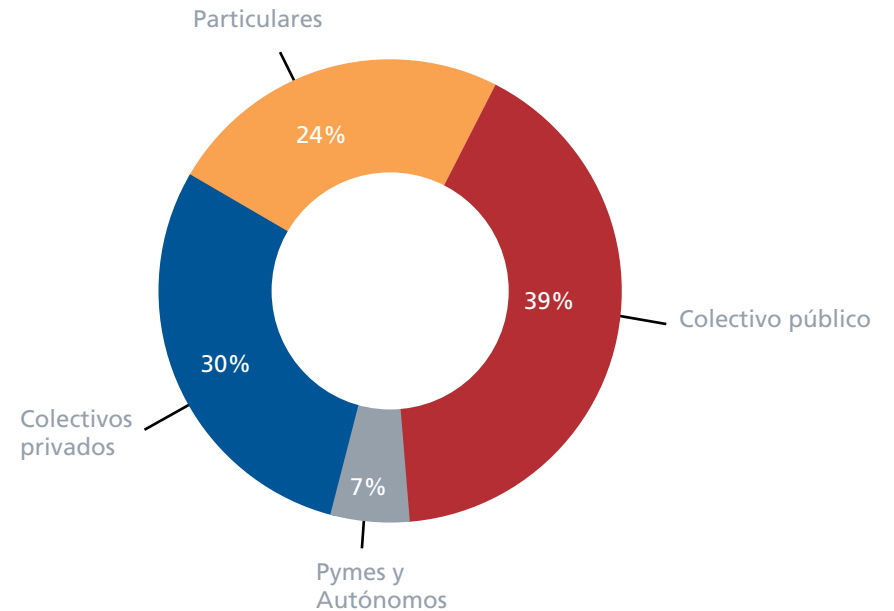
Participación de primas de nueva producción del canal bancoasegurador en salud



Fuente: ICEA y elaboración propia

Distribución de clientes de Salud por segmento

3,1 millones de clientes



**40.000**  
profesionales de la salud

**1.155**  
centros médicos propios  
y concertados

 *Asistencia sanitaria  
de calidad*

## Asistencia sanitaria de calidad

SegurCaixa Adeslas dispone de una amplia oferta de seguros de salud que le permite ofrecer el producto más adecuado a cada segmento de clientes y, para dar cobertura a todos ellos –ya sea en la modalidad de cobertura ambulatoria o integral–, cuenta con un cuadro médico formado por más de 40.000 profesionales de la salud, altamente cualificados, y un total de 1.155 centros médicos propios y concertados.

Dentro de la asistencia sanitaria, la compañía posee un dispositivo compuesto por 28 centros médicos Adeslas repartidos por todo el territorio nacional, más el Hospital Universitario de La Ribera en Alzira (Comunidad Valenciana), de titularidad pública y gestionado por Adeslas SegurCaixa.

A lo largo de 2012, el cuadro médico propio y concertado de SegurCaixa Adeslas ha atendido más de 19,9 millones de consultas. Asimismo, se han realizado más de 6,6 millones de pruebas diagnósticas y un total de 268.152 ingresos hospitalarios. Por otra parte, la compañía ha gestionado más de 67,1 millones de siniestros<sup>1</sup>.



<sup>(1)</sup> Nota: Sólo Honorarios Médicos sin contar hospitales ni reembolsos.



### Centros médicos propios

Número de centros por provincia	Total
Alicante	2
Almería	1
Badajoz	1
Barcelona	3
Burgos	1
Castellón	1
Ciudad Real	1
Córdoba	1
Coruña	2
Granada	1
Jaén	3
León	1
Lugo	1
Málaga	3
Murcia	1
Pontevedra	2
Salamanca	1
Tenerife	1
Zaragoza	1
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>28</b>

92

centros dentales propios,  
29 más que en 2011

En 2013 el negocio dental de  
Adeslas SegurCaixa contará  
con una red de 152 clínicas  
propias y una plantilla de más  
de 2.200 empleados

## Expansión del negocio dental

En 2012 SegurCaixa Adeslas ha consolidado el liderazgo en el negocio dental, ofreciendo un servicio de calidad a 1,09 millones de clientes, un 14% más que en 2011, a través de la mayor red de clínicas propias del mercado. La red asistencial de SegurCaixa Adeslas está compuesta por 92 clínicas propias, 29 más que en 2011, casi 900 clínicas concertadas y asociadas, y más de 1.000 odontólogos.

Durante el pasado año, la compañía ha realizado 1,1 millones de actos, un 30% más que en el ejercicio anterior, a 255.000 pacientes diferentes, entre los que se encuentran tratamientos en todas las especialidades odontológicas.

Por otra parte, hay que destacar que en 2012 Adeslas Dental ha puesto en marcha un ambicioso plan de crecimiento que supone la apertura de un total de 71 clínicas en un periodo de un año y medio, con una inversión de 31 millones de euros y la contratación de más de 1.000 profesionales. En 2013, el negocio dental de Adeslas SegurCaixa contará con una red de 152 clínicas propias y una plantilla de más de 2.200 empleados.

### Centros dentales propios

#### Número de centros por provincia

<b>A Coruña</b>	<b>2</b>	<b>Lleida</b>	<b>1</b>
<b>Albacete</b>	<b>1</b>	<b>Lugo</b>	<b>1</b>
<b>Alicante</b>	<b>1</b>	<b>Madrid</b>	<b>20</b>
<b>Almería</b>	<b>1</b>	<b>Málaga</b>	<b>8</b>
<b>Badajoz</b>	<b>1</b>	<b>Mallorca</b>	<b>1</b>
<b>Barcelona</b>	<b>16</b>	<b>Murcia</b>	<b>1</b>
<b>Burgos</b>	<b>1</b>	<b>Palencia</b>	<b>1</b>
<b>Cádiz</b>	<b>4</b>	<b>Pontevedra</b>	<b>2</b>
<b>Castellón</b>	<b>1</b>	<b>Salamanca</b>	<b>1</b>
<b>Ciudad Real</b>	<b>1</b>	<b>Sevilla</b>	<b>6</b>
<b>Córdoba</b>	<b>2</b>	<b>Tarragona</b>	<b>2</b>
<b>Girona</b>	<b>1</b>	<b>Tenerife</b>	<b>1</b>
<b>Granada</b>	<b>2</b>	<b>Toledo</b>	<b>1</b>
<b>Huelva</b>	<b>1</b>	<b>Valencia</b>	<b>3</b>
<b>Jaén</b>	<b>4</b>	<b>Valladolid</b>	<b>1</b>
<b>Las Palmas de Gran Canaria</b>	<b>1</b>	<b>Zaragoza</b>	<b>1</b>
<b>León</b>	<b>1</b>		
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>92</b>

## Colaboración con la sanidad pública

Un aspecto destacable en la trayectoria empresarial de SegurCaixa Adeslas es su presencia en modelos de colaboración de la iniciativa privada con administraciones públicas responsables de la cobertura sanitaria, modelos que protegen la sostenibilidad del Sistema Nacional de Salud mejorando la eficiencia en la gestión y sin merma en la calidad de las prestaciones, además de lograr un éxito demostrado en la satisfacción de los usuarios.

Desde 1997, la Compañía lidera la Unión Temporal de Empresas que gestiona la prestación de asistencia sanitaria en el Departamento de Salud nº 11 de la Comunidad Valenciana, lo que comprende tanto la Atención Primaria de la comarca como la Asistencia Especializada, incluida la gestión del Hospital Universitario de La Ribera en Alzira (Valencia).

Este proyecto dio origen al denominado "Modelo Alzira", replicado después en una u otra medida dentro de la propia Comunidad Valenciana y en la Comunidad Autónoma de Madrid con un éxito que ha ido contrastando el paso de los años, hasta convertirse dentro y fuera de España en un verdadero paradigma de la colaboración público-privada en sanidad.

Y desde hace más de 40 años nuestra Sociedad suscribe los Concierdos que establecen la Mutualidad General de Funcionarios Civiles del Estado (MUFACE), el Instituto Social de las Fuerzas Armadas (ISFAS) y la Mutualidad General Judicial (MUGEJU) para la asistencia sanitaria de su colectivo, que comprende alrededor de 2,3 millones de personas y supera por ello la población de bastantes Comunidades Autónomas.

El régimen de Seguridad Social de estas mutualidades permite a sus afiliados optar entre la cobertura de la sanidad pública y la de alguna de las aseguradoras que tenga concertadas su mutualidad, manteniendo su preferencia por éstas a lo largo del tiempo alrededor del 85% del colectivo. SegurCaixa Adeslas tiene adscrita la mayor cuota de afiliados en cada mutualidad, hasta un total cercano al millón de personas.



**Más de 1 millón**  
de pólizas de seguros multirriesgo

**16,5%**  
más que en 2011

**Líderes en distribución  
bancoaseguradora en Hogar  
con 207.000 nuevas pólizas  
en 2012**

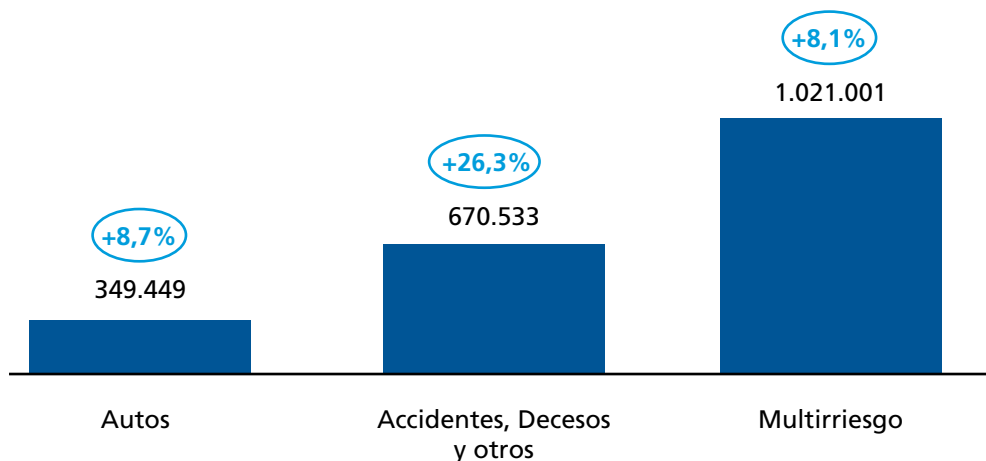
*Distribución de pólizas  
del ramo Multirriesgo*

*Principales causas de  
siniestros del hogar en 2012*

## Liderazgo en la distribución bancoaseguradora

Un año más, durante 2012 SegurCaixa Adeslas ha liderado la distribución bancoaseguradora en los ramos de hogar y auto, con crecimientos por encima del mercado. El ritmo de crecimiento en este canal sitúa a la compañía como 3ª en el ranking de seguros del hogar y 14ª en el ranking de seguros de auto.

### Distribución de pólizas por ramo



## Multirriesgo

La oferta de SegurCaixa Adeslas incluye el tradicional seguro del hogar (SegurCaixa Hogar), así como productos específicos para comercios (SegurCaixa Negocio) y el sector industrial (SegurCaixa Industria).

La intensa actividad comercial llevada a cabo en el canal bancoasegurador ha supuesto la venta de 207.000 nuevas pólizas, permitiendo superar los 1,02 millones de pólizas. El volumen total de primas para este ramo ha sido de 289,9 millones de euros, un 16,5% más que en el ejercicio 2011. Este incremento es destacable, dado que el crecimiento medio del mercado ha sido del 0,7%.

Esta evolución del ramo ha sido impulsada especialmente por los seguros del hogar, lo que demuestra la excelente aceptación de este tipo de productos de SegurCaixa Adeslas, que dan cobertura a más de 850.000 hogares españoles.

Con el incremento de pólizas del hogar ha aumentado también el número de siniestros gestionados, un total de 252.017, un 12% más que en 2011. Las principales causas de siniestro han sido los daños por agua, seguido por rotura de cristales y daños eléctricos.

% Var. Número de pólizas 12/11

Fuente: ICEA y elaboración propia



**106.832**

pólizas netas de nueva  
producción en Autos

**Incremento del 8,5% respecto  
al año anterior**

**Líderes en distribución  
bancoaseguradora en Autos**

**Riesgos asegurados**

**Principales causas de  
siniestros de Autos en 2012**

**Distribución de pólizas  
del ramo Autos**

## Autos

El mercado de seguros de automóviles en España obtuvo en 2012 un descenso del 5,9% a consecuencia de una caída del 13,4% de las ventas de turismos, la irrupción de los comparadores de seguros con altas inversiones publicitarias y el continuado trasvase de pólizas de todo riesgo a terceros.

A pesar de esta coyuntura adversa, SegurCaixa Adeslas ha centrado sus esfuerzos en la calidad de servicio, la eficacia en la gestión de siniestros y el resultado técnico. En este sentido, se han incorporado variables financieras en la tarificación de los productos y en la renovación de las pólizas, lo que permite ofrecer unos descuentos especiales a determinados segmentos de clientes; se han ofrecido descuentos comerciales desde las oficinas tanto para nueva contratación como para la retención del cliente en la renovación, y se ha trabajado en el diseño y tarifa de un nuevo producto, SegurCaixa Auto Selección, para su comercialización en canales aseguradores a partir de 2013.

Por otra parte, también hay que destacar que la Dirección de Área de Siniestros de Automóviles ha llevado a cabo durante el pasado año diversas acciones con un doble objetivo: mejorar la información a los clientes y optimizar los costes de los siniestros para conseguir los objetivos establecidos. El número de siniestros gestionados en 2012 ha sido de 149.460 expedientes (contabilizando los 40.318 expedientes no finalizados en el transcurso del 2011).

### Crecimiento positivo

En este entorno desfavorable, el ramo de autos de SegurCaixa Adeslas ha mantenido la tendencia positiva de años anteriores. En volumen de primas, el crecimiento ha sido de un 2,3% y se ha alcanzado un total de 160,2 millones de euros. En número de pólizas, el crecimiento ha sido de un 8,5%, alcanzando las 349.449. La nueva producción ha ascendido a 106.832 pólizas netas.



Durante 2012, SegurCaixa Adeslas ha incorporado nuevas líneas de negocio que han contribuido al crecimiento de la compañía, tanto en número de pólizas y asegurados como en primas

**5<sup>a</sup>**  
posición en el ranking de  
seguros de decesos

 **Distribución de pólizas del  
ramo Accidentes, Decesos  
y otros**

## SegurCaixa Decesos

**Para tu  
tranquilidad,  
nos encargamos  
de todo**



## Accidentes, Decesos y otros ramos

En este grupo de seguros se encuentran incluidos una amplia gama de productos personales: accidentes, decesos, seguro de repatriación, responsabilidad civil, daños, protección de pagos, subsidios, etc.

Durante 2012, este ramo ha experimentado un crecimiento muy importante, tanto en número de pólizas y asegurados como en volumen de primas. En este sentido se han alcanzado los 143,6 millones de euros en primas, un 77,3% más que en el año anterior, así como las 760.000 pólizas de cartera.

Este crecimiento se ha debido principalmente a la incorporación de nuevas líneas de negocio, como la nueva oferta de decesos, que ha aportado 65 millones de euros en primas y ha situado a SegurCaixa Adeslas en la quinta posición del ranking de seguros de este ramo.

SegurCaixa Adeslas, además, reforzó la protección para pymes y autónomos con el lanzamiento de los nuevos seguros de Responsabilidad Civil.

## La aportación de SegurCaixa Adeslas a los accionistas

El buen comportamiento de SegurCaixa Adeslas en 2012 ha contribuido al crecimiento en número de clientes, primas y resultados económicos de sus accionistas, Mutua Madrileña y CaixaBank, consolidando de esta manera su posición de liderazgo. Estos buenos resultados refuerzan la confianza depositada por los accionistas en el proyecto que representa la compañía, maximizando el valor retornado, vía dividendos y comisiones de comercialización.

Tanto Mutua Madrileña como CaixaBank aportan a SegurCaixa Adeslas una mayor capacidad de crecimiento, una sólida posición financiera y la captura de sinergias procedentes del saber hacer de ambos socios.



**Celebración del “1er Foro de Salud” organizado por Adeslas SegurCaixa para promover el aseguramiento en España**

 **Relaciones con los medios de comunicación**

## Promoción del aseguramiento en la sociedad

Dentro de las actuaciones en materia de acción social, y como líder del mercado en el negocio de los seguros de salud, SegurCaixa Adeslas impulsa la generación de una cultura a favor de la previsión social y el aseguramiento.

En este sentido, SegurCaixa Adeslas realiza una importante labor de investigación y difusión sobre la importancia y los beneficios de la previsión social y el aseguramiento, con el objetivo de conocer mejor los comportamientos de los ciudadanos y las empresas ante estos temas y darles la mejor respuesta posible.

### Durante 2012, la compañía ha llevado a cabo las siguientes actividades:

- Organización por parte de Adeslas SegurCaixa en el mes de junio del Primer Foro de Seguros de Salud, en el que se dieron cita más de 300 asistentes, entre miembros de la Administración Pública, directivos de recursos humanos, organizaciones empresariales, consultores, mediadores, sindicatos y empresas relacionadas con el sector sanitario, y en donde se debatió sobre “La contribución del seguro de salud privado en el entorno corporativo” y “El futuro de la sanidad: desafíos en el actual contexto económico”.  
En este evento, celebrado en el CaixaForum de Madrid, se presentó también el documento “El seguro de la salud, un valor en alza. Barómetro de seguros de salud 2012”, realizado por la compañía. Este estudio recoge la valoración que hacen los empleados que se benefician de un seguro colectivo, así como las diferentes percepciones del servicio entre los usuarios de la sanidad privada y pública.
- Acciones proactivas con los medios de comunicación para dar a conocer la evolución de SegurCaixa Adeslas. La compañía ha emitido 14 notas de prensa sobre cifras de negocio, lanzamiento de nuevos productos y posiciones en rankings sectoriales, entre otros temas y ha conseguido un fuerte impacto en los medios con un total de 839 apariciones.
- Organización de encuentros con mediadores y consultores para potenciar el negocio de salud con el fin de reforzar las relaciones con el canal de distribución.
- Publicación del boletín informativo periódico Info VidaCaixa Previsión Social. Este boletín, que cuenta con artículos y entrevistas a diferentes expertos y clientes, tiene como objetivo difundir la cultura y los beneficios de la previsión social entre el colectivo de empresas.
- SegurCaixa Adeslas colabora de forma continua con diversas instituciones cuyo objetivo es promover el desarrollo y el avance del seguro a nivel de sector y a nivel social. Entre estas instituciones destacan:

- UNESPA (Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras), asociación empresarial del seguro que representa a más de 250 entidades en España.
- Investigación Cooperativa de Empresas Aseguradoras y Fondos de Pensiones (ICEA), asociación a la que pertenece SegurCaixa Adeslas, junto con otras entidades aseguradoras españolas, y cuyo objetivo es el estudio de materias relacionadas con el seguro.
- Instituto para el Desarrollo de la Integración en Sanidad (IDIS), entidad que promueve y promociona el nivel de calidad y excelencia de la sanidad privada y sirve como órgano de interlocución ante la Administración.

Asimismo, los directivos y responsables de la compañía han participado activamente en diferentes eventos y jornadas relacionadas con el sector asegurador:

- Jornada “Perspectivas del seguro y la economía para el año 2012”, celebrada en Madrid, donde intervino el Director General. Enero de 2012.
- Jornada “Seguros en Internet”, organizada en Madrid por el IFE (Instituto de Fomento Empresarial), donde participó el Director de Marketing. Mayo de 2012.
- Jornada “Innovación en Seguros”, celebrada en Madrid. Con la participación del Director de Marketing y Desarrollo de Segmentos. Mayo de 2012.
- XIX “Encuentro del Sector Sanitario”, dentro de la jornada “La aportación del sector asegurador”, celebrado en el IESE. Contó con la intervención del Director General. Octubre de 2012.
- “Claves estratégicas del sector asegurador en el entorno actual”, encuentro especializado organizado por Expansión-Capgemini, celebrado en Barcelona, donde el Director General participó como conferenciante. Octubre de 2012.
- Jornadas sobre RSC, organizadas en Madrid por ICEA, que contó con la exposición del Director de Responsabilidad Corporativa. Noviembre de 2012.

**Retorn canaliza la iniciativa de los empleados en materia de Responsabilidad Social Corporativa**

**14**  
**iniciativas llevadas a cabo por los empleados voluntarios en favor de diferentes entidades sociales**

## Compromiso con la sociedad

Otra pieza clave dentro de la acción social que desarrolla SegurCaixa Adeslas, es la implicación voluntaria de sus empleados en la mejora del entorno social y medioambiental a través de Retorn, una iniciativa encargada de promover y gestionar proyectos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa en tres ámbitos de actuación definidos: sociedad, medio ambiente y empleados.

Los objetivos de Retorn son fomentar valores socialmente responsables entre los empleados y generar acciones y programas de carácter social propuestos por ellos mismos. Al ser una iniciativa de carácter voluntario, ofrece la posibilidad de gestionar directamente las iniciativas sociales de la compañía a través de un presupuesto especialmente asignado a tal efecto.

Durante 2012, los empleados voluntarios han colaborado en 14 iniciativas llevadas a cabo en favor de diferentes entidades sociales, ya sea a través de la colaboración directa con ellas o mediante la organización de eventos para recaudar fondos que, posteriormente, son destinados a causas relacionadas con distintos ámbitos, como pueden ser la infancia en España y en países en desarrollo, la promoción, la formación y la salud de la mujer, etc.

En total se ha realizado una aportación económica de 29.351 euros a dichos proyectos.



### Organizaciones con las que se ha colaborado en 2012 a través de Retorn:

- Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil
- Asociación Ángeles Urbanos
- Asociación Miss Ainhoa's
- Banco de Alimentos
- Colegio de la Salle Bardenya
- Fundación Comtal
- Fundación Prodis
- Fundación Vicente Ferrer
- Magos por la Esperanza
- ONG Afrikable
- ONG Coopera
- ONG Molinet
- Payasos sin Fronteras

retorn   
Compromiso Social

## SegurCaixa Adeslas participó en la "Gran Recogida de Alimentos" organizada por el Banco de Alimentos y la Obra Social de "la Caixa"

Como muestra de la actividad desarrollada por Retorn en 2012, cabe destacar las siguientes entidades y proyectos apoyados:

- Donación económica para proyectos en el ámbito de la sanidad desarrollados por la Fundación Vicente Ferrer.
- Donación económica para la Fundación Prodis, en concreto, para la elaboración de materiales que permitan a los niños y jóvenes con discapacidad intelectual adquirir los conocimientos necesarios para desenvolverse en sus diferentes entornos de manera plena y con la máxima independencia.
- Colaboración con la Olimpiada Solidaria de Estudio, una iniciativa de la entidad ONG Coopera, a través de la cual los patrocinadores convierten cada hora que los jóvenes dedican a estudiar en un euro que se destina a financiar proyectos de cooperación en países del Tercer Mundo, vinculados con la educación y la formación.
- Participación en la campaña "Taponos para una Nueva Vida" de la Fundación Miss Ainhoa's, mediante la cual se recogen taponos de plástico que ayudan a financiar los tratamientos médicos de niños con enfermedades y discapacidades.
- Participación en la "Gran Recogida de Alimentos" organizada por el Banco de Alimentos y la Obra Social de "la Caixa". Esta iniciativa, que se realizó a través de una serie de puntos de recogida habilitados para tal fin, logró un nuevo récord de colaboración con 9.230 kg recogidos en la Comunidad Autónoma de Madrid y 14.986 kg en la provincia de Barcelona.

- Organización de una Jornada de Cine Solidario en Madrid y Barcelona donde se recogieron juguetes y alimentos para niños y adultos en riesgo de exclusión social. Cabe destacar que se invitó a participar activamente, en esta iniciativa celebrada en el mes de diciembre, a los empleados de la compañía Aresa con el fin de favorecer la integración con sus nuevos compañeros de SegurCaixa Adeslas en un ámbito más relajado y familiar.
- Recaudación de fondos económicos a través de diferentes actividades deportivas: carrera solidaria para financiar las instalaciones del Colegio de la Salle Bardenya en Burkina Faso, carrera solidaria de la mujer a favor de la lucha contra el cáncer de mama, carrera solidaria de karts en beneficio de la ONG Afrikable para la creación de un comedor en África.





Web de SegurCaixa Adeslas

Web del Portal de Prevención Adeslas

**Adeslas SegurCaixa ofrece, totalmente accesibles desde la página web corporativa, información divulgativa, consejos y respuestas para la prevención y cuidados de diferentes colectivos**

## Educación para la salud

Más allá de la actividad aseguradora que desarrolla, y con el objetivo de mejorar la salud y calidad de vida de todos sus clientes, SegurCaixa Adeslas centra su acción social en los ámbitos de la educación y prevención de la salud.

Esta acción social, que complementa la amplia gama de productos y servicios de salud que oferta la compañía, se concreta en la puesta en marcha de programas y planes de prevención y cuidados, que son totalmente accesibles desde la página web corporativa de SegurCaixa Adeslas, [www.adelassegurcaixa.es](http://www.adelassegurcaixa.es), y el portal de prevención [www.prevencion.adeslas.es](http://www.prevencion.adeslas.es). A través de estos portales se ofrece información divulgativa, consejos y respuestas para la prevención y cuidados en diferentes situaciones vitales.



A lo largo de los últimos años, Adeslas SegurCaixa ha desarrollado programas y planes de prevención y de cuidados, que han llegado a más de 8.500 asegurados, sobre diferentes temas:

- Cuidados del asma y bronquitis crónica.
- Cuidados del cáncer.
- Cáncer colorrectal, de mama y del cuello del útero.
- Cuidados durante el embarazo.
- Parto y puerperio.
- Cuidados del bebé.
- Accidentes infantiles.
- Sexualidad y jóvenes.
- Trastornos en la conducta alimentaria.
- Prevención y cuidado de la diabetes.
- Sobrepeso y obesidad.
- Riesgo cardiovascular.
- Trastornos de la espalda.
- Prevención de las enfermedades de la próstata (2012).
- Prevención y cuidados en cardiopatías isquémicas e ictus (2012).



## Tanto la atención sanitaria como las acciones de asesoramiento en la prevención encarnan el valor de la cercanía con nuestros clientes en Salud

En este sentido, durante 2012 la compañía ha iniciado un nuevo servicio de coaching en cuidados del bebé, que está siendo de gran ayuda para las madres primerizas que llegan a su hogar después del alumbramiento. Además, el programa de cuidados en el asma se ha extendido a la bronquitis crónica. En relación a programas y planes nuevos, se ha desarrollado un programa de prevención de las enfermedades de la próstata dirigido a hombres mayores de 50 años, así como los servicios de prevención y cuidados en cardiopatías isquémicas e ictus, dentro de la prevención terciaria.

Además, la compañía presta consejo y asesoramiento telefónicos a los asegurados inscritos en el programa de coaching en el manejo de enfermedades crónicas (asma, diabetes y riesgo cardiovascular). En este sentido, Adeslas SegurCaixa colabora con entidades y profesionales expertos de cada área ofreciendo utilidades y servicios *online* a los asegurados con el objetivo de facilitar conocimientos prácticos que ayuden a mejorar su calidad de vida. También, a nivel de prevención e información en la web, contamos con expertos, como la Fundación para la Diabetes, quienes supervisan la información publicada en los planes de cuidados, o con la Sociedad Española de Patología y Senología Mamaria, en el asesoramiento en la prevención de cáncer de mama.

### Campaña de prevención de cáncer

También en 2012 se ha llevado a cabo una campaña de prevención de cáncer de mama, en la que la compañía se ha dirigido a más de 60.000 aseguradas, alcanzándose un nivel de cobertura entre las mujeres mayores de 50 años del 63%. Esta campaña preventiva se ha desarrollado con el asesoramiento de la SESPM (Sociedad Española de Senología y Patología Mamaria).



## Reducción del impacto ambiental

SegurCaixa Adeslas apuesta por el crecimiento sostenible del entorno a través de la integración de criterios sociales, ambientales y éticos en su actividad. Su compromiso con la sociedad y la protección del medio ambiente son, por lo tanto, dos de los pilares de la Responsabilidad Social Corporativa de la compañía y de su estrategia empresarial.

Si bien, por el tipo de actividad que desarrolla, el impacto que genera la compañía sobre el medio ambiente es reducido, SegurCaixa Adeslas integra el compromiso medioambiental en su gestión, plasmándolo en diferentes acciones que ayudan a reducir este impacto, así como el de sus grupos de interés.



## Actuaciones desarrolladas para mitigar el impacto ambiental

SegurCaixa Adeslas despliega desde hace años todo un conjunto de medidas, centradas en diferentes ejes de actuación, que tienen como objetivo reducir el impacto ambiental. Entre estas medidas destacan:

- Estudiar e implementar diferentes iniciativas orientadas a la optimización de los recursos naturales y a la reducción de los consumos.
- Avanzar en la optimización de la huella de carbono.
- Promover entre los distintos grupos de interés de la compañía un comportamiento responsable con el medio ambiente.
- Reforzar la comunicación y sensibilización ambiental a nivel interno. En este sentido, los empleados tienen a su disposición guías monográficas con información sobre cómo mejorar y promover un comportamiento medioambiental responsable, así como un correo electrónico para que puedan comunicar sugerencias al respecto. Además, se han diseñado diferentes elementos de señalética, como carteles y pegatinas para las impresoras y fotocopiadoras, que sensibilizan sobre el buen uso de los recursos naturales.
- Sustituir progresivamente los equipamientos informáticos y de impresión por otros que cumplen con los estándares de ahorro energético más exigentes.
- Reducir la generación de residuos y fomentar su segregación para favorecer el reciclado y la reutilización. En este sentido, se han definido puntos de segregación de papel y cartón no confidencial, para su posterior retirada y destino final de reciclado; además, se han incluido otros materiales, como tóneres, pilas y móviles, entre otros, para su recogida en los Servicios Centrales de Barcelona.



 **Energía**

 **Consumo de papel**

 **Consumo de agua**

## Consumos

### Consumo de energía eléctrica

SegurCaixa Adeslas trabaja para que sus instalaciones –tanto servicios centrales, como oficinas propias y centros médicos y dentales– sean más eficientes y contribuyan a la reducción del consumo energético, principalmente electricidad. Para ello, la compañía desarrolla también campañas de concienciación de la plantilla a favor de un consumo responsable.

Durante 2012 el consumo de energía eléctrica ha alcanzado los 14.278,9 GJ, lo que ha supuesto una reducción del 2% respecto a 2011. El total de energía eléctrica consumida por empleado ha sido de 11,7 GJ, frente a los 14,9 GJ del ejercicio anterior.



### Consumo de papel

El papel, junto con el consumo de energía eléctrica, es el recurso que mayor peso tiene en la actividad de SegurCaixa Adeslas. En 2012, el consumo del mismo ha alcanzado las 63,6 toneladas, un 14% menos que en 2011, mientras que el total de papel consumido por empleado ha aumentado de 45,0 kg a 52,2 kg.

Revertir el consumo de papel a favor del papel reciclado es uno de los retos de la compañía de cara al futuro. En este sentido, y durante el pasado año, el volumen de papel reciclado sobre el total de papel blanco tradicional ha representado un 5,7%.

### Consumo de agua

El agua de las instalaciones de SegurCaixa Adeslas proviene de la red municipal de aprovisionamiento. En 2012, el consumo total de agua ha alcanzado los 6.563,5 m<sup>3</sup>, un 5% más que en 2011. El total de agua consumida por empleado ha sido de 5,4 m<sup>3</sup>, frente a los 4,4 m<sup>3</sup> de 2011.

### Consumo de gasoil

El consumo de este recurso natural por parte de SegurCaixa Adeslas no es relevante, ya que la compañía no dispone de grupos electrógenos propios.

Nota: Los consumos de agua, electricidad y papel no incluyen centros médicos y dentales, así como la parte proporcional del consumo correspondientes a los trabajadores de la AIE cuyas tareas no estaban vinculadas a SegurCaixa Adeslas. Además, se han detectado errores en el reporte por parte del proveedor eléctrico en los consumos referidos al año 2011 y se ha procedido a su revisión y corrección en este ejercicio.

## Emisiones de CO<sub>2</sub>

## Tratamiento de residuos

### Emisiones de CO<sub>2</sub>

Un año más, SegurCaixa Adeslas ha continuado con su compromiso de desarrollar actuaciones que disminuyan el impacto sobre el medio ambiente, una iniciativa que comenzó a raíz del cálculo de la huella de carbono que realizó la compañía en 2009. En este sentido, durante 2012 se ha seguido trabajando con el objetivo de reducir los costes económicos y ambientales asociados al transporte, potenciando el uso de la videoconferencia; además, se ha prolongado el proceso iniciado en años anteriores, consistente en promover el tren en detrimento del avión en viajes de media y larga distancia.

### Gestión de residuos

Los procedimientos establecidos por SegurCaixa Adeslas para la gestión de los residuos producidos por su actividad contemplan la recogida, el transporte, el procesamiento, el tratamiento y el reciclaje, a la vez que establecen medidas para prevenir su generación. Cabe destacar que la compañía, en los Servicios Centrales de Barcelona, pone a disposición de sus empleados puntos de recogida de residuos en todas sus instalaciones.

Fruto de las iniciativas llevadas a cabo por cada departamento, el consumo de papel y residuos de tóneres de impresora y material RAEE (equipos eléctricos y electrónicos) se reduce de año en año en un porcentaje considerable. Cabe señalar también que Adeslas Dental tiene firmados acuerdos con compañías especializadas en recogida de residuos aunque, al realizarse todos los diagnósticos por imagen digitalizada, no se generan como residuos ni placas ni líquidos.



# 6 Objetivos y retos

**Empleados**

**Clientes**

**Accionistas**

**Administraciones públicas**



**Colectivo médico y otros  
proveedores**

**Sociedad**

**Medio ambiente**

# Empleados

## Compromiso con el empleo de calidad

Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
 Consolidar y garantizar la aplicación gradual del acuerdo laboral formalizado en 2011.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de la totalidad de las previsiones del acuerdo.</li> </ul>
 Mantener el reto del desarrollo paralelo y compensado del negocio y la plantilla.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avance en la implantación progresiva de los beneficios sociales recogidos en el acuerdo laboral.</li> </ul>

## Diálogo, participación y comunicación






	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
	Implantar la nueva intranet corporativa, para poder “desconectar” las aplicaciones Lotus Notes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de dos intranets diferenciadas, con motivo de la segregación de las dos compañías SegurCaixa Adeslas / VidaCaixa.</li> </ul>
	Consolidar y adaptar el Cuadro de Mando Integral (CMI) en la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implantación de la herramienta de forma satisfactoria en toda la compañía.</li> <li>• Se han graficado, además, las visiones tácticas y el CMI con visión geográfica para la Red Comercial y la Red Prestacional-Asistencial.</li> </ul>
	Implantar un Plan de Comunicación interna que permita transmitir los aspectos clave del Plan Estratégico a todos los empleados de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de un Plan de Comunicación que incluye: newsletter bimestral; encuesta de calidad sobre dicho plan; entrevistas <i>one to one</i> con empleados de Aresa para conocer sus necesidades informativas y poder adecuar los contenidos a las mismas; reuniones con el 100% de los mandos de Aresa con el mismo objetivo, etc.</li> </ul>






## Selección, acogida, retención y satisfacción de los empleados

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
●	Integrar a los empleados de Aresa en SegurCaixa Adeslas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toda la plantilla de Aresa dispone ya de acceso al 100% a los aplicativos de RRHH: CMP, <i>peoplesoft</i> para formación, portal del empleado, Aulaforum, etc.</li> </ul>
●	Implantar el Plan de Acogida a través de una plataforma <i>online</i> para toda la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo en Aulaforum de una copia del manual de acogida, disponible el primer día de la incorporación de cada empleado.</li> </ul>
●	Desarrollar herramientas tecnológicas que faciliten y optimicen los procesos de selección.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un Cuadro de Mando que identifica el grado de avance en cada proceso y fase, con un <i>timing</i> estimado en función de la dificultad del mismo.</li> </ul>
🕒	Valorar por la Dirección el hacer extensiva la certificación efr en SegurCaixa Adeslas, al ser sus dos socios referentes como empresas efr.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reto pospuesto debido a la segregación de las dos compañías SegurCaixa Adeslas / VidaCaixa.</li> </ul>



## Formación y desarrollo profesional

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
	Revisar la política de formación al perímetro de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de un Plan de Formación para la línea media vinculado al Plan Estratégico y a las necesidades específicas del negocio.</li> </ul>
	Dotar a los empleados de un Plan de Formación que proporcione las competencias necesarias para un óptimo desempeño y facilite la consecución de los objetivos del Plan Estratégico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha comenzado a desarrollar un Plan de Formación, que tendrá una duración de 6 años.</li> </ul>
	Implantar un nuevo modelo de gestión por competencias (definición de perfiles homogéneo en base al diccionario de competencias).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implantación de este modelo en el 100% de los profesionales, con la creación de 6 competencias <i>core</i>, y competencias <i>ad hoc</i> para customizar las posiciones.</li> </ul>
	Adaptar los procesos de selección, formación y evaluación del desempeño acorde con el nuevo modelo de gestión por competencias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reto efectuado al 100%. Todos los procesos de RRHH incluyen el diccionario de competencias, niveles e indicadores referidos a cada perfil.</li> </ul>
	Formar a la línea media sobre los impactos del nuevo modelo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesiones formativas a toda la línea media sobre el modelo y su aplicativo a las herramientas de RRHH</li> </ul>

## Mecanismos de compensación, ventajas y beneficios sociales

Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
<p> Consolidar la retribución variable como herramienta de compensación y de alineamiento con los objetivos estratégicos de la compañía y de cada unidad organizativa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 100% de los empleados cuenta con objetivos ligados a retribución variable. Todos los Cuadros de Mando Personal (CMP) están alineados con los Cuadros de Mando Integral (CMI) de cada unidad de negocio.</li> </ul>
<p> Trabajar conceptos de compensación total como puesta en valor de la política retributiva y como ejercicio de transparencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 100% de la plantilla dispone de la "Hoja de Compensación Total", que establece su remuneración fija y variable y cuantifica los conceptos de beneficios sociales, personalizados.</li> </ul>
<p> Revisar los mecanismos de compensación en base a la nueva compañía y al Plan Estratégico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización del recálculo del sistema de bandas con los nuevos profesionales que componen la compañía, vinculando los CMI a los objetivos del Plan Estratégico.</li> </ul>

## Compromiso con los derechos laborales

Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
 <p>Revisión de la evaluación de riesgos en los centros de trabajo de SegurCaixa Adeslas y realización de las actividades preventivas previstas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reto efectuado al 100%.</li> </ul>
 <p>Ofrecer una actuación formativa de refuerzo en materia de prevención de riesgos laborales a la totalidad de la plantilla.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha ofrecido una actuación formativa en esta materia, con un seguimiento que ha superado el 95% de la plantilla.</li> </ul>

### Retos para 2013

#### Compromiso con el empleo de calidad

- Consolidar y garantizar la aplicación gradual del acuerdo laboral SegurCaixa Adeslas / Aresa.
- Aplicación del acuerdo laboral de integración del personal de Aresa en SegurCaixa Adeslas.

### Retos para 2013

#### Diálogo, participación y comunicación

- Conseguir un uso generalizado de la intranet como herramienta de gestión y comunicación.
- Potenciar la capacidad del CMI para impulsar la mejora continua.
- Incorporar la información que proporcionan ambas visiones en los informes de resultados del CMI trimestrales.
- La responsabilidad de comunicación se traslada al Área de Desarrollo Corporativo y Comunicación.

### Retos para 2013

#### Selección, acogida, retención y satisfacción de los empleados

- Continuidad en la formación de procesos y aplicativos para este colectivo.
- Personalización del Plan de Acogida *online* según el perfil incorporado.
- Adquisición de la herramienta/aplicativo de gestión.
- Inicio del proceso: identificación de la consultora y gaps para la certificación.

### Retos para 2013

#### Formación y desarrollo profesional

- Proyecto formativo *in itinere* (itinerarios formativos individualizados).
- Nuevo plan de formación para la línea media.
- Formación a las nuevas incorporaciones.
- Gestión del cambio cultural. Implantación de un modelo que permita alinear a la plantilla con el Plan Estratégico y con el nuevo modelo organizativo derivado de la segregación.

### Retos para 2013

#### Mecanismos de compensación, ventajas y beneficios sociales

- Aplicación y metodología para los profesionales de Aresa.
- Incorporación al sistema de bonus.





### Retos para 2013

#### Compromiso con los derechos laborales

- Efectuar la revisión de la evaluación de riesgos de trabajo en Adeslas Salud, así como llegar a las actividades preventivas previstas.

# Cientes

## Satisfacción de los clientes

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
	Continuar el modelo de calidad percibida, encuestando a una muestra elevada de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de todos los estudios de opinión planificados.</li> <li>Se han llevado a cabo estudios de satisfacción por ramos y procesos específicos de salud (por ejemplo: cuadro médico).</li> </ul>
	Mantener porcentajes de satisfacción con clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los porcentajes de satisfacción han seguido siendo muy elevados.</li> </ul>
	Realizar el primer estudio de satisfacción de índole asistencial en los hospitales del cuadro médico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de 12.266 encuestas con resultados elevados de satisfacción.</li> </ul>
	Evolucionar el modelo común de calidad percibida incorporando los clientes de Aresa, homogeneizando escalas de valoración y reporte de resultados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha encuestado varias veces a los clientes de todas las clínicas dentales.</li> <li>Realización de encuestas a nuevos colectivos (cliente directo, empleados "la Caixa") y nuevos canales (AgenCaixa).</li> <li>Incorporación de una escala numérica (0 a 10) en los estudios de satisfacción de autos (asistencia y siniestros).</li> <li>SegurCaixa Adeslas ocupa el sexto lugar entre las empresas de seguros mejor valoradas en el Barómetro ADECOSE 2012.</li> </ul>








●	<p>Organización de <i>focus group</i> con directores de las oficinas de CaixaBank con el objetivo de conocer su percepción de la calidad del servicio prestado por SegurCaixa Adeslas, trabajando así en la mejora de éste.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de un proyecto para el diseño y la elaboración de un nuevo cuestionario que recoja con mayor fiabilidad la percepción del cliente.</li> </ul>
●	<p>Agilizar la respuesta a consultas y reclamaciones, de tal manera que los clientes reciban la mejor atención en plazo y contenido, así como el pago de prestaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha reducido el tiempo medio de respuesta de las cartas al director, respecto a 2011.</li> </ul>
◐	<p>Avanzar hacia un modelo común de gestión de quejas y reclamaciones en toda la compañía, a través de sus diferentes vías de entrada, que facilite la atención, gestión y supervisión global de su tratamiento y respuesta, asegure el análisis de causas y la detección de oportunidades de mejora, y garantice su seguimiento y reporte periódicos a la Dirección.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha iniciado el diseño del nuevo modelo común de gestión de quejas y reclamaciones para toda la compañía.</li> </ul>
●	<p>Continuar la implantación y certificación del Sistema de Gestión de la Calidad en todas las clínicas dentales propias de nueva apertura o incorporación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incorporación de 10 nuevas clínicas dentales al certificado del Sistema de Gestión de Calidad.</li> </ul>
◐	<p>Optimizar la operativa de gestión con los clientes fidelizados creando el pack de seguros que aglutina en un único recibo mensual todos los seguros de un cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo del proyecto.</li> </ul>

## Productos innovadores y sostenibles de aseguramiento y previsión

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
●	Optimizar el catálogo de productos de salud para facilitar la elección de los clientes en función de sus necesidades específicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimización del catálogo de productos de salud para particulares, empresas, autónomos y pymes, analizando las características de los clientes en función de las necesidades del mercado (gama producto captación, segmentación personalizada para la cartera, gama Mutua Madrileña, etc.).</li> <li>• Lanzamiento de los productos Adeslas Plena Plus y Adeslas Plena Vital.</li> </ul>
◐	Desarrollo de nuevas modalidades de seguros multirriesgo y accidentes (expatriados y decesos).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comienzo del desarrollo de la migración de la cartera de clientes de decesos de Aresa a SegurCaixa Adeslas.</li> <li>• Lanzamiento con éxito del nuevo producto SegurCaixa Decesos.</li> </ul>
●	Diseñar nuevos microseguros en los ramos de defensa jurídica, asistencia en viajes y mascotas, entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se han diseñado nuevos productos microseguros de acuerdo a las necesidades concretas detectadas en clientes.</li> </ul>
●	Seguir ampliando la gama de seguros Premium para segmentos de banca personal y privada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lanzamiento de los productos Adeslas Premium y SegurCaixa Decesos Premium.</li> <li>• En el ramo de accidentes y otros, análisis de las propuestas de diferentes proveedores para seguros Excellence.</li> </ul>
●	Desarrollo de nuevos seguros para los segmentos de profesionales y pymes y grandes empresas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rediseño de la oferta de productos de salud para pymes.</li> <li>• Lanzamiento de los productos SegurCaixa Responsabilidad Civil General para Pymes y Autónomos y SegurCaixa Previsión Profesional.</li> </ul>




●	Desarrollo de nuevos productos adaptados a la realidad social actual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de la oferta al <i>target</i> de mayores de 65 años con productos adaptados a sus necesidades: nuevos productos para los clientes de hasta 70 años en el ramo de asistencia sanitaria; acceso a seguro dental en condiciones especiales y sin límite de edad a los mayores de 65; lanzamiento del Seguro de Decesos a Prima Única; acceso a asistencia informática remota gratis en casa durante un año para las personas que contratan un nuevo seguro de hogar, etc.</li> <li>• Se han ofrecido servicios valorados por los clientes en relación al producto contratado y a la coyuntura económica que atraviesan las familias (por ejemplo: vía T para auto o TR para gastar en farmacias para salud).</li> </ul>
◐	Desarrollo de productos sostenibles con el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el diseño y mejora de los productos se tienen en consideración parámetros de sostenibilidad en cuanto a utilización de nuevas tecnologías que sustituyan al papel en la medida de lo posible.</li> <li>• En el ramo de autos, se ha ampliado el portfolio de modelos a vehículos eléctricos con una mejor prima.</li> </ul>

## Innovación tecnológica

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
	Desarrollar el escritorio comercial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prueba piloto con el fin de testear esta nueva herramienta de gestión comercial antes de su lanzamiento a un primer nivel de gestores de la compañía.</li> </ul>
	Finalizar las adaptaciones de los productos al nuevo terminal financiero.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha finalizado la mayor parte de las adaptaciones sin apenas incidencias.</li> </ul>
	Finalizar la mejora de usabilidad en Línea Abierta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de la usabilidad de los procesos de contratación del seguro dental y auto.</li> </ul>
	Mejorar el proceso de suscripción del producto de Responsabilidad Civil de directivos, a partir de la tecnología e información sobre clientes de la que dispone la propia compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avance en las definiciones de las mejoras y puesta en marcha del proyecto de desarrollo tecnológico para su implementación en las aplicaciones de negocio.</li> </ul>
	Completar la oferta de folletos digitales para todos los canales, segmentos y productos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de materiales digitales de todos los productos y para todos los canales. También se ha utilizado el soporte digital para acciones de retención con clientes y en acciones de tráfico de clientes en apertura de clínicas dentales.</li> </ul>

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
●	Mejorar aspectos de gestión y facilitar prestaciones a clientes utilizando nuevas tecnologías (telefonía móvil e internet).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidación del Portal de Clientes de salud.</li> <li>• Para el producto dental, se ha facilitado el acceso a clientes mediante el envío de SMS, en función de su proximidad a la clínica.</li> <li>• También para el ramo de autos se ha facilitado el acceso a talleres mediante sistemas de telefonía móvil e internet.</li> <li>• Desarrollo de una aplicación móvil para autos con amplias funcionalidades para el cliente (grúa, GPS, etc.). Además, descarga del parte amistoso desde Línea Abierta.</li> <li>• En relación a las empresas de asistencia al hogar, se han facilitado franjas horarias para que el cliente elija la hora en la que quiere ser atendido.</li> </ul>
○	Disponer de un único CRM en la dirección de empresas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reto pospuesto debido a la segregación de las dos compañías.</li> </ul>
●	Migración y acercamiento de productos Aresa al catálogo de productos de salud de SegurCaixa Adeslas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración en el entorno SegurCaixa Adeslas de nueve productos con 28 modalidades diferentes de asistencia sanitaria y dental.</li> <li>• Mantenimiento de todas las coberturas originales incluidas en las pólizas de cartera Aresa.</li> <li>• Acercamiento a prestaciones de SegurCaixa Adeslas.</li> </ul>

## Accesibilidad a los productos y servicios

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
	<p>Explorar nuevas combinaciones de multicanalidad en la operativa, gestión y comunicación con los clientes (<i>Ready to Buy</i>).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de <i>Ready to Buy</i>, nueva funcionalidad que permite a los clientes de bancaseguros la preparación de la contratación de productos de hogar y auto en oficina y su cierre a través de Línea Abierta.</li> <li>• Mejora de la navegabilidad y búsqueda de cuadro médico en la zona privada de la web de Adeslas SegurCaixa.</li> <li>• Información vía web a los clientes sobre el proceso de integración de Aresa en SegurCaixa Adeslas, la renovación de productos y la accesibilidad a otros ramos distintos a salud y deceso.</li> </ul>
	<p>Fomentar la colaboración de forma cruzada entre redes especializadas por segmento de los distintos canales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación de un equipo de expertos en productos Premium en canal bancaseguros (dirigidos principalmente a banca personal y banca privada).</li> </ul>
	<p>Avanzar en la multicanalidad para la comercialización de seguros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se han puesto las bases para que la red tradicional de productos de salud comercialice seguros de no-salud.</li> <li>• En el canal de telemarketing, se ha sistematizado la acción de venta del producto dental, así como la venta de productos de salud a clientes de Mutua Madrileña.</li> <li>• Prueba piloto sobre el producto de hogar para valorar su rentabilidad en el canal telefónico.</li> </ul>

●	Seguir abriendo nuevas clínicas dentales para acercar el servicio a más clientes de la geografía nacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de 29 nuevas clínicas siguiendo un protocolo de acciones a nivel local. En función de la zona de influencia, se ha establecido un plan de medios y acciones de <i>street marketing</i>.</li> </ul>
●	Desplegar un equipo de 200 gestores que realizarán una labor puntual de apoyo comercial y formación en productos de gama Premium.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha puesto en marcha con éxito el proyecto con 200 gestores.</li> </ul>
◐	Poner a disposición de la red propia una operativa global de simulación y contratación para clientes y no clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puesta a disposición de la red propia simuladores para los productos no-salud que empiezan a comercializar, así como formularios de contratación (autos, hogar, accidentes, decesos...).</li> </ul>
●	Seguir ampliando la oferta de productos para el servicio "Call me now" de asesoramiento por agente telefónico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuidad en el planteamiento y desarrollo inicial de la incorporación de nuevos productos al "Call me now" vinculado al proyecto de la nueva web corporativa.</li> <li>• Acciones de <i>outbound</i> e <i>inbound</i> para la contratación de productos de no-salud a clientes del canal asegurador.</li> </ul>
◐	Valorar la comercialización de productos en internet en canales alternativos tipo redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acciones <i>online</i> externas a la web de la compañía coincidiendo con la apertura de algunas de las nuevas clínicas dentales.</li> </ul>

## Ética y transparencia de la información comercial

Retos 2012		Respuesta / actuaciones 2012
●	Ética y transparencia de la información comercial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de las necesidades de información de la red a nivel de producto y campañas y adaptación del material para el gestor, de acuerdo con el canal de comercialización.</li> <li>• Trabajo en paralelo de la información de nuevos productos y campañas en los medios <i>online</i>.</li> <li>• En salud y decesos, adaptación de las tarifas a la no discriminación por sexos. Comunicación a los clientes afectados.</li> </ul>

## Seguridad y transparencia en la relación con los clientes

Retos 2012		Respuesta / actuaciones 2012
◐	Reforzar la implantación del modelo de prevención de delitos recogidos en la reforma del Código Penal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha avanzado según planificación existente. Identificación de los delitos potenciales por áreas y valoración de su impacto y probabilidad. Identificación de los controles, políticas o procedimientos para la mitigación de dichos riesgos, y recomendaciones de mejora. Desarrollo del Modelo de Prevención de Delitos.</li> </ul>



## Solvencia y control del riesgo

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
●	Continuar participando en los grupos de trabajo del sector para el desarrollo legislativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación de SegurCaixa Adeslas en UNESPA e IDIS.</li> </ul>
◐	Reforzar la implantación del modelo de prevención de los delitos recogidos en la reforma del Código Penal (Ley Orgánica 5/2010, de 22 de junio)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se avanza según planificación existente. Se identificaron los delitos potenciales por áreas. Se valoraron su impacto y probabilidad, los controles, políticas o procedimientos para la mitigación de dichos riesgos, y las recomendaciones de mejora.</li> </ul>
●	Participar en el estudio de <i>stress test</i> y en los estudios completos parciales que se realicen sobre el impacto cuantitativo QIS 5BIS.	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Stress test</i> realizado en mayo de 2011 según planificación. QIS 5BIS sin fecha de publicación.</li> </ul>
◐	Implantar el proceso de Solvencia II en la compañía desarrollando modelos internos propios, integrando el proceso de autovaloración ORSA ( <i>Own Risk Solvency Assessment</i> ) como parte fundamental del negocio y preparando los nuevos <i>reportings</i> en cumplimiento de las directrices de los organismos europeos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Respecto a modelos internos para el riesgo de suscripción no-vida y salud, se ha avanzado según planificaciones existentes. Los modelos se encuentran en fase de documentación y mejoras, fruto de las sinergias con Mutua Madrileña.</li> </ul>
●	Actualizar y homogeneizar el Mapa de Procesos, Riesgos y Controles de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proyecto finalizado según planificación. Una vez concluida la segregación de funciones entre las áreas compartidas (vida y no-vida), se procederá a realizar una revisión para su adecuación.</li> </ul>

## Retos para 2013

### Satisfacción de los clientes

- Ampliar el número de procesos que sean objeto de estudios de satisfacción.
- En el ramo de hogar, estudiar la posibilidad de facilitar a los proveedores la base de datos de clientes no encuestados para realizar nuevas encuestas y analizar conjuntamente los resultados.
- En el ramo de empresas, mantener las encuestas a clientes y canales, así como los resultados obtenidos en el Barómetro ADECOSE 2012.
- Mantener los porcentajes de satisfacción obtenidos en años anteriores en los diferentes ramos.
- Implantar un modelo de medición de calidad continua en el ramo de Salud.
- Realizar el primer estudio de satisfacción a los clientes de los centros médicos propios.
- Implantar, en los ramos de Hogar y Negocio, una escala numérica de valoración (0 a 10).
- Avanzar hacia un modelo común de calidad percibida para todos los ramos de la compañía.
- En el ramo de Accidentes y otros, puesta en marcha de una encuesta de calidad para valorar la satisfacción del cliente en el lanzamiento del producto SegurCaixa Previsión Profesional.
- Continuar con el desarrollo del modelo común en toda la compañía.
- En los ramos de Hogar y Accidentes y otros, implantar el nuevo modelo USR (Unidad de Supervisión de Reclamaciones) y la Herramienta de Gestión Unificada (GURU).
- En el ramo de Empresas, establecer un Comité Operativo mensual, entre Comercial y Operaciones, donde trabajar mejores prácticas, evaluar reclamaciones y establecer un plan de acción para todas ellas.
- Mantener la implantación y certificación del Sistema de Gestión de Calidad en las nuevas clínicas dentales abiertas o incorporadas.
- Renovar el certificado del Sistema de Gestión de Calidad en el ramo de Salud.
- Afianzamiento del pack de seguros como herramienta de venta.
- En el ramo de autos, nuevo proyecto de retención cuyo objetivo es dotar de autonomía a las oficinas para poder gestionar con mayor eficacia las peticiones del cliente y evitar las anulaciones mediante la incorporación de argumentarios, comparativas de productos, etc.

## Retos para 2013

### Productos innovadores y sostenibles de aseguramiento y previsión

- Establecer protocolos de identificación de catálogo de producto por canal (salud/no-salud), considerando las peculiaridades de cada uno de ellos, incluyendo nuevos canales (como corredores o Mutua Madrileña).
- Revisión de la oferta de productos de salud para pymes y autónomos. En el ramo de empresas, ampliación del catálogo de coberturas, prestaciones y garantías.
- Desarrollo de la oferta de productos de salud en la zona norte.
- Lanzamiento de nuevos productos adaptados a canal y segmento (para canal asegurador: auto selección, hogar completo, accidentes completo, etc., y para canal bancaseguros: Adeslas Plena Plus, Adeslas Expert, Adeslas Zona Norte, etc.).
- Lanzamiento del producto Adeslas Expert.
- Mejorar algunos servicios y productos de gama Premium (por ejemplo: hogar).
- Afinar la adaptación de gama de productos por segmentación de clientes: autónomos, profesionales, microempresa, pymes y grandes empresas.
- Actualización y mejora de los productos de responsabilidad civil.
- Lanzamiento del microseguro Protección Jurídica para Autónomos y Pymes.
- Lanzamiento del nuevo servicio Pack MultiSeguros, que facilita a los clientes la gestión de todos sus seguros, simplificando los trámites y unificando el pago de todos los recibos en fracciones mensuales.
- Se prevé el desarrollo del envío digital del parte amistoso en el alta de siniestro *online* por parte del cliente (Línea Abierta).

## Retos para 2013

### Innovación tecnológica

- Se prevé la fase de lanzamiento del Escritorio Comercial al resto de la red aseguradora, ampliando la gama de productos contratables. Consolidación de la herramienta y cumplimiento de los objetivos de venta.
- Adaptación de los productos que faltan por adaptar.
- Se prevé la mejora de usabilidad en la contratación del seguro de hogar.
- Lanzamiento de consultas del Pack MultiSeguros y el producto de Decesos.
- Relanzamiento del producto a nivel comercial con motivo de la implementación de la mejora del producto.
- Actualizar y seguir explorando nuevos formatos para ofrecer información de productos y campañas en entorno digital (por ejemplo: e-mailing para campañas pymes, etc.).
- Reordenación de la web y ampliación de prestaciones al resto de ramos no-salud.
- Mejora de la usabilidad de consulta del cuadro médico, zona privada y solicitud de autorizaciones de la web específica de salud Adeslas SegurCaixa.
- Lanzamiento de una web de acceso a clínicas dentales Adeslas.
- En autos, desarrollo e implantación de una herramienta App para *smartphones* con múltiples aplicaciones: notificación del siniestro, consulta de los datos de la póliza, localización de talleres, geolocalización de la ubicación actual del cliente, etc.
- Ampliar portfolio de contratación *online* para decesos desde Línea Abierta, para clientes de bancaseguros.
- Implantación y utilización de una nueva herramienta en el área de Empresas.

## Retos para 2013

### Accesibilidad a los productos y servicios

- Ampliar la funcionalidad de Ready to Buy a seguros de salud, dental, hogar, autos y también a productos para pymes.
- Se prevé utilizar un sistema de envíos SMS a clientes para el caso de impagos de recibos Pack MultiSeguros.
- Adecuar la oferta de productos y campañas a los distintos "subsegmentos" (micropymes, autónomos, profesionales, pymes, etc.), teniendo en cuenta las redes especializadas en cada canal.
- Desarrollo de un teléfono único, con visión cliente, que le permita combinar según su comodidad el canal de relación con la compañía.
- En el ramo de empresas, implantar protocolos de actuación entre los distintos canales, así como protocolos de colaboración con VidaCaixa y Swiss Life.
- Afianzar nuevos canales derivados de los últimos movimientos societarios de la entidad (por ejemplo: red de Aresa, canal Mutua Madrileña, Banca Cívica, etc.).
- Se prevén campañas de difusión y contratación de seguros de todos los ramos y a todos los públicos (por ejemplo: campaña MásSeguros).
- Nuevas pruebas pilotos sobre productos en el canal telemarketing (por ejemplo: producto de decesos y protección jurídica).
- Apertura de más de 40 nuevas clínicas. Fomentar el acceso a la salud bucodental a clientes y potenciales clientes en la zona de influencia de cada clínica.
- Reforzar la idea de aseguramiento global del cliente Premium.
- Formación específica presencial a estos especialistas.
- Cambio de plataforma, de manera que se utilice el Escritorio Comercial tanto para simulaciones como para contratación en toda la red comercial del canal asegurador.
- Acción de inbound en la integración de la cartera de Aresa.
- Se prevé ampliar la oferta de productos a canales de comercialización afianzados en Internet.
- Se prevé comunicación comercial de bancaseguros en redes sociales.
- En Autos, participación de forma activa en el proyecto de integración del negocio de automóviles de Banca Cívica.

### Retos para 2013

## Ética y transparencia de la información comercial

- Para canal asegurador, desarrollo de nuevas piezas de comunicación en formato digital, con posibilidad de imprimir también en papel (este formato permite interactividad para facilitar la consulta al gestor comercial).
- Incorporar a los argumentarios de las campañas un importante nivel de detalle en cuanto a condiciones y requisitos. Se prevé su adaptación a cada canal (asesores, agentes, corredores, Mutua Madrileña, etc.).
- Complementar la información a la red comercial con material formativo, preguntas frecuentes, etc.
- Adaptación a la nueva web de CaixaBank de todos los productos aseguradores.

### Retos para 2013

## Solvencia y control del riesgo

- Continuar participando en los grupos de trabajo del sector para el desarrollo legislativo.

# Accionistas

## Aportación a los resultados

Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Seguir generando valor compartido para los accionistas y el resto de grupos de interés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● SegurCaixa Adeslas aporta valor a sus accionistas, clientes, empleados, proveedores, sociedad, medio ambiente y organismos públicos, tal y como recoge el presente Informe Anual Integrado.</li> </ul>

# Administraciones públicas

## Relación con los organismos públicos

Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mantenerse como una de las entidades de seguro concertadas con las mutualidades públicas de preferencia en la elección de los asegurados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● SegurCaixa Adeslas es la primera entidad en cuotas en las tres mutualidades.</li> </ul>

### Retos para 2013

#### Aportación a los resultados

- Continuar generando valor para sus diferentes grupos de interés.

### Retos para 2013

#### Relación con los organismos públicos

- SegurCaixa Adeslas es la primera entidad en cuotas en las tres mutualidades.



# Colectivo médico y otros proveedores

## Relación con los proveedores

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
	Continuar con un estricto seguimiento a los proveedores, valorando su buen trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En relación a los proveedores de salud, se han mantenido las herramientas corporativas que permiten valorar sus perfiles en los ámbitos de la eficiencia y calidad asistencial.</li> <li>En relación a los proveedores de Servicios Generales, se ha iniciado el proceso de homologación de todos los proveedores.</li> </ul>
	Mantener los niveles de exigencia a los proveedores para alcanzar niveles de servicio que respondan al compromiso de SegurCaixa Adeslas con sus clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el ramo de Salud, reuniones con los responsables de los principales hospitales de la red asistencial de la compañía (suponen el 80% de la actividad hospitalaria), con objeto de analizar los resultados de las encuestas de calidad percibida y gestionar la puesta en marcha de acciones de mejora.</li> </ul>

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
●	Seguimiento y mejora continua de la calidad asistencial de los servicios asistenciales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el ramo de Salud, desarrollo de más de 300 acciones de mejora a partir del análisis de las quejas y reclamaciones de los clientes y del análisis de las encuestas de satisfacción realizadas.</li> </ul>
◐	Análisis y difusión de la información vinculada con los resultados de calidad asistencial objetiva entre los proveedores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las delegaciones disponen de los resultados en calidad asistencial objetiva de sus proveedores y gestionan las acciones de mejora.</li> </ul>
●	Continuar con la realización de cursos de formación continuada a los profesionales sanitarios del cuadro médico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el ramo de Salud, realización de cursos presenciales y <i>online</i> dirigidos a los profesionales de los centros Adeslas Salud y cuadro médico de la compañía.</li> </ul>
◐	Potenciar el uso del portal web de profesionales sanitarios y diseño de nuevas funcionalidades web.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha finalizado el <i>benchmark</i> de portales de profesionales.</li> <li>Realización de tres campañas de comunicación para potenciar el uso de este portal. Además, éstos profesionales han podido acceder a los cursos de formación, vía streaming.</li> </ul>





## Retos para 2013

### Relación con los proveedores

- Seguir efectuando el seguimiento riguroso de todos los proveedores.
- Continuar con el proceso de homologación de los proveedores de Servicios Generales.
- En el ramo de hogar, continuar con los actuales acuerdos con los proveedores, siguiendo su nivel de cumplimiento y estableciendo nuevos objetivos.
- En el ramo de accidentes y otros, unificar los proveedores de productos subsidio después de la integración de Aresa en SegurCaixa Adeslas.
- Seguir trabajando en esta línea, incluyendo la sistematización del análisis y mejora de la calidad percibida.
- Análisis de la mejora de la calidad asistencial objetiva de los proveedores a partir de la medición y seguimiento de indicadores clave (KPI).
- Están previstos nuevos cursos de formación continuada para los profesionales sanitarios.
- Puesta en funcionamiento del nuevo portal web de profesionales sanitarios.
- En el ramo de autos, ampliación a nuevos proveedores en el proceso automático para el alta, pago y cierre de los siniestros de lunas en talleres especialistas, sin necesidad de perito y con sistema web *service* que permite dar celeridad al proceso y una mejora de satisfacción en los clientes.

# Sociedad

## La función social de la actividad de aseguramiento y de previsión

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
	Continuar promoviendo el estudio y la difusión de la previsión y el aseguramiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertenencia de la compañía a UNESPA, IDIS e ICEA para la difusión del aseguramiento.</li> </ul>
	Dialogar con el grupo de interés de empresas y corporaciones en torno a la previsión social empresarial en el marco de la responsabilidad corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización del Primer Foro de Salud, al que asistieron directivos de empresas, entre otros, para promover el aseguramiento.</li> </ul>
	Incrementar la presencia en redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivo pospuesto por la reestructuración de la compañía.</li> </ul>
	Promover la educación para la salud.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas de comunicación para la prevención del cáncer de mama y de cuello del útero.</li> <li>• Se han añadido aspectos importantes sobre prevención de los trastornos de la espalda y el cuidado de las personas con insuficiencia respiratoria.</li> <li>• Se han difundido normas de actuación para las personas con diabetes, asma y enfermedades cardiovasculares.</li> <li>• Difusión en la web de prevención, y entre los clientes registrados, de conferencias divulgativas sobre salud ("La salud empieza antes de nacer" del Dr. Gratacós).</li> </ul>

## Presencia de la compañía en la sociedad

	Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
●	Involucrar a los empleados en la sociedad a través de Retorn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión de 30.000 euros en acciones gestionadas por los empleados voluntarios: "Operación kilo", "Cine en familia", patrocinio de carreras, visitas culturales, torneos de pádel, etc.</li> </ul>
●	Mantener el enfoque social en los obsequios navideños de la compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de cesta de Navidad al 100% de empleados de la compañía.</li> </ul>

### Retos para 2013

#### La función social de la actividad de aseguramiento y de previsión

- Organizar el Segundo Foro de Salud, así como estudiar nuevas oportunidades sobre salud y bienestar.
- Participar en las redes sociales con un planteamiento de escucha activa.
- Organizar el Segundo Foro de Salud, donde se tratará el concepto “Entorno Sano, Empresa Saludable”.
- Poner en marcha una estrategia de entorno de vida saludable para los clientes y el resto de grupos de interés de la compañía.





### Retos para 2013

#### Presencia de la compañía en la sociedad

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

# Medio ambiente

## Estrategia y gestión del impacto ambiental

Retos 2012	Respuesta / actuaciones 2012
 Definir una política ambiental específica para la compañía y comunicarla interna y externamente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Objetivo pospuesto por la reestructuración de la compañía.</li> </ul>
 Creación de un espacio de información y comunicación accesible a nivel interno para difundir buenas prácticas ambientales y facilitar la información sobre los consumos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>La intranet existente recoge y difunde las recomendaciones medioambientales existentes en la compañía.</li> </ul>
 Lanzar, en la sede de la compañía en Madrid, actividades de mejora de la segregación de residuos y fomento del ahorro del consumo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Objetivo pospuesto por la reestructuración de la compañía y el próximo traslado de edificio.</li> </ul>
 Profundizar en acciones encaminadas a la reducción de la huella de carbono.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reto pospuesto debido a la segregación de las dos compañías.</li> </ul>

## Retos para 2013

### Estrategia y gestión del impacto ambiental

- Definir una política ambiental específica y comunicarla interna y externamente.
- Potenciar el espacio existente en la intranet para difundir buenas prácticas.
- Elaborar un Plan de Comunicación que ayude a concienciar a los empleados.
- Lanzar, en el nuevo edificio, actividades de mejora de la segregación de residuos y fomento del ahorro del consumo.
- Concienciar a los empleados sobre el impacto en la huella de carbono.



## Para más información

### **General**

SegurCaixa Adeslas  
Juan Gris, 20-26. 08014, Barcelona  
Teléfono: 93 227 87 00 / Fax: 93 298 90 05  
Dirección en Internet: [www.segurcaixaadeslas.es](http://www.segurcaixaadeslas.es)

### **Responsabilidad Corporativa**

Iñigo Ortiz Arraiza  
Director de Área de Desarrollo Corporativo y Comunicación  
Príncipe de Vergara, 110. 28002, Madrid  
Teléfono: 91566 79 66 / Fax: 9156436 16