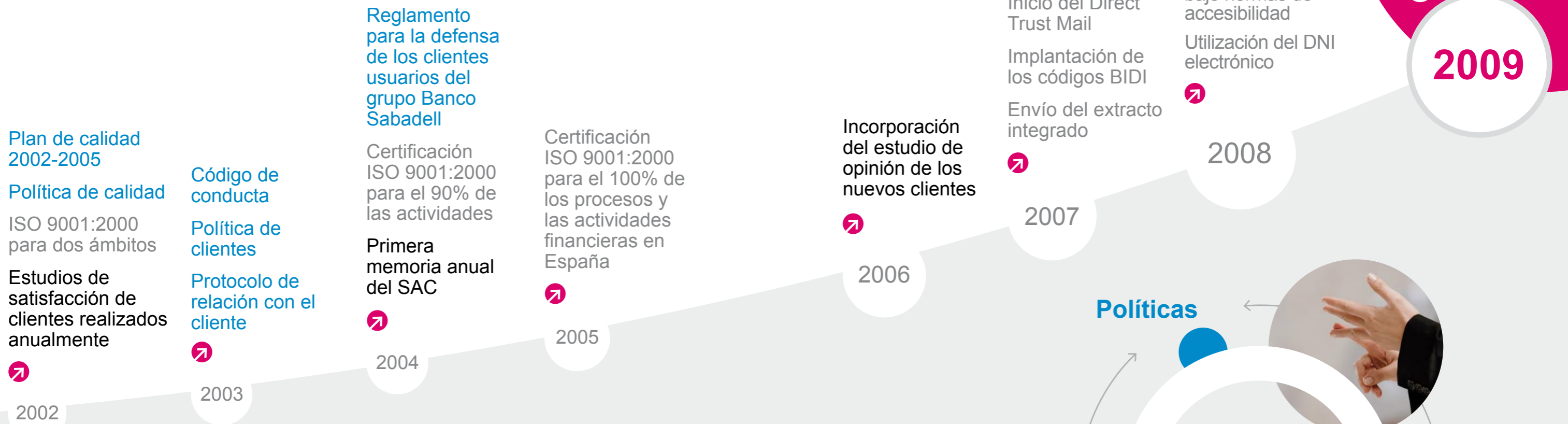


Banco Sabadell y sus clientes

1. Calidad al servicio del cliente
2. Accesibilidad y seguridad de los servicios a clientes
3. Transparencia y principios éticos de la publicidad
4. Protección de datos personales
5. Satisfacción del cliente
6. Gestión de quejas y reclamaciones



Programas clave desarrollados por Banco Sabadell en relación con sus clientes



Cronología

09



Programas clave desarrollados por Banco Sabadell en relación con sus clientes en 2009

Objetivos

- Incrementar la correspondencia electrónica y aumentar las capacidades de relación con los clientes a través de dispositivos móviles.
- Aumentar la operativa canalizada por los clientes a través de Internet.
- Mejora de la calidad de servicio y mantenimiento de los ratios que lo acreditan, especialmente en el ámbito de las reclamaciones de clientes, habiéndose proyectado una mejora de los procesos para alcanzar dicho objetivo.

Avances

- Incremento de más de un 500% de la correspondencia electrónica.
- Realizar por Internet el 72% del total de las transacciones habilitadas.
- Obtención de la marca de garantía de Madrid Excelente.
- Renovación ISO 9001 en todas las actividades del banco.
- Banco Sabadell es la entidad bancaria que presenta la mejor ratio (número de reclamaciones/volumen medio de negocio) de reclamaciones trasladadas al Banco de España.

2010



Objetivos

- Potenciar el uso del servicio BS Móvil añadiendo nuevas operativas.
- Alcanzar el 99% de disponibilidad del servicio BS Online.
- Alcanzar el 75% de operativa internetizada.
- Renovación del Sello de Oro del Modelo EFQM.
- Mejora en los ratios de fidelización/retención de clientes.
- Revisión y adaptación de los procedimientos del SAC para reducir el tiempo de respuesta al cliente.
- Mantener la calidad de servicio en el ámbito de las reclamaciones de clientes (ratio de reclamaciones por volumen de negocio presentadas al Banco de España).



Política de clientes

Política de clientes aprobada por el **Consejo de Administración en 2003**

Banco Sabadell establece que en las relaciones con los clientes debe mantenerse un alto compromiso de honestidad y responsabilidad profesional, más allá de los estándares legales.

El respeto a los compromisos que se adquieren con los clientes y la transparencia en las relaciones tanto verbales como escritas, así como la integridad en todas las actuaciones profesionales, deben ser un objetivo a cumplir de forma ineludible.

El Protocolo de relación con los clientes es el documento donde se recogen los principios sobre cómo queremos relacionarnos con nuestros clientes y el Código de conducta del grupo es el complemento que determina los principios éticos que deben presidir estas relaciones:

- Banco Sabadell expresa su compromiso de no discriminación respecto a los clientes o futuros clientes, por razón de raza, sexo, religión ni ninguna otra circunstancia personal o social.
- El objetivo permanente de Banco Sabadell es ser número uno en calidad, lo que implica dar respuestas ajustadas a las necesidades de nuestros clientes o posibles clientes, tal y como establece el sistema de calidad del grupo.

Acciones y resultados significativos

en relación con la implantación de la política de clientes

Código de conducta disponible en la web

Única entidad financiera con la certificación **ISO 9001:2008** para todo el grupo Banco Sabadell

- El banco tiene el compromiso de utilizar un lenguaje claro y concreto en los procesos de venta y promoción de sus productos y servicios, así como en los documentos contractuales, con la finalidad de que el cliente pueda tomar sus decisiones con toda la información necesaria a tal efecto.
- Los clientes se consideran siempre clientes del grupo en su conjunto. Debemos transmitirles una percepción de buen servicio independientemente del ámbito o la persona que los atienda.
- Ganar un cliente significa ir más allá de la venta; significa crear una relación y un compromiso a largo plazo a través de una confianza basada en la transparencia, la honestidad, el equilibrio de derechos y deberes y la fiabilidad respecto a nuestros compromisos.
- Buscamos la eliminación razonable de las barreras físicas e idiomáticas, adaptándonos a las necesidades de cada momento, de cada persona y de cada entorno.
- Toda la información relativa a nuestros clientes o potenciales clientes es de uso exclusivo y estrictamente confidencial y su utilización será racional y con respeto a la vida privada y al cumplimiento de la normativa legal vigente.
- Asumimos las responsabilidades dimanantes de nuestros actos, poniendo todos los medios a nuestro alcance para reparar aquellas situaciones no deseadas que puedan derivarse de nuestros errores u omisiones.

Ninguna observación por parte de los organismos públicos sobre **transparencia en la información corporativa**

Grupo Banco Sabadell dispone de una gama completa de **productos financieros**

Cerca del 90% de los clientes manifiestan explícitamente que piensan **seguir confiando** en Banco Sabadell

Lanzamiento del **BS Móvil** que permite al cliente realizar la operativa bancaria más usual desde su móvil

En 2009 se han implantado las medidas oportunas para garantizar la cobertura del Nuevo Reglamento de la **LOPD**

Por séptimo año, Banco Sabadell es la entidad bancaria con menor número de reclamaciones por volumen de negocio presentadas ante el Banco de España

Banco Sabadell tiene como objetivo establecer vínculos a largo plazo con los clientes. Para conseguirlo, dedica esfuerzos en conocer y comprender sus necesidades, de tal forma que las relaciones comerciales tengan como consecuencia el beneficio mutuo.

La entidad dispone de varios protocolos que, junto con el Código de conducta del grupo, determinan los principios éticos y formales que deben presidir las relaciones con sus clientes y les aseguran un servicio de calidad. Dentro de estos principios se incorporan tanto los fundamentales vinculados a los derechos humanos como otros principios que tratan sobre cómo se debe atender a los clientes. Se garantizan, especialmente, la accesibilidad, la seguridad de los servicios y la protección y la defensa de los clientes.



Accesibilidad



Seguridad de los servicios



Protección



Defensa de los clientes

Principios

1 Calidad al servicio del cliente

La preocupación por ofrecer el máximo nivel de calidad a los clientes siempre ha sido uno de los principios del grupo Banco Sabadell. Por ello, desde el primer plan de calidad iniciado en 2002, está presente en la planificación estratégica del banco. El objetivo del plan de calidad es maximizar este valor corporativo a través de un sistema de gestión de la calidad que normaliza la incorporación de los atributos cualitativos en la gestión cotidiana de todos los procesos en los que se estructura la actividad del grupo.

En 2005, el grupo Banco Sabadell obtuvo la certificación ISO 9001 para el 100% de los procesos y todas las actividades del grupo financiero en España, convirtiéndose en la primera entidad financiera española y la única hasta la fecha en obtener esta certificación global. Esta certificación se ha renovado en 2008, tal como determina la norma.



Política de calidad

“Conseguir, mantener y mejorar la calidad de servicio mediante un enfoque global hacia la excelencia.”

Banco Sabadell pretende ofrecer un servicio de calidad en todas las etapas que la vinculan con él: la oferta de servicios accesibles, el establecimiento de una relación fundamentada sobre los principios de transparencia y la implantación de procesos de gestión de las dudas o problemas que pueden surgir de la oferta de dichos servicios y productos. De este enfoque global de calidad se desprenden los resultados obtenidos tanto en estudios de satisfacción del cliente como en el número de reclamaciones y las futuras líneas de actuación para poder mejorar de manera continua la relación con el cliente.

De acuerdo con las directrices de la política de calidad del banco, se han implantado protocolos que establecen pautas, normas y una sistemática de relación tanto con los clientes externos como internos.

Protocolo de relación con el cliente

Este Protocolo recoge los principios sobre la forma en que Banco Sabadell quiere relacionarse con sus clientes. Entre ellos, se hallan la utilización de un lenguaje claro y concreto en conversaciones y documentos, la honestidad, la confidencialidad, la transparencia y el cumplimiento de los compromisos.

Decálogo de buen servicio

De forma complementaria al Protocolo de relación con el cliente, Banco Sabadell tiene establecido un manual denominado Decálogo de buen servicio. En él se recogen los criterios en relación con el servicio que se desea prestar a los clientes de la entidad. Dichos criterios hacen referencia a la atención al cliente, la voluntad de servicio y la accesibilidad.

2 Accesibilidad y seguridad de los servicios a clientes

Un servicio de calidad se caracteriza por una oferta de productos y servicios adecuada a sus clientes, es decir, una oferta accesible, libre de barreras físicas o idiomáticas que se adapta a las necesidades de cada momento, persona y entorno, garantizando siempre un máximo nivel de ética y transparencia en toda la información que se facilita a la clientela.

Banco Sabadell entiende que las nuevas tecnologías de la comunicación son una oportunidad para mejorar la accesibilidad a sus servicios, especialmente en lo que se refiere a horarios, a la consulta de la oferta comercial y a una ejecución fácil e inmediata de la mayoría de las transacciones cotidianas. Esta política multicanal se concreta a través de la red de oficinas y cajeros automáticos, el servicio por Internet BS Online, el Portal Móvil y el servicio de banca telefónica, también ajustado a las necesidades de cada segmento. Con la mayor utilización de la banca a distancia se han desarrollado distintos dispositivos de protección adaptados a las nuevas herramientas tecnológicas, incluyendo la correspondencia por correo electrónico con clave privada para la encriptación de la información.



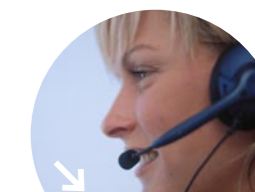
Red de oficinas
y cajeros
automáticos



Internet



Portal Móvil



Banca
telefónica

Política multicanal

Red de oficinas y cajeros automáticos

Banco Sabadell dispone en 2009 de una red de 1.214 oficinas y 1.452 cajeros automáticos. La estrategia de servicio de la red de cajeros automáticos se basa en la agilidad, la rapidez y la disponibilidad de las transacciones ofrecidas en la red de autoservicio, así como la incorporación de operativas no transaccionales, como la oferta de contratación de préstamos preconcedidos (Instant Credit) o el incremento del límite estándar de disponibilidad diaria de 300 euros a los 600 actuales.

Seguridad

Banco Sabadell ha sido pionero en la incorporación del móvil como elemento de incremento de seguridad en la operativa de sus clientes en cajeros, gracias al servicio BS Protección Tarjetas, que informa a los clientes, mediante mensajes SMS, de la operativa que llevan a cabo.

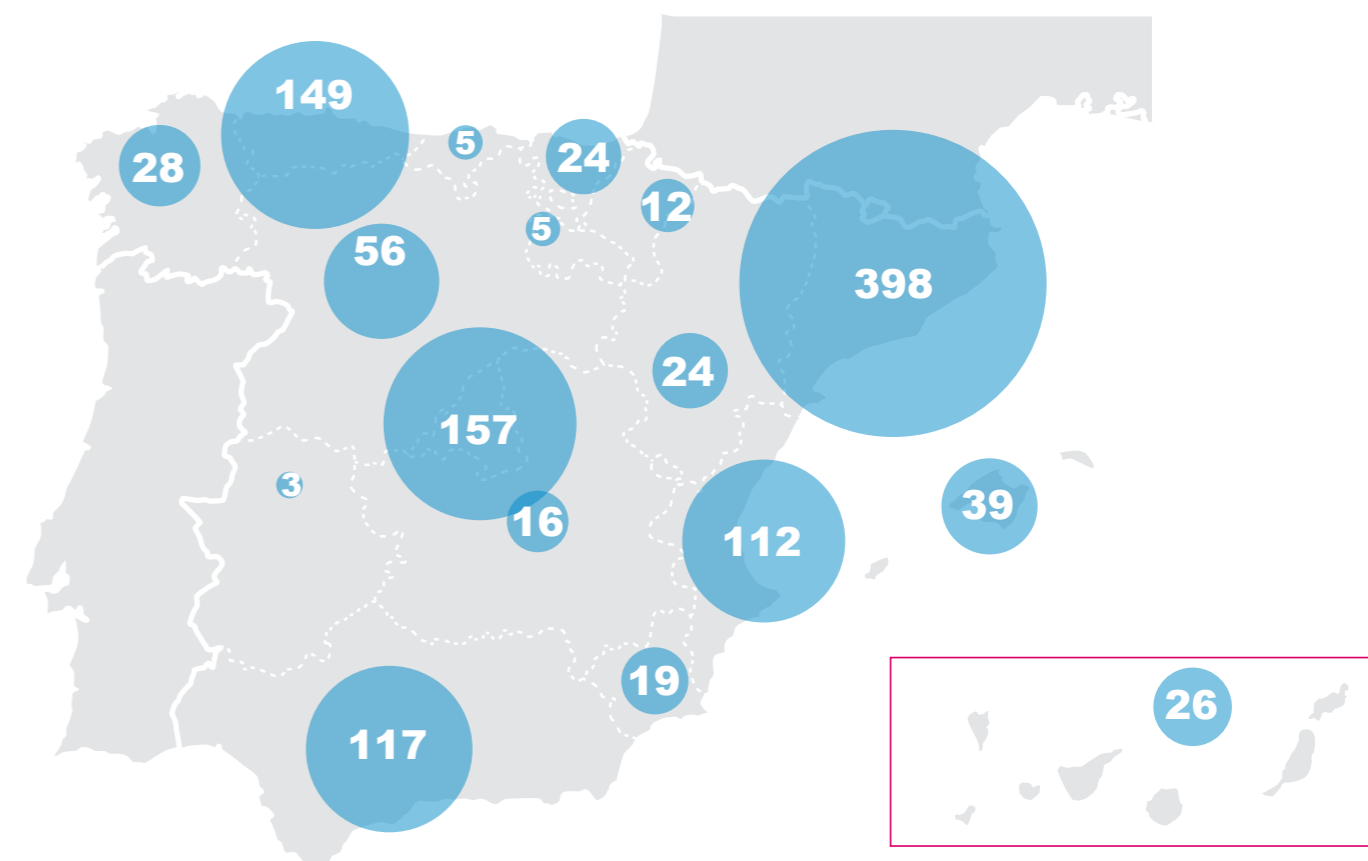


Accesibilidad

Todas las nuevas oficinas y los locales bajo reforma integral disponen de acceso adaptado a personas discapacitadas.

En 2009 se ha iniciado un ambicioso proyecto de renovación física de los cajeros que presenta ventajas ergonómicas y una aplicación más intuitiva, que dan respuesta a una mayor accesibilidad, como: pantalla táctil de gran tamaño, conexión a auriculares y una mayor rapidez operativa. Este proyecto, que ha implicado la adaptación de 120 cajeros en 2009, impactará a su finalización de 2010 en un total de 720 cajeros (50% del propio parque actual).

Distribución de oficinas por comunidades autónomas en 2009



Internet

BS Online

Con el fin de facilitar a la sociedad el acceso a los productos y servicios del grupo, Banco Sabadell dispone de 21 portales web, entre los que destacan los portales operativos: SabadellAtlántico, Banco Herrero, Solbank, ActivoBank, Banco Urquijo y BS Markets.

En este 2009, el número de operaciones por Internet se ha visto incrementado, de manera que de cada diez transacciones de clientes siete se han realizado por este canal. Se han potenciado especialmente los productos específicos para empresas como, por ejemplo, las tarjetas virtuales de pago para proveedores o la contratación en línea de depósitos mediante certificación notariada. Esta continua transformación de los portales ha significado un avance de tres posiciones en el *ranking* de calidad de servicio en Internet de las entidades financieras (AQmetrix).

Seguridad

Sitios web

Se ha reforzado la seguridad de los sitios web del grupo, mediante la utilización de certificados de nueva generación, denominados EV.

Segunda clave de firma en el móvil

Este nuevo servicio gratuito consiste en recibir por SMS la solicitud de coordenada de claves con la que se debe firmar la transferencia en Internet. De esta forma se utilizan dos canales, Internet y móvil para autorizar la operación. Esta práctica incrementa significativamente la protección de estas operaciones.

Firma electrónica

La firma electrónica de los correos garantiza la identidad de Banco Sabadell como emisor, mediante el certificado Verisign y, al mismo tiempo, garantiza técnicamente que el contenido del mensaje no ha sido alterado en tránsito por terceros.

Accesibilidad

Durante 2009 se ha intensificado la incorporación de nuevas funcionalidades y servicios en los portales de Internet del grupo:

- Mejora en las páginas de identificación, bienvenida y despedida.
- Inclusión de menús de segundo nivel, más descriptivos.
- Nuevo buscador de contenidos, que indexa las palabras de los portales y permite a los clientes localizar cualquier información con un solo clic.
- Incorporación del Asistente virtual, herramienta de ayuda basada en un motor lingüístico de reconocimiento del lenguaje natural que interpreta las preguntas de los usuarios y determina las respuestas más adecuadas a fin de solucionar cualquier duda.
- Inclusión de nuevas operativas, entre las que destacamos la comercialización de Instant Credit, que supone que nuestros clientes puedan disponer de un préstamo preconcedido a través de la web las 24 horas del día.

Disponibilidad de servicio de BS Online

Disponibilidad de servicio de BS Online	% de clientes de BS que utilizan activamente la banca a distancia	% de transacciones realizadas por Internet sobre el total de transacciones habilitadas
2007  99,58%	2007  44,51%	2007  65%
2008  98,97%	2008  48,85%	2008  65%
2009  99,88%	2009  50,00%	2009  72%

*Porcentaje del tiempo en que el servicio de BS Online está operativo

*Entendiendo por cliente activo aquel que realiza un mínimo de una operación al trimestre

	2009	2008	2007
Operaciones o procesos disponibles en la web	548	522	497
Contratos de banca a distancia (en miles)	1.022	956	865
Clientes que disponen de correspondencia virtual (en miles)	706	113	94
Correos electrónicos gestionados (en miles)	65	83	102

Teléfono Móvil

BS Móvil

Es sin duda alguna el canal que se ha transformado significativamente con la presencia del servicio de Banca Móvil para las marcas SabadellAtlántico, Banco Herrero y Solbank. Desde el teléfono móvil, los clientes de Banco Sabadell pueden realizar la operativa bancaria más usual, como consultar saldos y movimientos de cuentas, ordenar transferencias y traspasos, comprar y vender valores y realizar operativa de tarjetas (activar y bloquear tarjetas, gestionar los movimientos, las condiciones de liquidación y fraccionamiento, etc.). El paquete funcional completo da al portal la capacidad de una oficina bancaria móvil que cabe en la palma de la mano.

Seguridad

Servicio de avisos y alertas

El usuario recibe un mensaje de texto en su teléfono móvil cuando se producen los avisos que haya activado: el abono de su nómina, el pago de sus recibos, operaciones de bolsa, su saldo en una fecha determinada, etc.

Mensajería en el teléfono móvil

292.417 clientes disponen de una mensajería mediante el teléfono móvil (BS Móvil) en 2009



BS Protección Tarjetas

A través de SMS, se comunica al titular de la tarjeta todas las operaciones superiores a 150 euros que se realicen mediante tarjeta de crédito o débito ya sea en establecimiento o en cajero automático.

Accesibilidad

BS Móvil se ha desarrollado utilizando pantallas de diseño actual y compatible con cualquier modelo y marca de móvil del mercado actual.

De manera adicional a la operativa bancaria, el cliente dispone de las siguientes funcionalidades:

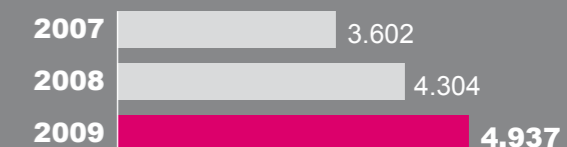
- Llamar al gestor personal de la cuenta, a la oficina o al Contact Center con solo pulsar una tecla.
- Acceder a Instant Broker (información continuada del mercado bursátil).
- Localizador con mapas interactivos de oficinas y cajeros automáticos.
- Módulo de previsión meteorológica.
- Conexión RSS para noticias.
- Visualización de vídeos.



4.937

Mensajes telemáticos emitidos a clientes a través de BS Móvil (en miles) en 2009

Mensajes telemáticos

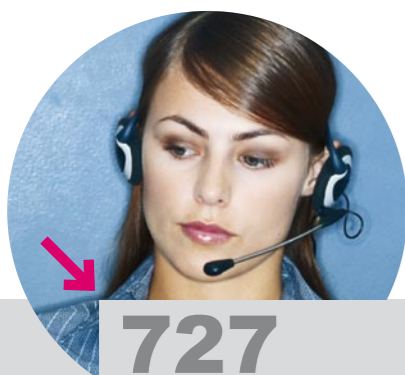


(en miles)

Canal telefónico

Contact Center

El canal telefónico crece como canal de apoyo destacado para la actividad comercial del grupo. Permite obtener información de productos y servicios, realizar operativa bancaria y contratar productos financieros a través de la banca telefónica. El servicio también ofrece el soporte para aclarar aquellas dudas o información requerida por aquellos clientes que canalizan su operativa a través de los portales web del grupo y que, gracias al Asistente virtual incorporado en Internet, siguen reduciendo su número, como lo reflejan las cifras del cuadro.



727

llamadas atendidas por vía telefónica (en miles) en 2009



(miles de llamadas atendidas)

Seguridad

Al cliente, se le requiere el NIF y el código de acceso de banca a distancia para cualquier consulta que desee realizar y una coordenada aleatoria de la tarjeta de claves si precisa operar.

Accesibilidad

En 2009 se ha puesto en marcha el funcionamiento de un número único de teléfono de atención a clientes. Esta iniciativa forma parte de un programa estructurado en diferentes iniciativas y basado en la plataforma telefónica del Real Automóvil Club de Cataluña (RACC). Es el embrión de lo que será la Oficina Virtual, órgano de atención continuada a clientes las 24 horas del día y que ha de implicar una atención más ágil y eficiente y con mayor cobertura.

Accesibilidad de la banca telefónica

610

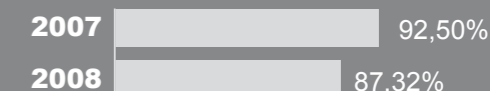
operaciones y consultas efectuadas por vía telefónica (en miles) en 2009



(en miles)

91,38%

Nivel de accesibilidad de banca telefónica en 2009



* Porcentaje de llamadas recibidas que han podido ser atendidas por el Contact Center.

3

Transparencia y principios éticos de la publicidad

Establecer vínculos a largo plazo con los clientes implica mantener con ellos una relación de honestidad y de confianza. A tal efecto, Banco Sabadell se compromete a garantizar un máximo nivel de transparencia en toda la información que se facilita a los clientes. En empresas del sector financiero es imprescindible garantizar el máximo nivel de transparencia en toda la información que se ofrece relativa a productos y servicios.

La Dirección de Cumplimiento Normativo del banco, independiente de las líneas ejecutivas, supervisa el diseño y la puesta en marcha de todos los productos que el banco comercializa, así como las campañas comerciales que se realizan para su divulgación en el mercado, garantizándose de este modo el ajuste de toda la información, contratación y características operativas a la normativa de transparencia del Banco de España o a la equivalente de otros supervisores en función del tipo de producto y a los principios éticos que el banco se ha marcado.

“En el proceso de venta de cualquier producto se debe ofrecer al cliente toda la información relevante para una adecuada toma de decisiones”.

“En todas las relaciones con la clientela se debe mantener un alto compromiso de honestidad y responsabilidad profesionales, por encima del cumplimiento de estándares legales.”

**Código de conducta
de Banco Sabadell**

➤ Código ético

del manual de estilo de comunicación publicitaria

El manual incluye un código ético que define los principales aspectos a tener en cuenta en los parámetros éticos que debe utilizar toda la comunicación a clientes.

Principios básicos de la publicidad en el grupo:

- Toda publicidad debe ser legal, decente, honesta y veraz.
- Toda comunicación debe ser preparada con un obligado sentido de la responsabilidad social.
- La publicidad debe ajustarse a los principios de competencia justa en los negocios.
- Ningún anuncio debe ser de tal manera que deteriore la confianza de los consumidores o del público en general.
- El código determina los aspectos éticos que tienen que seguir los contenidos de los anuncios.

La Dirección de Cumplimiento Normativo garantiza el ajuste de toda la información, contratación y características operativas a la normativa y a los principios éticos del grupo.



ver [+](#) en Finanzas responsables (1.5)

4 Protección de datos personales

En referencia a la protección de datos de carácter personal, Banco Sabadell ha impulsado en 2009, a través de su Comité LOPD, el desarrollo de las medidas necesarias para la cobertura del Nuevo Reglamento de la LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos, según el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre) que tiene, entre otros, como objetivo novedoso la protección de la información de carácter personal en ficheros no automatizados (en su mayoría, documentos en papel). Banco Sabadell ha desarrollado una serie de medidas, principalmente organizativas y de seguridad física, revisando y adecuando los procesos de relación interna, con clientes y con proveedores, así como los centros de trabajo en los que se opera, para garantizar una cobertura adecuada a los requerimientos que ha precisado el Nuevo Reglamento de la LOPD en cada momento desde su entrada en vigor (abril de 2009).

“La información, tanto personal como sobre operaciones, de nuestros clientes debe ser tratada con absoluta reserva y no puede ser facilitada más que a sus legítimos titulares o bajo requerimiento oficial siempre con las debidas garantías jurídicas.”

Extracto del Código
de conducta

Las principales medidas desarrolladas para la cobertura del Nuevo Reglamento de la LOPD han sido:

- **Procedimientos organizativos:** revisión y actualización de todos procedimientos organizativos y técnicos existentes y creación de dos nuevos procedimientos organizativos para regular el acceso y la protección a la documentación en papel con información de carácter personal y el acceso a centros corporativos por personal externo.
- **Medidas de seguridad física:** despliegue de un plan de actuación sobre oficinas y centros corporativos para adaptar las instalaciones de forma que la documentación con datos de carácter personal quede debidamente protegida.
- **Censo documental:** elaboración de un censo documental que permita identificar qué tipo de documentación con datos de carácter personal se archiva en los distintos centros de trabajo.
- **Nuevo curso de formación:** diseño de un nuevo curso de formación de carácter obligatorio para ayudar a todos los empleados a comprender cómo los nuevos procedimientos de trabajo deben aplicarse en su actividad diaria.
- **Plan de comunicación:** elaboración de un amplio plan de comunicación de las medidas desarrolladas para la cobertura del Nuevo Reglamento de la LOPD, utilizando todos los canales de difusión disponibles (intranet, comités, newsletter, publicaciones internas, etc.) para conciencia de toda la organización.

Sanciones

El estricto cumplimiento de la normativa que regula la actividad del grupo, ha evitado la apertura de expedientes sancionadores que pudieran denotar la aplicación de políticas o sistemas contrarios a las propias normas y a los criterios de buenas prácticas financieras. No obstante, a causa de un error puntual, en el año 2009 se ha debido hacer frente a una sanción por un importe de 60.101,21 euros.

5 Satisfacción del cliente

La medición de la satisfacción del cliente tiene como objetivo conocer los datos de percepción de las expectativas y necesidades de los clientes para poder mejorar de manera continua la relación de Banco Sabadell con sus clientes. A tal efecto, se realizan periódicamente encuestas telefónicas a clientes para medir la percepción de satisfacción del cliente y se lanzan también auditorías telefónicas y *mystery shopper* a las oficinas, simulando una compra, para valorar la calidad de la atención ofrecida a clientes.

Las diferentes encuestas y estudios realizados permiten identificar factores clave y áreas de mejora de la calidad que se despliegan en planes de acción específicos en toda la red.

Los estudios de satisfacción del cliente se realizan a un nivel de profundidad suficiente para obtener resultados estadísticamente significativos por oficina. Ello permite establecer planes de acciones ajustado a la realidad de cada oficina, que tienen objetivos individualizados de calidad, así como, planes de actuación de tipo general cuando se observan áreas de mejora u oportunidades de tipo general.

Valorar la satisfacción del cliente

Encuestas telefónicas a clientes

Estas encuestas analizan los diferentes aspectos de la calidad percibida por los clientes: la efectividad profesional del gestor, el grado de confianza en el gestor, la atención en las oficinas, la agilidad en los trámites, la adecuación de los productos y servicios y su funcionamiento o la información recibida a domicilio, entre otros.

Desde el año 2000 se realizan encuestas periódicas de satisfacción tanto en el ámbito global de Banco Sabadell como de forma específica para cada una de las líneas de negocio y de las marcas del banco.

Resultados de las encuestas de satisfacción de 2009 sobre una base de 32.196 encuestas lanzadas a clientes:

- Los puntos fuertes destacados por los clientes fueron el trato personal de la oficina y amabilidad de empleados y empleadas.
- Cerca del 90% de los clientes manifiestan su confianza con Banco Sabadell.

Satisfacción global de clientes

Escala del 1 al 7	2009	2008	2007
Con Banco Sabadell	5,68	5,78	5,82
Con el gestor	5,82	5,91	6,01
Banco Sabadell con la oficina	5,87	5,96	6,00

En 2009 se observa un descenso en la satisfacción de clientes con el banco que no se corresponde de forma razonable con los indicadores de calidad objetiva (calidad red comercial, índice de reclamaciones, indicadores de rendimiento de procesos...) de los que dispone la entidad. Este es un fenómeno que afecta de forma generalizada a todo el sector bancario y es consecuencia de la aún reciente crisis financiera y de un presunto recorte del crédito, aspectos que han influido negativamente en los factores emocionales de percepción.

Estudios de opinión a nuevos clientes

Desde el año 2006, a los clientes nuevos de SabadellAtlántico y Banco Herrero se les remite un breve cuestionario de opinión junto con una carta de bienvenida. El objetivo es conocer la opinión de los clientes en su primer contacto con la entidad.

- En 2009, sobre una base de 4.297 encuestas lanzadas a nuevos clientes, el 90% opinan que la valoración global de Banco Sabadell es buena o excelente.

Grupo de panelistas

La entidad ha formado por primera vez en 2009 este grupo de panelistas que se compone de una muestra semipermanente de 200 clientes a quienes se encuesta periódicamente con estudios de tipo cuantitativo o cualitativo. Esta iniciativa tiene como objetivo crear productos mejor adaptados a las necesidades de los clientes, diseñar la campaña más eficiente para un producto y poder mejorar el servicio prestado al cliente siempre a partir de la búsqueda del beneficio mutuo.

Valorar la calidad de servicio

Auditorías telefónicas en la red de oficinas

Estas auditorías telefónicas se desarrollan para cada una de las marcas del grupo mediante pseudocompras telefónicas, en las que se realiza una valoración objetiva y subjetiva de la calidad de servicio. Se evalúa la facilidad de acceso al gestor comercial, la fluidez de comunicación y el trato.

Los resultados de las auditorías telefónicas se publican en la Intranet corporativa y paralelamente se envía a los diferentes centros de trabajo el detalle de los resultados obtenidos para que se analicen y se establezcan planes de actuación en aquellas áreas de mejora detectadas.

Adicionalmente, se realizan cursos de formación para reforzar la atención telefónica. En 2009 se ha lanzado a toda la plantilla un nuevo curso CONECTA en el que se pretenden refrescar, entre otros conceptos, los aspectos básico del curso obligatorio de atención telefónica.

Opinión de nuevos clientes

90%

de los nuevos clientes opinan que la valoración global de Banco Sabadell es buena o excelente



6,44
Resultado de las auditorías telefónicas en 2009

Auditorías telefónicas

2007	6,36
2008	6,41
2009	6,44

Índice global (escala del 1 al 7)

Mystery Shopper

Expertos que simulan ser clientes realizan pseudocompras presenciales en todas las oficinas de Banca Comercial. Estos expertos analizan los niveles de calidad del conjunto de elementos que componen la atención en las oficinas del banco: exterior e interior de las oficinas, publicidad y comunicación interna, trato personal, agilidad y profesionalidad.

Los resultados se publican dentro del informe de gestión que se distribuye a cualquier persona responsable, desde la oficina hasta la dirección territorial.

Se actúa en aquellas oficinas cuyos resultados son susceptibles de mejorar y se realizan, anualmente, cursos específicos para mejorar en algunos aspectos en concreto.

Posicionamiento en el mercado

Informe Equos

Estudio de *benchmarking* sectorial de la red comercial de oficinas de las principales entidades financieras, que recoge la evaluación de la calidad objetiva a través de *mystery shopper* o pseudocompras a raíz de argumentos de entrada: solicitud de información sobre un préstamo personal, inversión en fondos de inversión, etc.

Se valoran aspectos físicos, rapidez, trato, capacidad comercial y explicación de productos de la red comercial de las oficinas de Banco Sabadell. Este estudio se realiza sobre unas 100 entidades financieras españolas, con más de 5.000 oficinas visitadas y realizadas durante el año 2009.

Estudio de comportamiento financiero INMARK

Los objetivos de este estudio son, por un lado, conocer la evolución de la realidad del mercado de particulares y de la pequeña y mediana empresa y, por otro, hacer un seguimiento de la evolución de Banco Sabadell en estos mercados.

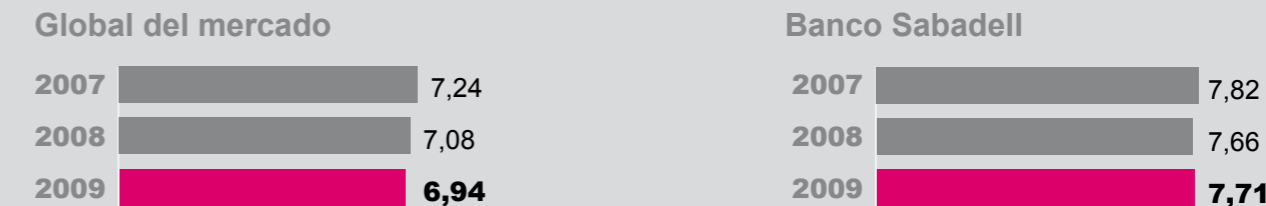
Resultado global del Mystery Shopper



(Escala del 1 al 7)



Ranking de calidad objetiva en redes comerciales bancarias



(escala del 0 al 10)

6 Gestión de quejas y reclamaciones

Cuando un cliente o usuario tiene un problema que no es resuelto a través de su relación habitual, puede dirigirse al Servicio de Atención al Cliente (SAC). Este servicio es independiente de las líneas comerciales y operativas del grupo y su funcionamiento está regulado por el reglamento para la defensa de los clientes y usuarios financieros del grupo Banco Sabadell. El cliente o su representante puede presentar las quejas dirigidas al SAC o al defensor tanto en el domicilio social de cualquiera de las entidades que forman el grupo Banco Sabadell como en cualquiera de las oficinas del grupo, mediante hojas de queja o reclamación disponibles en todas las oficinas y también a través de las páginas web del grupo o de cualquier otro soporte siempre que se pueda garantizar la identidad del reclamante.

Todas las quejas o reclamaciones recibidas por las entidades o las oficinas se envían inmediatamente al SAC, quien procede a efectuar la apertura del correspondiente expediente.

También con el objetivo de conseguir la máxima coordinación en las decisiones y, por consiguiente, una mejor atención a nuestros clientes y usuarios, el SAC traslada voluntariamente al defensor, de acuerdo con lo establecido reglamentariamente, los expedientes cuya reclamación sea superior a 1.500 euros y que el SAC no ha resuelto a favor de los reclamantes. Dicho trámite siempre es previo a la comunicación al cliente de la decisión tomada sobre el asunto.

Todas las resoluciones de ambos servicios son de obligado cumplimiento para todas las unidades del banco.

Durante el año 2009, el SAC ha gestionado 3.006 quejas y reclamaciones. Desde el último trimestre de 2008 y a lo largo de 2009 se han implantado acciones para mejorar la calidad del servicio y el mantenimiento de las ratios de las quejas y reclamaciones, dado el incremento de las reclamaciones presentadas debido al entorno económico del año 2009.

Para ello se ha desarrollado una mejora del proceso, implementando acciones concretas en la herramienta de gestión de las reclamaciones, en relación con mejoras técnicas y mejoras conceptuales de gestión. En 2009 se ha diseñado e implantado el manual de estilo; por un lado, el manual desarrolla una serie de cartas modelo y cartas estándares de respuesta a fin de facilitar a los gestores del SAC las comunicaciones a los clientes y, por el otro, con la implantación de este manual se logran homogeneizar las respuestas emitidas por este servicio. Todo ello ha permitido mantener los niveles de respuesta con los estándares actuales.

“ Los clientes deben ser atendidos con amabilidad, respeto y diligencia, sin hacer distinción de raza, sexo, religión ni ninguna otra característica de la persona, pero adecuando nuestra actitud y modos al perfil de cada cliente en el marco de una relación profesional sin servilismo ni prepotencia. ”

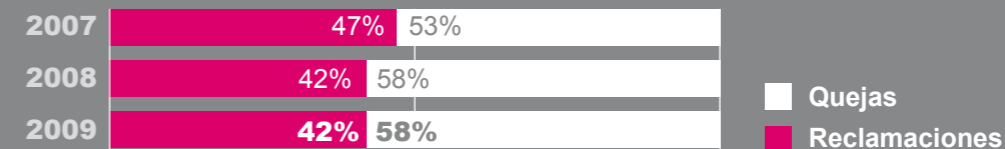
**Extracto del Código
de Conducta**



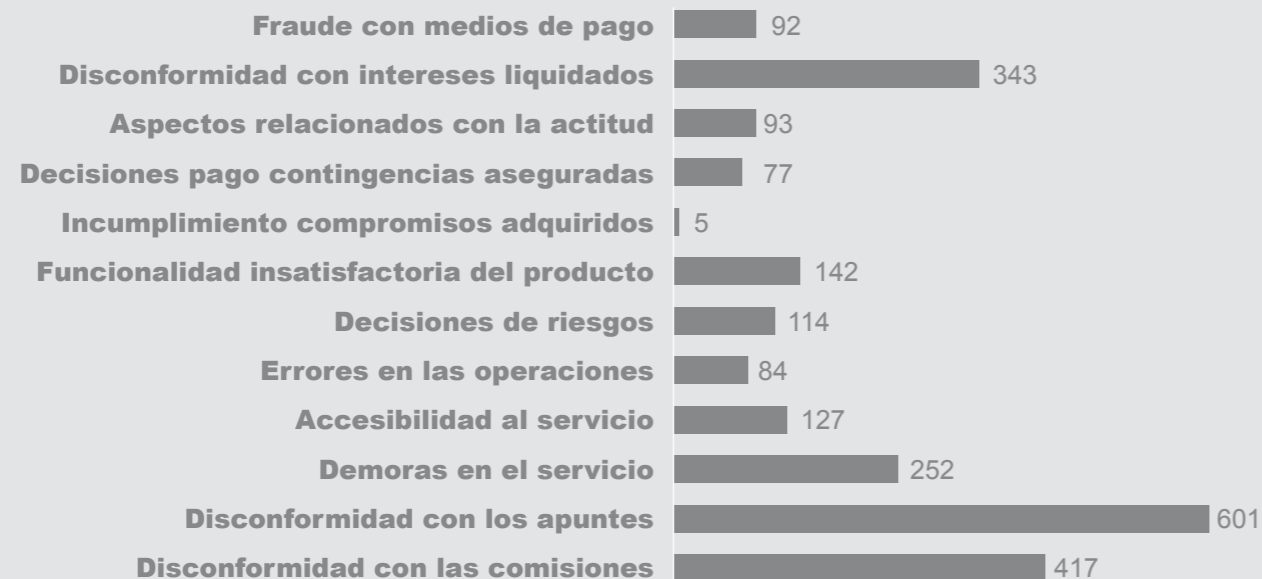
Quejas y reclamaciones gestionadas



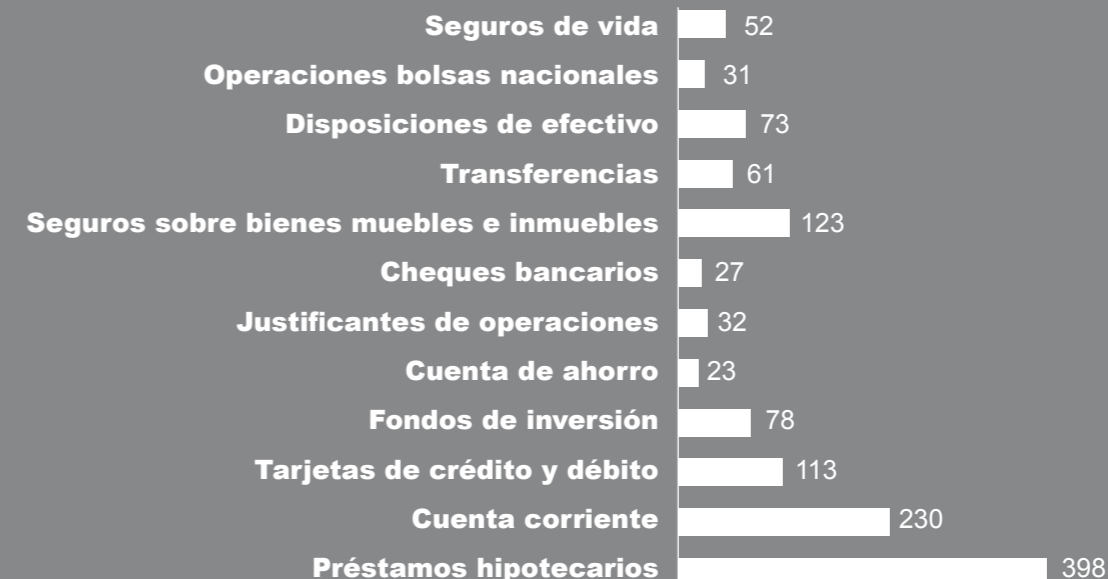
Distribución de quejas y reclamaciones gestionadas



Clasificación de los motivos objeto de un mayor número de quejas o reclamaciones



Clasificación de los productos/servicios objeto de un mayor número de quejas/reclamaciones



Resoluciones del SAC y del defensor del cliente

Las quejas y reclamaciones gestionadas por el Servicio de Atención al Cliente y el defensor del cliente se han resuelto como indica el siguiente gráfico:

Distribución por tipos de resolución	2009	2008	2007
A favor del cliente	25%	25%	30%
Mediante acuerdo con el cliente	1%	3%	5%
Parcialmente favorable al cliente	9%	8%	11%
A favor de Banco Sabadell	65%	64%	54%

Origen de los asuntos recibidos



Tiempo medio de respuesta

La rapidez en la respuesta es para la entidad un factor básico en la atención al cliente. Por ello, ante los sesenta días de plazo máximo de respuesta que prevé la normativa, el tiempo medio de respuesta de Banco Sabadell a los asuntos planteados por los clientes en 2009 es el siguiente:

9,85

días en los de
complejidad baja

(6,73 días en 2008)

16,63

días en los de
complejidad media

(7,95 días en 2008)

39,30

días en los de
complejidad alta

(30,92 días en 2008)

días

El incremento durante el año 2009 en los tiempos medios de respuesta se ha debido al incremento del número de reclamaciones recibidas y aceptadas a trámite (un 23,27% más respecto a 2008) causado por el entorno económico del ejercicio.

Los clientes que puedan estar disconformes con la resolución del defensor del cliente o del SAC pueden acudir a los organismos supervisores de la actividad financiera en España (Banco de España o Comisión Nacional del Mercado de Valores, según el tipo de servicio o producto objeto de reclamación o queja) para que éstos resuelvan si el banco se ha apartado o no de las buenas prácticas financieras.

Con el objetivo de mejorar la relación con los clientes, el defensor del cliente puede presentar y formular recomendaciones y propuestas para favorecer las buenas prácticas bancarias y las relaciones de confianza que deben existir entre el grupo Banco Sabadell y sus clientes.

Además, anualmente se remite al Consejo de Administración una memoria del servicio de defensa de los clientes y usuarios de Banco Sabadell (defensor del cliente y SAC) con los principales datos sobre las reclamaciones y quejas atendidas durante el ejercicio, de acuerdo con la normativa mencionada. La memoria también incluye un apartado de buenas prácticas bancarias y otro de recomendaciones para los empleados y responsables del banco, con objeto de evitar reclamaciones y mejorar la atención al cliente.

En la última memoria anual publicada por el Servicio de Reclamaciones del Banco de España correspondiente al ejercicio de 2008, Banco Sabadell es la entidad bancaria que presenta la mejor ratio (número de reclamaciones / volumen medio de negocio) de reclamaciones trasladadas a Banco de España por 1.000 millones de euros de volumen medio de negocio en relación con los grandes bancos, bancos medianos y bancos por Internet.