

4

## Los clientes de kutxa





### 4.1 INTRODUCCIÓN

Para **kutxa**, **cliente** es toda persona física o entidad jurídica vinculada con la actividad financiera o parafinanciera de la Caja, independientemente de su capacidad económica. Los clientes de **kutxa** juegan varios papeles clave en su relación con la Caja:

- Como **consumidores** de sus productos y servicios.
- Como principales **aportadores**, a través del margen de beneficio devengado por su relación comercial con la Caja, **de los fondos que se destinan a la acción social**.
- Como **receptores**, al igual que el resto de los ciudadanos, **de las actuaciones de la Obra Social**.

En cumplimiento de uno de los valores corporativos de **kutxa** – la orientación del global de la entidad al cliente y a la satisfacción de sus necesidades – y con el fin de responder a las **expectativas de sus clientes** que **kutxa** identifica sistemáticamente (ver 4.3), la organización asume una serie de **compromisos**:

#### Compromisos de kutxa con respecto a los clientes

- Diseñar y desarrollar productos y servicios en línea con necesidades, demandas y cultura de los clientes, con un tratamiento universal no excluyente.
- La puesta a disposición de una **amplia y asequible oferta de productos y servicios** financieros y parafinancieros de la máxima calidad, como contribución de **kutxa** al crecimiento económico de la sociedad.
- Dispensar a nuestros clientes un trato personal, amable y diferenciado, basado en la confianza y confidencialidad de su información.
- Dar respuesta rápida a todas sus preguntas, consultas, quejas y reclamaciones.
- Velar por la seguridad y bienestar de nuestros clientes en todos los entornos de relación con **kutxa** (oficinas y entornos virtuales).
- Promocionar sus productos mediante campañas de venta y publicidad respetuosas con la dignidad humana.

Cuadro 1: Compromisos de actuación hacia clientes. Cód. GRI. CSRI1, RBI

Los siguientes gráficos muestran la distribución de los clientes de **kutxa** por los principales segmentos y criterios socio-demográficos:

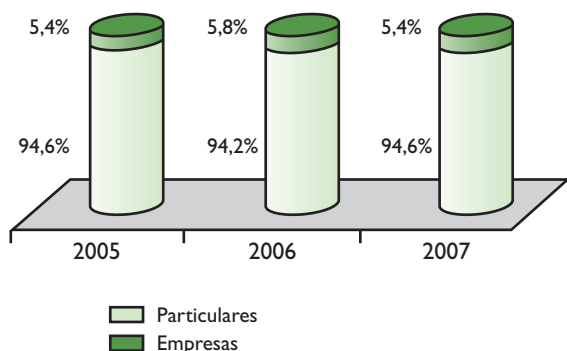


Gráfico 1: Distribución de los clientes de **kutxa**. Cód. GRI 2.7

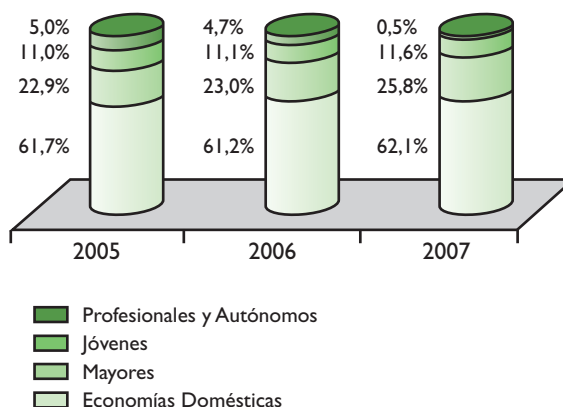


Gráfico 2: Distribución de clientes Particulares de **kutxa**. Cód. GRI 2.7

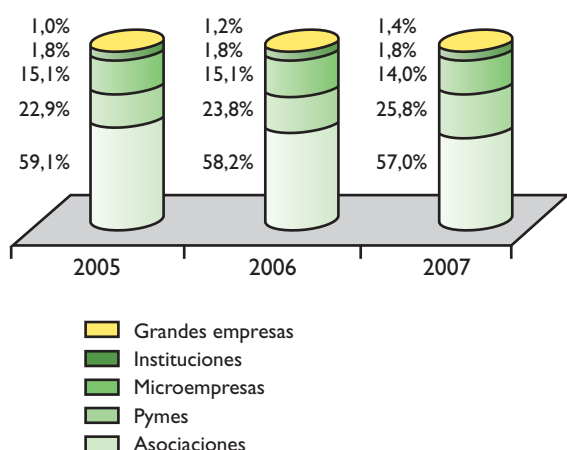


Gráfico 3: Distribución de clientes Empresa de **kutxa**. Cód. GRI 2.7

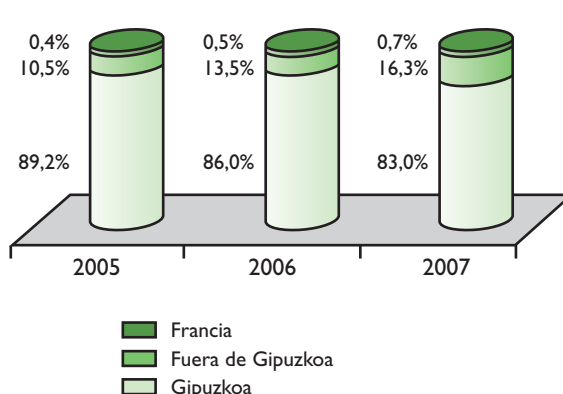


Gráfico 4: Distribución geográfica de los clientes de **kutxa**. Cód. GRI 2.7

### 4.2 CÓMO CONOCE KUTXA LAS EXPECTATIVAS Y SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES

La realización del **proceso de análisis de la Voz del Cliente**, permite medir la satisfacción del cliente con los productos y servicios frente a 14 requisitos, así como analizar la situación de los clientes del sector y determinar nuevas expectativas y tendencias del mercado.

El actual proceso de análisis de la Voz del Cliente consta de dos estudios, uno dirigido a clientes preferentes de **kutxa** y otro a usuarios de las principales entidades financieras que operan en nuestro mercado.

#### Las expectativas de los clientes de kutxa

- **permanente adaptación, calidad, transparencia y confidencialidad** de los productos y servicios que ofrece **kutxa**
- **inversión en actividades que contribuyan al desarrollo social**.

#### 4. los clientes de kutxa

Dichos estudios proporcionan indicadores de percepción, que expresan la opinión que tienen los clientes de la organización.

**kutxa** empezó a medir la satisfacción del cliente en 1995. Desde 2002 estas medidas se realizan con periodicidad anual y el año que coinciden con la elaboración del Plan Estratégico, se hacen con mayor profundidad.

En este estudio se analizan datos sobre:

- Entidades de las que se es cliente y entidad preferente.
- Valoración de 14 atributos y uno de satisfacción global (14+1).
- Definición de los tres aspectos del servicio más importantes.
- Valoración global de **kutxa** vs. competidores.

En el segundo semestre de 2007 se ha realizado la encuesta a clientes arrojando los resultados de satisfacción (global y por requisitos) que muestra el gráfico 5, expresados como la satisfacción media en una escala de 1 a 5, donde 1 es el extremo negativo y 5 el positivo.

El gráfico 5 muestra que existe un equilibrio bastante sólido entre la valoración que el cliente de **kutxa** hace de su satisfacción global con la entidad (*valor = 4,1*) y el análisis más pormenorizado que expresa al valorar separadamente, cada uno de los atributos en los que se descompone la calidad de los productos y servicios que **kutxa** ofrece (media de requisitos).

R1	Amplia gama de productos
R2	Rendimiento de productos y servicios contrastados
R3	Trato personal y diferenciado
R4	Trato de confianza / confidencialidad
R5	Profesionalidad del personal
R6	Personal que empatiza y se interesa por el cliente
R7	Canales y entornos de comunicación eficaces
R8	Información clara y fiable
R9	Asesoramiento al cliente
R10	Eficacia en todas las fases del servicio
R11	Resolución de problemas / errores
R12	Entidad comprometida con la sociedad
R13	Entidad sólida y competitiva
R14	Respaldo total al cliente
R15	Satisfacción global

Ilustración 1: Los 14 + 1 atributos de evaluación Cód. GRI PR5 (A)

El gráfico 6 compara los resultados de satisfacción obtenidos en las olas de 2005, 2006 y 2007. Esencialmente la satisfacción de los clientes de **kutxa** permanece en una situación bastante estable, produciéndose resultados similares de un año a otro.

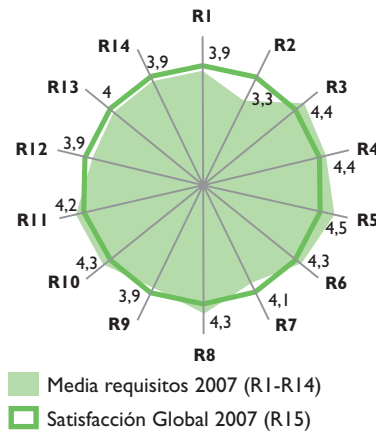


Gráfico 5: Resultados satisfacción Clientes 2007. Cód. GRI PR5

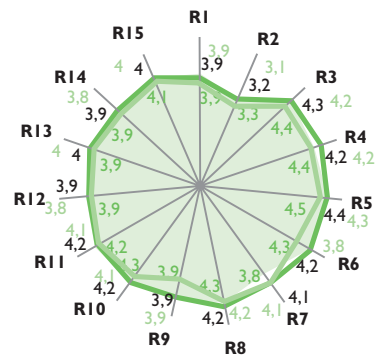


Gráfico 6: Resultados satisfacción Clientes 2005-2007. Cód. GRI PR5

#### 4.3 GESTIÓN DE LA RELACIÓN HABITUAL CON LOS CLIENTES

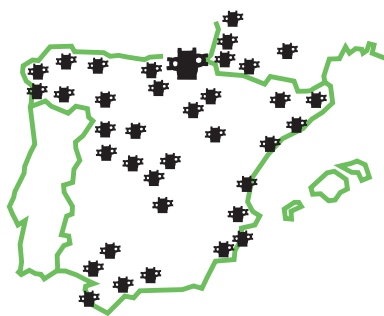
La oficina es el lugar natural de relación con los clientes. Para su actividad comercial **kutxa** disponía, a 31 de diciembre de 2007, de una red de 325 sucursales, 31 más que en 2006, consecuencia de su política de expansión fuera de Gipuzkoa y de **hacer accesibles a la población los servicios financieros**. La tabla 1 muestra su distribución geográfica; la tabla 2, su equipamiento.

	País		Com.					Castilla					Castilla					Total
	Vasco	Madrid	Cataluña	Valenciana	Andalucía	León	Galicia	Aragón	Murcia	Asturias	Navarra	La Mancha	La Rioja	Cantabria	Francia			
2005	129	46	31	13	9	7	4	4	3	-	-	2	1	-	3	252		
2006	129	50	36	20	18	9	8	5	4	4	3	2	1	-	5	294		
2007	131	55	39	23	26	10	10	6	4	5	5	2	2	2	5	325		

Tabla 1: Distribución de la red comercial por territorios de actuación. Apartados GRI. 2.5 y 2.7

**kutxa** posee en 2007 una red de **707 cajeros automáticos**: 517 están en Gipuzkoa y 190 en el resto del territorio español. Todas las oficinas de **kutxa** disponen de cajeros automáticos y de otras máquinas de autoservicio. Además de éstos, **kutxa** ha instalado 133 cajeros "desplazados" en edificios, locales y grandes superficies, si bien estas máquinas dependen de una oficina. Para fomentar la accesibilidad de los clientes, en núcleos urbanos donde **kutxa** no tiene abierta ninguna sucursal, desde 2005 viene poniendo en funcionamiento puestos de autoservicio, habiéndose instalado 3 en 2007, ascendiendo a 18 los municipios de Gipuzkoa que cuentan con uno. De los 14 municipios de pequeña población aún sin cajero automático, 5 ya han solicitado su instalación. **kutxa** continúa en 2008 con la previsión de extender la red de cajeros a los municipios de menor población.

De acuerdo con las últimas tendencias en hábitos de uso de las nuevas tecnologías por parte de los clientes, primero el uso de la **banca telefónica** y después de **Internet** y la **banca electrónica**, está ganando peso como canales complementarios que permiten realizar operaciones fuera del horario de atención al público en oficinas. Los siguientes apartados aportan datos relevantes sobre el uso e-kutxa (banca electrónica) y las páginas web de **kutxa** (entidad financiera y Obra Social).



EQUIPOS	2006	2007
Cajeros	626	707
Actualizadores de libretas	168	178
Servikutxa	20	10
Impresora de Autoservicio	0	0
Dispensadores de monedas	8	8
Dispensadores de billetes	153	185
Disp./recicladores de billetes	117	157
Kioscos UPV	10	10
Buzón tickets cines	44	52
Datáfonos	6.982 <sup>1</sup>	5.200
Kioskos Internet	84	110

Tabla 2: Máquinas que soportan la operativa con clientes en kutxa

<sup>1</sup> Momento de cambio de tecnología que obliga a duplicidad transitoria en algunos comercios. La cifra en 2007 se ve disminuida por este motivo.

### e-kutxa. Canal Financiero

El ejercicio 2007 ha mantenido la tónica de crecimiento en usuarios y operatividad. El número de usuarios ha crecido un 19,53%, y las operaciones un 23,15% sobre las del ejercicio anterior. Estos datos indican que se mantiene la penetración de los servicios por Internet.

#### Los portales de kutxa

El portal de **kutxa** kutxa.net ofrece información segmentada por clientes (particulares, empresas, jóvenes y mayores), así como corporativa (cómo es **kutxa**, datos económico-financieros, rating, ranking, empresas del grupo, información para inversores, red de oficinas o política medioambiental, Gestión Ética y Código de RSE) y presenta información de interés general actualizada sobre temas como noticias, compras, viajes, viviendas... Asimismo desde el portal se pueden descargar el Informe Anual (memoria financiera), el Informe Anual de Gobierno Corporativo y la Memoria RSE. Los clientes también pueden contactar con el SAC y enviar sugerencias y reclamaciones.

El Portal de Servicios de la Obra Social de **kutxa** kutxasocial.net, muestra todas las actuaciones que realiza la Obra Social permitiendo una comunicación totalmente on-line entre la Obra Social y sus "clientes". En el último año ha experimentado un completo rediseño con el objetivo de convertirse en una herramienta de comunicación directa, próxima y eficaz de la Obra Social y en un referente dentro del ámbito social. En este sentido se ha optado por un portal intuitivo, de fácil navegación y alto nivel de usabilidad, permitiendo la accesibilidad a todos los usuarios y eliminando las barreras a la información comúnmente asociadas a la discapacidad física, intelectual o técnica. Pero sobre todo con este nuevo portal se pretende estar más cerca de todas aquellas personas a las que van dirigidas las múltiples y variadas iniciativas que cada año se impulsan desde la Obra Social de **kutxa**, teniendo en cuenta especialmente las opciones que facilitan el contacto y la participación del usuario, tanto para utilizar sus servicios como para dar su opinión y proponer nuevas ideas y proyectos.

**kutxa** ofrece información en todos sus canales de comunicación externos (red, soportes publicitarios, cajeros, web) en las distintas lenguas autóctonas de los territorios donde actúa (euskera, catalán, gallego y valenciano). Cabe mención especial la calidad del euskera, así como el catalán, valenciano y gallego, siendo el bilingüismo del equipo humano un factor clave a tener en consideración para la selección de personal de nueva incorporación. **kutxa** ofrece a su personal cursos específicos de aprendizaje y perfeccionamiento de estos idiomas como parte de su formación profesional. En la red de cajeros, el cliente puede seleccionar el idioma para operar. Si la tarjeta es de **kutxa**, podrá elegir entre castellano, euskera, catalán e inglés. Si la tarjeta es ajena, podrá elegir entre castellano, euskera, francés, inglés y alemán. Igualmente sucede en la web (portal corporativo: castellano, euskera, francés e inglés; kutxasocial.net: castellano o euskera).

**kutxa** recoge y explota información procedente de las relaciones habituales con los clientes (contactos comerciales, realización operativa y contratación de productos y servicios). La tabla muestra: tipos de información de identificación (i)/ de seguimiento (s), la herramienta interna para su recogida (r) /seguimiento (s) y el responsable de su recogida (r) /seguimiento (s).

	2005	2006	2007
Nº de usuarios	152.148	207.697	248.256
Nº de operaciones	39.965.671	54.229.145	66.785.22

Tabla 3 Evolución de usuarios y operaciones e-kutxa canal financiero 2005-2007. Apartado GRI 2.8

Tipo de información de identificación de clientes (i) / Elemento a seguir (s)	Herramienta de recogida (r) o seguimiento (s) de información de clientes	Responsable recogida información (r) / seguimiento (s)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Datos personales (i)</li> <li>■ Datos de Gestión (i)</li> <li>■ Datos económicos (i)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nuevo sistema de Información Comercial (SIC)(r/s)</li> <li>■ Nueva Ficha cliente (r/s)</li> <li>■ Flash cliente (r/s)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gestor Comercial (r/s)</li> <li>■ Marketing (r)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ventas (s)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Autoservicio (s)</li> <li>■ Cuadro de Mando Oficina (s)</li> <li>■ Cuadro de Mando de Dirección (s)</li> <li>■ Cuadro de Mando de Negocio de <b>kutxa</b> (s)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Director de Oficina (s)</li> <li>■ Direcciones Comerciales (s)</li> <li>■ Planificación y control (s)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Contratación y operativa (i)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Teleproceso 1 y 2 / NIA (r)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gestores (r)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Comportamiento operativo de los clientes y nivel de atención de ventanilla en Oficina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aplicación informática "Gestor de colas" (r)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Cliente (r)</li> <li>■ Gestores (r)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Éxito actividades con los clientes con elevado nivel de operativa (s)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Indicadores de comportamiento operativo de los clientes con los que se ha trabajado (s)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Equipo de Racionalización de Oficina (s)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Solicitudes de información (i)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ e-kutxa (r)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sº Atención al Cliente (r)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Operativa básica (i)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Contact - Center (r)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gestores (r)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Información sobre las quejas, sugerencias y reclamaciones de los clientes (i)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aplicación de quejas, reclamaciones y sugerencias de los clientes (r)</li> <li>■ Formatos a disposición de los clientes (r)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Servicio de Atención al Cliente</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Satisfacción con la resolución (queja / sugerencia / reclamación) (s)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Encuesta a reclamantes (s)</li> <li>■ Indicadores del Sº Atención al Cliente (s)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dpto. de Calidad (r/s)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nivel de servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Encuesta de satisfacción clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Marketing / Calidad (s)</li> </ul>

Tabla 4: Sistemas para la recogida y seguimiento de información de los clientes

**kutxa** trabaja sistemáticamente en la mejora de los **procesos de relación con el cliente** a partir de la información que recoge sobre sus hábitos de consumo, de sus sugerencias y/o reclamaciones, de las encuestas de medición de la satisfacción, etc.

La segmentación estratégica de clientes iniciada el año anterior y la continua revisión de los procesos de asignación de gestores y asesores personalizados nos han permitido focalizar nuestra actividad comercial y superar así las expectativas de muchos de nuestros clientes.

El uso de las nuevas herramientas comerciales basadas en el SIC (Sistema de Información Comercial) permite gestionar de manera proactiva la relación que mantenemos con nuestros clientes, mediante el lanzamiento de **campañas personalizadas** y la gestión de las oportunidades comerciales que se generan y distribuyen a los canales adecuados (Contact Center, Oficinas).

En cuanto a la **seguridad de la información**, los sistemas informáticos incorporan medidas (identificación y autenticación, control y registro de acceso, claves de usuario, claves, criptografía...) para que los datos de los clientes estén protegidos según el RD 994/1999 que aprueba el Reglamento de medidas de seguridad de ficheros automatizados con datos de carácter personal. Todo el tratamiento de información relativa a clientes en **kutxa** se ajusta a la **Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal**, que vela por el derecho de los clientes a la privacidad de sus datos, cuyo cumplimiento se audita interna y externamente (0 salvedades en auditorías externas - capítulo 2.10 Cumplimiento Normativo). **kutxa** además trata de garantizar el máximo posible grado de seguridad de los clientes en las operaciones de **Medios de Pago y Canales alternativos**.

Los **Medios de Pago** incorporan los medios técnicos y humanos necesarios para mantener el adecuado nivel de seguridad, de acuerdo con las especificaciones señaladas por VISA Internacional y Mastercard, en consonancia con las Normas ANSI e ISO. Un aspecto importante es el cumplimiento de las especificaciones de VISA Internacional y Mastercard, contenidas en el programa *Consolidated Pin Security Standards*, sometido a auditorías periódicas presenciales y con autoauditorías anuales. Exige la incorporación del equipamiento criptográfico necesario, con *Host Security Module* en cajeros automáticos, TPV y aplicaciones CHIP, y procedimientos y controles relativos a la generación, introducción y gestión de las claves necesarias.

La **Banca electrónica a través de Internet** ha ido incorporando gradualmente sistemas más seguros para garantizar la seguridad del cliente. Entre ellos mencionar la utilización del teclado virtual para introducción de claves, petición de sólo 3 posiciones aleatorias de la firma electrónica, emisión de un mensaje SMS a móvil en transferencias a distinta entidad por importe a partir de 300 €, utilización de un segundo factor de autenticación a través de SMS, y utilización de herramientas para el análisis de la operativa para prevenir posibles fraudes. En la **Banca Telefónica** (Telekutxa) se aplican criterios de seguridad de identificación de usuarios y gestión de claves secretas.

Reclamaciones y sanciones asociadas a la seguridad de los productos	2005	2006	2007
Nº reclamaciones recibidas por el SAC de <b>kutxa</b> en relación a seguridad de los productos <sup>1</sup>	73	67	51
Nº reclamaciones presentadas al Servicio de Reclamaciones del Bº España en relación a la seguridad de los productos <sup>1</sup>	4	4	3
Nº de reclamaciones en que Banco de España se ha pronunciado a favor de <b>kutxa</b>	4	3	3
Nº de quejas/reclamaciones atendidas desde el SAC respecto a la salud y seguridad del cliente en oficinas	7	8	4

Tabla 5: Nº reclamaciones y sanciones en materia de productos y servicios en la salud y la seguridad del cliente. Cód. GRI PR2

<sup>1</sup> Se consideran reclamaciones relativas a la seguridad de los productos las relacionadas con el uso fraudulento de medios de pago, nuevos canales y Cajas de Seguridad.

En los años 2005, 2006 y 2007 no se han producido sanciones, demandas, multas o incumplimientos con respecto a la salud y seguridad del cliente en oficinas. Además, durante estos dos años tampoco se ha llevado a cabo ningún apercibimiento por ningún organismo competente, sobre aspectos referidos a la seguridad de los productos de **kutxa**. En el año 2006, el Servicio de Reclamaciones del Banco de España consideró que **kutxa** incurrió en una ocasión en una mala práctica bancaria en relación a un caso de uso fraudulento de tarjeta de crédito. Esta consideración implicó que **kutxa** abonase al cliente reclamante la cifra de 1000 € (importe sustraído al cliente).

Para hacer de la oficina un entorno seguro y salubre para empleados y clientes, **kutxa** aplica los protocolos del Manual de Seguridad que normalizan las instalaciones y actividades de seguridad de las oficinas y funciones asociadas del personal. Describe la normativa legal aplicable, el sistema de seguridad de la oficina y el catálogo de elementos de seguridad instalados. También recomienda cómo actuar en situaciones de peligro - ej. alarma, incendio, etc. Existe un servicio “acuda” de asistencia a oficinas ante incidencias fuera del horario laboral. El responsable de seguridad en la oficina vela por el cumplimiento de los protocolos de seguridad. La implantación en 2005 del programa “espacio sin humos” ha mejorado sustancialmente la calidad del aire en las oficinas.

**Indicadores de Producto relacionados con la privacidad del cliente [PR8] y con el cumplimiento normativo [PR9]**

En 2006 y 2007 se han registrado dos sanciones de escaso monto económico (400€) en Andalucía, debidas a la falta de Hojas de Reclamaciones en dos oficinas. En los años 2005, 2006 y 2007 la Oficina de Atención al Inversor de la CMNV no se ha pronunciado en ninguna ocasión de manera contraria a **kutxa**. Tampoco se han producido incumplimientos con respecto a la LOPD (ver capítulo 2.10), aunque existen algunos expedientes abiertos al respecto, pendientes de resolución.

Como una forma de asegurar la calidad del servicio vinculada a la comercialización de los productos, **kutxa** cuenta con Sistemas de Calidad en la Gestión Certificados con respecto a la Norma ISO 9001:2000, para sus productos EPSV **kutxa** y préstamos para la adquisición de vivienda (ver epígrafe 3.12 Reconocimientos y distinciones de la sociedad a la gestión de **kutxa**).

#### 4.4 PRODUCTOS Y SERVICIOS DE KUTXA PARA RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES

Los productos y servicios de **kutxa** se encuentran en el catálogo de productos electrónicos actualizado, al cual tienen acceso todos los empleados que desempeñan labores de asesoramiento a clientes y donde se pueden consultar las fichas de producto. La siguiente tabla muestra las familias de productos y servicios de **kutxa** a disposición de sus clientes durante 2007:

Familia	Productos Generales	Segmento	Producto específico segmento
<b>Tesorería</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Cuenta corriente</li> <li>■ Cuenta Ahorro Vista</li> <li>■ Cuentas en divisas</li> <li>■ Cuenta-e</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Jóvenes</li> <li>■ Economías Domésticas</li> <li>■ Mayores</li> <li>■ Profesionales y Autónomos</li> <li>■ Empresas</li> <li>■ Instituciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kontutxiki</li> <li>■ Kontugazte</li> <li>■ Kontugain</li> <li>■ Libreta dorada</li> <li>■ Cuenta Profesional</li> <li>■ Supercuenta</li> <li>■ Cuenta Recaudadora</li> </ul>
<b>Inversión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ahorro a plazo</li> <li>■ Depósitos mixtos</li> <li>■ Depósitos estructurados</li> <li>■ Fondos de Inversión</li> <li>■ Intermediación Bolsa</li> <li>■ Cesión Temporal Activos</li> <li>■ Letras y Bonos del Tesoro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Segmentos empresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Depósito tesorería <b>kutxa</b> empresas.net</li> </ul>
<b>Previsión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Planes de ahorro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Jóvenes</li> <li>■ Particulares</li> <li>■ Segmentos empresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Cuenta (Vivienda, Ahorro Empresa)</li> <li>■ Planes (Ahorro Juvenil, Previsión, Pensiones, Empleo)</li> </ul>
<b>Rentas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Rentas temporales</li> <li>■ Rentas vitalicias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mayores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Renta vivienda</li> </ul>
<b>Financiación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Financiación compra vivienda</li> <li>■ Rehabilitación vivienda</li> <li>■ Préstamos consumo</li> <li>■ Microcréditos</li> <li>■ Financiación infraestructuras empresas, comercios, inmovilizado e instalaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Jóvenes</li> <li>■ Economías Domésticas</li> <li>■ Mayores</li> <li>■ Instituciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Credigazte (vivienda, estudios, master)</li> <li>■ Anticipo (nómina, pensión)</li> <li>■ Crédito Vitalicio</li> <li>■ Financiación sector público</li> </ul>
<b>Medios de Pago</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Tarjetas Débito</li> <li>■ Tarjetas Crédito</li> <li>■ Tarjetas Revolving</li> <li>■ Tarjetas Prepago, Pago amigo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Jóvenes</li> <li>■ Mayores</li> <li>■ Empresas</li> <li>■ Comercios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Tarjeta (Gaztekutxa, Universitarias, Dorada, e-bussines, Ruta, Cambios)</li> </ul>
<b>Seguros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Seguros vida</li> <li>■ Multirriesgo</li> <li>■ Accidentes</li> <li>■ Vehículos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Jóvenes</li> <li>■ Economías Domésticas</li> <li>■ Mayores</li> <li>■ Autónomos</li> <li>■ Empresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Accidentes (juvenil <b>kutxa</b>, para estudiantes)</li> <li>■ Seguro (Moto, ILT, empresas, comercios, construcción...)</li> <li>■ Protección pagos</li> <li>■ Multirriesgo Hogar Dorado</li> </ul>
<b>Otros servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Cajas seguridad</li> <li>■ Viajes</li> <li>■ Kutxanet: Operativa canal Internet</li> <li>■ Banca Telefónica Telekutxa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Jóvenes</li> <li>■ Economías Domésticas</li> <li>■ Mayores</li> <li>■ Comercios</li> <li>■ Empresas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Servicio Vivienda</li> <li>■ Domiciliación de (recibos, nóminas, pensión)</li> <li>■ Teleasistencia</li> <li>■ Viajes Dorados</li> <li>■ Sistemas de Pago en comercios</li> <li>■ Gestión de Cobros y Pagos</li> </ul>

Tabla 6: Familias de productos y servicios a disposición de los clientes de kutxa. Apartado GRI 2.2

Las 8 familias de productos, desplegadas por 31 categorías de productos generales, se adaptan a los distintos segmentos de clientes, dando lugar a productos específicos como muestra la tabla. Estos pueden darse de alta y baja del catálogo de productos varias veces durante el año, en función del número de emisiones que **kutxa** realice de los mismos.

La satisfacción del cliente es la clave que guía el modelo comercial de **kutxa**. Y es así, porque clientes altamente satisfechos se mantienen más tiempo e intensifican su relación con la Caja, que podrá ser su proveedor preferente de soluciones a sus necesidades financieras y parafinancieras. Las principales líneas de actuación son: medir periódicamente la satisfacción de los clientes, segmentar la base de clientes creando redes comerciales especializadas (gestión privada, SAI, empresas...), asignar un gestor personal a cada cliente en los distintos segmentos (carterización) y asegurar que la propuesta de valor de **kutxa** en cada segmento sea la mejor del mercado en todo momento. Además, se trabaja en el acercamiento a la realidad individual de cada cliente, transformando la información de que se dispone en conocimiento gestionable comercialmente en una actuación personalizada.

La siguiente tabla muestra los indicadores internos de negocio que **kutxa** utiliza para el seguimiento de la vinculación y fidelidad del cliente como medidas indirectas de la satisfacción de sus clientes.

Indicadores internos de negocio con clientes
<b>Por segmentos :</b> N° Clientes • Saldos • Margen • Incrementos • Margen por cliente • Resultados Brutos y Netos
<b>Por tipo de cartera:</b> N° Clientes • Saldos • Margen • Incrementos • Margen por cliente
<b>Por familias de productos :</b> Saldos • Incrementos • Margen

Tabla 7: Indicadores internos de resultados en los clientes

## 4. los clientes de kutxa

Desde 2006, **kutxa** ha fijado como objetivos clave de la gestión de los clientes, la **mejora de la satisfacción del Cliente (Proyecto Gaiditu)** y la **innovación y diseño en la gama de productos**. Ambas cuestiones se miden desde la encuesta a clientes que anualmente realiza el Área de Marketing quien, de manera especial, se responsabiliza de que el nivel de satisfacción en el requisito 1: Amplia gama de productos, alcance el objetivo fijado, que es el mismo para el resto de los 13 requisitos y para la satisfacción global, como muestran los gráficos de la página 22: superar el valor de la satisfacción media con los requisitos de calidad (valor = 4,1). Como se puede apreciar, este requisito ha ido mejorando (3,9 en 2006; 4,1 en 2007). El Jefe de Innovación de Productos y Precios es el máximo cargo de **kutxa** con responsabilidad operativa sobre la Responsabilidad sobre Productos.

Objetivos de gestión con clientes	Objetivo 2007	Valor 2007	Objetivo 2008
Valoración Satisfacción global del cliente (requisito 15)	4,1	4	4,1
Valoración Amplia gama de productos (Requisito 1)	4,0	3,9	4,0
Nº nuevos productos (innovación en productos)	33	35	38

### Indicadores de Producto relacionados con el etiquetado de productos y servicios [PR3 y PR4]

La actividad financiera realizada por **kutxa** está sometida en su conjunto a la regulación de una serie de organismos que tienen, entre sus objetivos, la protección de los clientes de servicios financieros y el control de la información de la que han de disponer para tomar sus decisiones financieras:

- Banco de España en lo relativo a productos de ahorro tradicionales y de financiación.
- La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), con competencias relativas a normas de funcionamiento de dichos mercados.
- La Dirección General de Seguros (DGS), con competencias relativas a los contratos de seguros y fondos de pensiones.
- Gobierno Vasco, Planes de Previsión.

La información más destacable regulada por estos organismos es:

- Folletos y otra documentación sobre Fondos de Inversión.
- Folletos publicitarios en los que se ofertan determinadas tarifas.
- Informaciones que deben figurar en los tablones de anuncios de las oficinas y página web corporativa, en lo relativo a cuestiones económico-financieras de productos y servicios, así como del Servicio de Atención al Cliente.
- Documentos de información de los Planes de Pensiones y Previsión.
- Información contractual en general.

Cabe destacar la labor realizada el año 2007 para implantar la directiva MIFD.

Adicionalmente a los requerimientos establecidos por los reguladores, **kutxa** realiza un importante esfuerzo para mejorar la información y asesoramiento que otorga a sus clientes proporcionando a sus gestores/asesores herramientas y formación actualizada. Algunos ejemplos de lo anterior son:

- Proporcionar a los gestores de asesoramiento especializado, la formación y cualificación necesaria para adquirir la titulación de European Financial Advisor (EFA).
- Sistema de Información Comercial que facilita en gran medida al personal de oficinas, la labor de asesoramiento.
- Catálogo de productos electrónico actualizado al cual tienen acceso todos los empleados que desempeñan labores de asesoramiento a clientes y donde se pueden consultar las fichas de producto.

Reclamaciones y sanciones asociadas a la información que acompaña a los productos	2005	2006	2007
Nº reclamaciones recibidas por el SAC de <b>kutxa</b> en relación a la información que acompaña a los productos I	91	86	117
Nº reclamaciones presentadas al Servicio de Reclamaciones del Banco de España en relación a la información que acompaña a los productos <sup>1</sup>	6	2	0
Nº de reclamaciones que Banco de España se ha pronunciado a favor de <b>kutxa</b>	5	2	0
Nº de quejas/reclamaciones atendidas desde el SAC sobre la información y etiquetado de productos	5	3	3

Tabla 8: Número de reclamaciones en materia de información y etiquetado de los productos y servicios. Cód. GRI PR4

<sup>1</sup> Se consideran reclamaciones en relación con la información que acompaña a los productos las asociadas a: información y documentación de las operaciones, e información previa a la contratación.

En relación a la comercialización sobre productos y servicios, la *Generalitat de Catalunya (Agencia Catalana de Consumo)* abrió en 2005 un expediente sancionador a **kutxa**, por un supuesto incumplimiento leve de la normativa de Consumidores. En 2007, dicho expediente se archivó sin sanción para **kutxa**. El expediente se abrió en relación a 3 aspectos: letra demasiado pequeña del contrato, no utilización del catalán en algunos documentos, inclusión de una cláusula de sumisión a fuero en algún contrato. Por otro lado hay que resaltar que en los años 2005 y 2006 no se han producido sanciones, demandas, multas o incumplimientos relativos a la información y etiquetado de productos.

En virtud de la publicación anual del Informe anual de Buen Gobierno (ver capítulo 2), **kutxa** está obligada a reportar cualquier operación financiera de crédito, aval o garantía, realizada a favor de los grupos políticos con representación en las corporaciones locales con participación en el proceso electoral de los órganos de gobierno de la Caja. La tabla 9 muestra el valor de dichas operaciones en 2007. En 2005 y 2006 no se realizó ninguna operación de este tipo.

Nombre de los grupos políticos	Tipo de operación	Importe (miles €)
Partido Socialista de Euzkadi	aval	16

Tabla 9: aportaciones financieras a partidos políticos. Cód. GRI SO6

#### 4.5 LA OFERTA DE KUTXA DE PRODUCTOS CON IMPACTO SOCIAL RELEVANTE

Durante el ejercicio 2007, **kutxa** ha continuado con su política de mejora del catálogo de productos y servicios, poniendo a disposición de sus clientes los siguientes productos y servicios con impacto social.

##### **Productos y servicios**

##### **I. Convenios especiales de colaboración financiera**

Destinados a ofrecer condiciones más ventajosas de mercado, y con una destacada contribución socio-económica. Durante 2007, **kutxa** ha suscrito o prorrogado 60 Convenios de Colaboración Financiera, concertando con diversos tipos de instituciones y entidades públicas y privadas. A su amparo, **kutxa** ha concedido 172 millones de € en forma de préstamos y créditos, que representan en 8,43% del incremento neto de la inversión crediticia en el 2007.

En general las mejoras de condiciones han consistido en reducciones de los tipos de interés, plazos mayores de amortización, menos o nulas comisiones, entre otras, que suponen un esfuerzo financiero importante de **kutxa**. Las finalidades a las que se han destinado estos préstamos han sido muy variadas, teniendo como denominador común su marcada contribución al desarrollo económico y social:

- Promoción, adquisición y rehabilitación de viviendas;
- Asistencia financiera a trabajadores para su conversión en autónomos, socios de sociedades laborales o cooperativas;
- Financiación de proyectos de inversión productiva de las Pymes en los sectores industrial, comercial, turístico, agropecuarios, pesquero, servicios y transporte;
- Impulso a la incorporación a las tecnologías de la información y de las comunicaciones de las pymes, de los jóvenes, de los universitarios y de la ciudadanía en general (886 préstamos acogidos al Plan Avanza a través del ICO al 0% de interés);
- Anticipos a cuenta de los reembolsos esperados por los afectados por el caso Forum Filatélico y Afinsa (2.360 préstamos a través del ICO al 0% de interés).

La siguiente tabla recoge los principales **convenios de colaboración financiera** vigentes firmados durante 2007.

Convenio	Finalidad	Millones €		
		2005	2006	2007
Vivienda Gobierno Vasco	Financiación de la promoción, adquisición, rehabilitación de vivienda en la CAPV con ayudas del Gobierno Vasco.	53,8	67,7	52,1
AFI Gobierno Vasco	Financiación de inversiones productivas en los sectores Industrial, Comercial, Turístico, Agroalimentario y Pesquero de la CAPV, con ayudas del Gobierno Vasco.	36,7	33,1	42,0
Diputación Foral de Gipuzkoa	Línea de financiación específica para mejora de explotaciones agropecuarias y forestales de Gipuzkoa. Entre otras finalidades recoge la ayuda a jóvenes agricultores.	1,1	0,5	1,2
Instituto de Crédito Oficial, ICO	Diversas Líneas de financiación para inversiones productivas de las Pymes, y líneas especiales para jóvenes, universitarios, particulares y afectados por causas específicas.	20,6	27,3	43,0
Vivienda Estatal	Financiación de la promoción, adquisición, rehabilitación de vivienda (excepto CAPV y Navarra), con ayudas del Estado.	55,9	0,7	1,6
INEM – Fondo Social Europeo	Desarrollo de programa de asistencia financiera a desempleados para hacerse autónomos.	2,5	2,6	3,1
Sociedades de Garantía Recíproca	Financiación de inversiones productivas a Pymes, con el aval de la SGR.	15,8	15,6	17,0
LUZARO	Financiación de inversiones productivas de Pymes mediante préstamos participativos.	5,5	3,5	6,6
GARAPEN	Promoción del autoempleo para jóvenes	2,4	2,3	2,7
Banco Desarrollo Consejo Europa	Financiación viviendas oficiales protegidas y viviendas sociales	-	15,7	-

Tabla 10: Convenios de colaboración financiera. Cód. GRI EC9, RB2, RB3, AM2

#### 2. Productos con impacto social

##### **Tarjeta Unidos**

Tarjeta prepago destinada a ser utilizada como vehículo para el envío de dinero por parte de ciudadanos extranjeros a sus países de origen. Cada Tarjeta Unidos soporta dos modalidades de tarjeta:

- Titular: la utiliza quien va a enviar los Fondos; para ello realiza recargas de la Tarjeta.
- Beneficiarios: la utiliza la persona que en su país de origen va a disponer de los Fondos.

### Depósitos sostenibles

Depósitos en los que parte de su rentabilidad está referenciada a Bolsa y en los que se ha seleccionado como tal referencia, un índice en el que están representadas empresas que apuestan por un crecimiento económico compatible con el respeto al medio ambiente: Dow Jones EURO STOXX Sustainability Index. En 2007 se han realizado 10 nuevas emisiones del “Depósito A tu Gusto Sostenible” y “Depósito Elección Sostenible”.

### Microcréditos

Préstamo personal dirigido a colectivos en riesgo de exclusión social, subvencionado en parte por Obra Social y concedido al amparo del Convenio firmado entre **kutxa** y Cáritas Diocesana de Gipuzkoa (ver capítulo 7. Sociedad). Su finalidad primera es lograr la bancarización de personas excluidas y asimismo promover la integración social de sectores en exclusión o riesgo de exclusión social, con especial atención a los inmigrantes: resolver sus necesidades más básicas y proporcionar un medio de vida digno a través del autoempleo. Los microcréditos pueden vincularse a:

- Pago de las deudas contraídas en los países de origen.
- Pagos en concepto de depósito para acceder a viviendas de alquiler.
- Compra de mobiliario y pequeñas reformas en el hogar.
- Anticipos de ayudas o subvenciones.
- Gastos ocasionados por prótesis u otro tipo de necesidades sanitarias (si no estuvieran cubiertas por Osakidetza o el solicitante no tuviera acceso a la sanidad pública).

Datos 2007 de productos sostenibles							
Nº Tarjetas Unidos	Titulares	Tarjetas vigentes	687	Nº operaciones	6.988	Importe	1.113.749 €
	Beneficiarios	Tarjetas vigentes	755	Nº operaciones	10.954	Importe	913.889 €
Remesas Inmigrantes				Nº operaciones	2.439	Importe	1.601.523 €
Microcréditos				Nº solicitudes	112	Importe	517.230 €
Depósitos sostenibles:				Nº contratos	3.710	Importe	43.693.294 €

Tabla 11: Transacciones y altos beneficios sociales Cód. GRI IB3

### Envío de Remesas

Envío de dinero de los inmigrantes a sus países mediante sistema pactado con entidades financieras con importante presencia en los destinos más habituales de las remesas. Su finalidad consiste en que el tráfico de dinero se realice a través de entidades financieras de reconocida solvencia, con condiciones razonables de costo para que llegue el máximo importe posible a los destinatarios, y con garantía de rapidez de entrega. Para ello, en el pacto con cada Entidad Financiera que se acoja al sistema, se acuerdan máximos de costes a aplicar a la remesa así como de plazos de pago que garanticen cumplir con la finalidad del servicio.

### Renta Vivienda – Hipoteca Vitalicia

Se trata de una solución para mejorar la calidad de vida de nuestros mayores. **kutxa** proporciona a aquellos clientes cuyos ingresos no son suficientes para afrontar las nuevas necesidades que con la edad se les plantean: ayuda en los quehaceres domésticos, dependencias... Consiste en la posibilidad de contar con una renta complementaria basada en una hipoteca garantizada por el valor de su vivienda.

Dos son las características básicas de este producto:

- El vencimiento de la hipoteca es al fallecimiento. Éste es un elemento diferenciador del producto de **kutxa**. De esta forma, los clientes que lo contraten pueden estar tranquilos de que no se le reclamará la deuda mientras vivan.
- Los clientes mantienen la propiedad de la vivienda

Para 2008, el Area de Marketing tiene 4 objetivos específicos RSE vinculados al desarrollo de los siguientes productos: hipoteca verde, credikutxa verde, fondo de inversión sostenible, e incluir productos de economía social / ecológicos en las promociones.

### 3. Seguros 2007

De acuerdo con la Ley 26/2006, de 17 de julio, de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados. **kutxa** es operador de banca-seguros exclusivo de Biharko Vida y Pensiones, está autorizado por ésta para operar con Biharko aseguradora, e inscrito en el Registro administrativo especial de Mediadores con el número C0654G20336251. En los ramos de hogar y vida, en 2007 había contratadas 110.044 pólizas de hogar; 68.942 de vida temporal y 22.643 de amortización de préstamos. Además de las pólizas “clásicas”, **kutxa** comercializa un seguro con impacto social.

- **Multirriesgo dorado** – producto implantado en 2005. Cuenta con todas las coberturas de un seguro multirriesgo hogar y además permite a las personas mayores adscritas al Servicio Dorado de **kutxa**, acceder a una amplia gama de servicios relacionados con la salud y el bienestar, el confort en su hogar, el asesoramiento...

La siguiente tabla muestra los principales indicadores de gestión relacionados con el producto “seguros”.

Datos 2005, 2006 y 2007 de comercialización de seguros	2005	2006	2007
Primas netas PARTICULARES	30.683.000 €	33.827.400 €	36.932.484 €
Primas netas EMPRESAS	10.856.000 €	13.277.430 €	12.251.820 €
Nº Pólizas Multirriesgo Dorado contratadas	1.500	366	215
% Pólizas Multirriesgo Dorado sobre el total de pólizas contratadas en Gipuzkoa	21%	7%	4,8%

Tabla 12: Indicadores de comercialización de seguros. Apartado GRI 2.8 y Cod. GRI INS2, INS4

### **Acciones promocionales y otros servicios**

Este apartado relaciona las principales promociones de productos y servicios de **kutxa** realizadas en 2007:

<b>Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Incentivación del uso de la Banca Electrónica.</b> Sorteo de 1 Ipod por día durante la campaña entre los usuarios de este servicio, con la única condición de conectarse para participar en el sorteo.</li> </ul>
<b>Jóvenes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Premios Gaztekutxa.net.</b> Participación en sorteos diversos, como premio a los clientes jóvenes que utilizan la banca electrónica. El único requisito es utilizar la Tarjeta para Jóvenes. De inscripción y comunicación exclusiva por Internet.</li> <li>■ <b>Oferta de Préstamos en condiciones especiales.</b> Dirigidos a estudios, carné de estudiante y compra de ordenador. En la compra de ordenador se ha favorecido la utilización de medios electrónicos en los estudios mediante la concesión de una subvención a jóvenes estudiantes.</li> <li>■ <b>Migración de los jóvenes a la tecnología EMV.</b> Durante 2007 se ha puesto a disposición de los jóvenes las nuevas tarjetas con chip EMV, y se ha fomentado la migración mediante la participación en un sorteo de 10 Playstation-3. El único requisito ha sido utilizar la nueva tarjeta.</li> </ul>
<b>Premios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Premio a la confianza de los clientes.</b> Durante el año hemos premiado a los clientes que han mantenido el saldo necesario en sus cuentas de ahorro, ofreciéndoles un catálogo de regalos donde pueden elegir el de su preferencia. El único requisito ha sido el de mantener ese saldo durante un cierto tiempo. En estas acciones, los clientes pertenecientes al Servicio Dorado han gozado de ventajas especiales.</li> <li>■ <b>Premio a la contratación de planes de previsión y de pensiones.</b> Premio a los clientes que por primera vez experimentan con este tipo de ahorro y también a aquellos que han realizado sus aportaciones anuales. En el catálogo de regalos disponibles se incluían como opción las acciones de entidades de primera línea del IBEX.</li> <li>■ <b>Distinción de "Mejor oferta para mayores de todas las Entidades Financieras del Estado".</b> Mención que otorga anualmente Gerokon, Marketing Gerontológico, en colaboración con la Revista Júbilo, especializada en temas de mayores.</li> </ul>
<b>Inmigrantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Fomento de la bancarización de los inmigrantes.</b> Fomento de la conversión de los inmigrantes en clientes y su utilización del sistema bancario en el envío de remesas mediante la oferta de descuentos en las tarifas a aquellas personas que realizan su remesa desde una cuenta corriente y no en metálico.</li> </ul>
<b>Mayores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Viajes subvencionados para personas mayores.</b> Organizados por kutxa, de los que se han beneficiado 16.000 personas en 2007.</li> <li>■ <b>Contribución a la calidad de vida de los mayores.</b> Facilitando la adecuación de sus hogares mediante la oferta de camas articuladas subvencionadas, no siendo necesario padecer ningún tipo de dependencia para acceder a las mismas.</li> <li>■ <b>Ayuda a los mayores en la solicitud de pensión.</b> En este año, más de 1.150 personas se han visto beneficiadas de este servicio, que de forma totalmente gratuita asesora y gestiona la tramitación de la solicitud de pensión. Además, se han sorteado 50 viajes entre los clientes con pensión domiciliada en kutxa.</li> <li>■ <b>Excursiones subvencionadas:</b> 2.508 clientes de todo el Estado han podido visitar Donostia, gracias a las excursiones promocionadas por las oficinas de fuera de Gipuzkoa, en las que han participado.</li> <li>■ <b>Teleasistencia Domiciliaria:</b> 1.300 clientes reciben permanentemente el Servicio de Teleasistencia Domiciliaria, con un importante descuento sobre su precio real.</li> </ul>
<b>Empresas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Contribución en la adaptación de las Empresas a la nueva Normativa Comunitaria,</b> mediante la organización y patrocinio de sesiones formativas de carácter eminentemente práctico, en colaboración con agentes externos expertos en los temas impartidos. En 2007, 350 empresarios se han beneficiado de las sesiones dedicadas a la Reforma del Plan General Contable.</li> <li>■ <b>Acciones en apoyo de la modernización de las Empresas.</b> Patrocinio de las Jornadas Gipuzkoa Tecnológica, en las que 450 empresarios han tenido la oportunidad de analizar la mejora global en la cadena de valor del negocio mediante la adopción de soluciones tecnológicas y el enfoque de empresa móvil.</li> <li>■ <b>Premio a las Empresas por las aportaciones a Planes de Empleo que realizan a favor de sus trabajadores.</b> Premio a los clientes que comienzan con un Plan por primera vez y también a aquellos que han realizado sus aportaciones anuales. En el catálogo de regalos disponibles se incluían como opción las acciones de entidades de primera línea del IBEX.</li> </ul>
<b>Otros Servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Regalos solidarios:</b> Al realizar compras con sus tarjetas de crédito, los clientes obtienen puntos que pueden canjear por aportaciones a ONGs. <b>kutxa</b> a su vez dona la misma cantidad que la aportada por el cliente.</li> <li>■ <b>Campañas de Prevención:</b> Servicio del que se han beneficiado 2532 clientes de kutxa. Además se han realizado exámenes de salud para 38 empresas (1.366 chequeos médicos) -Acciones promocionales Oncológico-</li> </ul>

En cuanto a acciones promocionales y publicitarias y para garantizar la transparencia de la información sobre sus productos, **kutxa** cumple la normativa legal vigente nacional y europea que obliga a las entidades financieras a **comunicar la publicidad sobre productos financieros a los órganos reguladores** - Banco de España, la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores) – y al Gobierno Vasco sobre publicidad realizada en la Comunidad Vasca [PR6].

## 4. los clientes de kutxa

El Tribunal de Defensa de la Competencia abrió en 2006 un expediente (Nº617/2006) en torno a un supuesto acuerdo de no agresión entre las cajas vascas y navarras, que se resolvió con la imposición a **kutxa** de una sanción de 7 millones de €. En diciembre de 2007 **kutxa** interpuso un recurso contencioso administrativo así como una solicitud de suspensión de la sanción impuesta contra la resolución dictada por la Comisión Nacional de la Competencia (CNC). Actualmente está pendiente de resolución [SO7].

Reclamaciones asociadas a incumplimientos de códigos en materia de publicidad	2005	2006	2007
Nº reclamaciones recibidas por el SAC de <b>kutxa</b> en relación a la información que a compañía a los productos <sup>1</sup>	61	114	16
Nº reclamaciones recibidas por el SAC de <b>kutxa</b> en relación a incumplimientos en materia de publicidad <sup>1</sup>	0	0	0
Nº reclamaciones presentadas al Servicio de Reclamaciones del Banco de España a incumplimientos en materia de publicidad	0	0	0
Nº de quejas/reclamaciones atendidas desde el SAC sobre el marketing y la publicidad	0	0	0

Tabla 13: Número de reclamaciones en materia de publicidad. Cód. GRI PR7

<sup>1</sup> Publicidad e información previa a la contratación y sobre campañas y promociones.

Durante los años 2006 y 2007, ningún organismo oficial (Banco de España, CNMV...) ha retirado a **kutxa** campaña de publicidad alguna. Además a lo largo de estos dos años no se han producido sanciones, demandas, multas o incumplimientos relativos al marketing y la publicidad.

### 4.6 TRATAMIENTO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

**kutxa** interpreta la percepción de sus clientes a la luz de otros indicadores internos que provienen de:

- procesos de seguimiento de la evolución de la base de clientes, indicadores que se siguen a escala general, desde las distintas unidades de negocio, redes y zonas geográficas, siguiendo las recomendaciones del modelo EFQM de utilizar indicadores de rendimiento basados en datos internos objetivos como medidas para supervisar, entender, predecir y mejorar el rendimiento de la organización, así como para anticipar la percepción de clientes externos.
- la atención de quejas, consultas y reclamaciones, cuya recogida puede realizar también la red comercial, siendo el centro de recepción, análisis y resolución el **Servicio de Atención al Cliente (S.A.C.)**, dependiente del Área de Calidad. Este servicio se crea en 2004 en cumplimiento de las leyes y normas del sector sobre S.A.C. para resolver las quejas y reclamaciones de los clientes. En la web de **kutxa**, [www.kutxa.net](http://www.kutxa.net), está publicado el Reglamento para la Defensa del Cliente que regula el funcionamiento del Servicio, así como el impreso de queja o reclamación.

**kutxa** proporciona el servicio de atención a clientes a través del **proceso de atención de reclamaciones**. La evolución satisfactoria de los resultados año a año es fruto de los procesos implantados y las mejoras introducidas, no habiéndose producido en el desarrollo de su actividad habitual, ningún incumplimiento legal.

Indicadores internos de relación con los clientes / quejas		2005	2006	2007
Indicadores sobre quejas y reclamaciones	Número de reclamaciones recibidas	1.529	1.599	1.739
	Reclamaciones elevadas al Banco de España	11	9	12
	Nº expedientes Bº España resueltos a favor del reclamante	1	2	1
	Plazo medio de resolución en días	2,66	2,69	2
	% de reclamaciones resueltas en menos de 5 días	90,00%	88,00%	91,00%
Indicadores sobre servicio en oficina	Nº de Clientes atendidos	4.483.697	3.917.965	3.716.025
	% de clientes que esperan más 10 minutos	8,00%	7,60%	9,50%
	Tiempo medio de espera (minutos)	03:46	03:42	04:03

Tabla 14: Satisfacción de clientes. Indicadores de quejas y reclamaciones 2005-2007. Cód. GRI PR5

Respecto a los **seguros** comercializados por **kutxa**, durante 2007 el Servicio de Atención al Cliente ha atendido 66 quejas (2 más que en 2006) y 57 reclamaciones (20 más que el pasado año). Por otro lado, el estudio bimensual de Ikerfel de calidad del servicio del seguro Multirriesgo Hogar Kutxa hacen arroja valores superiores al 4 en un escala de 1 (muy negativo) a 5 (muy positivo) [INS3], dato que permanece constante respecto a 2006. En 2007 **kutxa** se ha adherido al código Autocontrol de autorregulación de la publicidad [PR6].

### 4.7 LA TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LOS CLIENTES

Como ya hemos comentado en el apartado 2.11, la tecnología es un elemento clave para prestar unos servicios financieros acordes con las necesidades de los clientes. Además de las innovaciones comentadas en dicho apartado, durante 2007 **kutxa** ha trabajado en la implantación de herramientas con impacto específico sobre la mejora de la relación con sus clientes:

- Implantación de 40 nuevos cajeros-ingresadoras, alcanzando un total de 95.
- Implantación de un sistema de medición de la satisfacción de clientes con queja o reclamación.
- Realización de un proyecto piloto sobre el nuevo Modelo operativo de oficinas de particulares Guipúzcoa (7 oficinas)
- Nuevo portal de Servicios de la Obra Social de **kutxa** [kutxasocial.net](http://kutxasocial.net)
- Apoyo y desarrollo de proyectos varios de mejora de la gestión comercial
- Apoyo en los procesos relacionados con la titulación realizada en 2.007
- Finalización del piloto del proyecto gestión documental en proceso alta clientes
- Instalación de 45 nuevas oficinas, y traslado de 40
- Asimilación de incremento en operativa transaccional por los diferentes canales
- Alrededor de 430 instalaciones para sustituciones de equipos, 580 de software y 120 relativas a móviles.