

LOS CLIENTES Y EL GRUPO GAS NATURAL

2007

1. Metodología para la gestión de la calidad: Seis Sigma

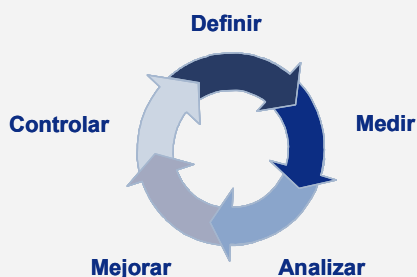
En el marco del Plan Estratégico del Grupo Gas Natural, y con el objetivo de mejorar la eficiencia y aumentar la satisfacción de los clientes, surgió la necesidad de impulsar la mejora continua.

Su base es la creación de un sistema de calidad que permita el establecimiento de objetivos impulsores de la mejora, la detección de desviaciones sobre indicadores y el conocimiento profundo de las necesidades de los clientes. Además, es necesario disponer de una metodología estructurada que permita gestionar el proceso de mejora.

Entre las diversas metodologías existentes para la gestión de la calidad, el Grupo Gas Natural adoptó la denominada Seis Sigma por considerarla completa y eficaz.

Seis Sigma es una metodología diseñada para la gestión y mejora de los procesos, que orienta a la organización hacia los requisitos del cliente, el rigor analítico, la alineación con los procesos y la mejora de la eficiencia.

El ciclo de mejora Seis Sigma se compone de cinco fases orientadas a la excelencia en este campo:



Con la aplicación de la metodología Seis Sigma, el Grupo Gas Natural pretende desarrollar un modelo que sistematice, en las distintas líneas de negocio de la compañía, el proceso de mejora continua. Para lograrlo, a lo largo de 2007 se desarrollaron proyectos aplicados a diferentes procesos que supusieron una reducción del 26% en los clientes decepcionados de ServiGas correctivo, y del 19% en la Atención de Urgencias.

El objetivo para el 2008 es consolidar el programa en las diferentes líneas de negocio. Para ello la compañía está formando a personas para que contribuyan al despliegue metodológico dentro del Grupo.

2. GnSolar

GnSolar constituye una de las principales apuestas del Grupo Gas Natural para ayudar a satisfacer las necesidades actuales y futuras de un mercado energético en permanente cambio. El binomio solar-gas es la solución más eficiente y respetuosa con el medio ambiente para cumplir con el nuevo Código Técnico de Edificación.

El Grupo ofrece tres modalidades distintas que se adaptan a las necesidades específicas de cada cliente y que les ayuda a obtener la máxima rentabilidad de sus instalaciones.

A través de gnSolar, los promotores y constructores disponen de un servicio de asesoramiento y colaboración integral para la ejecución y mantenimiento de sus instalaciones.

Asimismo, el Grupo Gas Natural elaboró una guía técnica, dirigida a sus colaboradores, para que la experiencia recogida por la compañía se pueda aplicar al diseño y explotación de las instalaciones solares.

Gas Natural Soluciones también ofrece la posibilidad de que el promotor pueda acordar con la compañía la ejecución de la instalación solar “llave en mano”, de manera que todas las fases necesarias para la obtención de una instalación de calidad sean coordinadas por el Grupo Gas Natural, con la consiguiente comodidad y servicio al cliente.

3. Proyecto de gasificación Cuartel V

El Grupo Gas Natural apuesta por el desarrollo de las comunidades locales en las que opera a través de iniciativas como Cuartel V, proyecto que tiene por objetivo abastecer de gas natural un barrio de escasos recursos en Buenos Aires.

La iniciativa consiste en la extensión de la red de gas domiciliario en cinco barrios de la localidad de Cuartel V por medio de una concesión denominada 'Fideicomiso Redes Solidarias' (FRS), administrada por la Fundación Pro Vivienda Social, entidad que trabaja en la mejora de la vivienda y la infraestructura de dicho lugar.

El propósito del Grupo es favorecer el acceso de los colectivos más necesitados a los servicios públicos, y contribuir, de esta manera, a la reducción de la pobreza. En este sentido, los responsables de la compañía se comprometen a crear un nuevo modelo de gestión social, donde vecinos, colectivos locales, organizaciones sin ánimo de lucro y empresas aúnan sus esfuerzos para lograr un sistema de gasificación accesible a comunidades de reducidos ingresos económicos.

Desde su implantación en septiembre de 2003, el proyecto ha realizado la habilitación de 70.000 metros de red de distribución y el abastecimiento de alrededor de 4.000 parcelas, lo que implica un beneficio en la calidad de vida de más 15.000 personas

2006

4. Despliegue del Proceso de Autoevaluación de acuerdo a Modelos Internacionales de Excelencia.

Con el reto de avanzar hacia una gestión excelente y con la máxima calidad, el Grupo Gas Natural, dentro del Plan Estratégico de Calidad 2004-2008, definió como herramienta de mejora continua el proceso de Autoevaluación en sus líneas de negocio y filiales internacionales siguiendo los Modelos Internacionales de Excelencia: EFQM y FUNDIBEQ.

Estos modelos de excelencia proporcionan un marco genérico y no prescriptivo, que puede aplicarse a cualquier tipo de organización o parte de ella, y que facilitan el análisis estructurado y sistemático de todos los aspectos de la gestión de las organizaciones y de sus resultados.

La metodología adoptada por el Grupo Gas Natural consiste en:

- Una sesión informativa para todos los colaboradores implicados en la evaluación
- Recopilación de la información a través de cuestionarios, que cumplimentan todos los colaboradores del Grupo, además de entrevistas y *focus groups* con las personas clave de las distintas áreas del ámbito de evaluación.
- Tras la recopilación y tratamiento de la información obtenida, se lleva a cabo la sesión de autoevaluación en el que están presentes todo el equipo directivo del ámbito evaluado. La sesión tiene como objetivo obtener puntos fuertes y áreas de mejora adoptando como referencia los modelos de excelencia internacionales.
- Priorización de los proyectos de las áreas de mejora identificados por parte del equipo directivo para realizar en un plazo no superior a dos años, plazo en el que se recomienda volver a repetir el ejercicio de autoevaluación.
- Sesión informativa a la que son convocados todos los colaboradores del ámbito de la autoevaluación y donde el equipo directivo detalla los proyectos de mejora priorizados y su compromiso de llevarlos a cabo en el plazo acordado.

Desde el inicio del despliegue del proceso, se llevaron a cabo cuatro ejercicios de autoevaluación en distintas organizaciones del Grupo Gas Natural (dirección corporativa, línea de negocio y filiales internacionales).

Asimismo, es importante señalar que para garantizar el éxito del proceso es preciso la plena implicación del equipo directivo del ámbito en el que se realiza el proceso de autoevaluación, así como la contratación de una empresa consultora que colabore en determinadas etapas del proceso, con el objetivo de garantizar la confidencialidad en las entrevistas y como moderador en las sesiones de autoevaluación y priorización.

5. Campaña online de eficiencia energética

A lo largo de 2006, y con el propósito de apoyar la difusión de los principios del consumo eficiente y responsable de energía, difundidos por el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, se promovió el lanzamiento de una campaña de eficiencia energética *online*.

La campaña consistió en incentivar la participación en cuatro retos interactivos en los que los participantes debían poner a prueba sus conocimientos sobre el uso de la energía en el ámbito doméstico.

Entre todos los participantes que lograron completar correctamente los cuatro retos *online*, se sorteó un premio consistente en 3.000 euros para acondicionar el hogar de acuerdo con los principios de sostenibilidad energética. Además, los 500 primeros participantes que cumplieron los retos recibieron gratuitamente un termostato programable de calefacción.

El resultado de la campaña superó las mejores expectativas: con más de 85.000 participaciones, se registraron un total de 15.000 usuarios diferentes que completaron con éxito los cuatro retos interactivos. A la vista de resultados anteriores, se decidió mantener *online* los cuatro retos interactivos, prescindiendo de la promoción ya terminada.

6. Campaña de respeto al Medioambiente

Desde el mes de marzo de 2006 y durante todo el año 2007, se están llevando a cabo campañas de sensibilización de clientes mediante la implantación de prácticas medioambientales en sus empresas.

La concienciación de la problemática medioambiental de nuestro país a través de la reforestación de las áreas más perjudicadas de la geografía española, la recompensa por realizar acciones personalizadas y poder mantener un contacto periódico con los clientes para aumentar su interés y participación en el respeto al medio ambiente son los principales objetivos de las campañas.

Asimismo, se ha diseñado un plan de comunicación *online* enfocado a todos los clientes para el lanzamiento

7. Nuevo diseño de la página web corporativa.

Lanzamiento de una versión actualizada del canal *online* del Grupo Gas Natural que incorpora mejoras en cuanto a la navegabilidad y el acceso a los contenidos, con una presentación innovadora y diáfana que enfatiza los valores de marca de la compañía, el confort y la comodidad.

La nueva página web del Grupo Gas Natural es mucho más completa en cuanto a contenidos y da cobertura a todos sus públicos: particulares, Pymes, distribución de gas, grandes clientes, instaladores o proveedores, tienen su respectivo espacio con información adaptada a sus necesidades.

Como resultado, y de acuerdo con las conclusiones extraídas de un reciente estudio de carácter cualitativo que fue realizado con usuarios del canal *online*, se observa que el nuevo diseño es valorado positivamente por parte de los clientes domésticos. En concreto, se aprecia el diseño innovador que permite una navegación más fluida por los contenidos de la página web, al mismo tiempo que refuerza la imagen de marca de la compañía que es transmitida por el resto de soportes de comunicación tradicional.

2005

8. Medición continua de la satisfacción de clientes del mercado residencial

Los compromisos del Grupo Gas Natural con sus clientes se materializan a través del desarrollo de herramientas como la medición continua de la satisfacción.

El acercamiento al cliente a través de herramientas de medición efectivas permite al Grupo Gas Natural poner en marcha los servicios que mejor se ajustan a sus necesidades.

La medición continua concede a la compañía la posibilidad de analizar y controlar los cambios en los procesos, adelantarse a potenciales modificaciones en las necesidades de los usuarios y fijar objetivos eficientes de calidad percibida, así como mejorar la calidad de las áreas del negocio y establecer una comunicación bidireccional con el usuario final.

Sólo en España, en 2005 se realizaron 83.525 encuestas telefónicas, lo que representa, que uno de cada 61 clientes del Grupo, fue entrevistado durante el ejercicio. Estas encuestas permiten medir el grado de satisfacción en aquellos procesos que tienen mayor impacto en la percepción global del servicio.

El Grupo Gas Natural se ha convertido en una compañía de referencia en aspectos relacionados con la medición de la satisfacción de los clientes. El Grupo participa en equipos de trabajo de la Asociación Española para la Calidad¹ y en el Club Excelencia en Gestión, donde el proyecto ha sido presentado como un ejemplo de buena práctica.

9. Oficina de Garantía de Servicio al Cliente.

El Grupo Gas Natural presentó en 2005 la Oficina de Garantía de Servicio al Cliente (OGSC). Su objetivo es ofrecer a los representantes de los consumidores un canal dinámico, eficiente y personalizado para la gestión de sus reclamaciones.

La OGSC tiene atribuciones para intervenir en nombre de todas las sociedades de distribución y comercialización del Grupo Gas Natural en España. De esta manera, las asociaciones de consumidores y las administraciones públicas en materia de consumo cuentan con un interlocutor específico que les informa de todas las novedades y procesos comerciales relacionados con los clientes, y que gestiona todas sus reclamaciones

Para conseguir estos objetivos, la OGSC ha fijado tres ámbitos de actuación:

- Relación con los representantes de los clientes para establecer vínculos de confianza y cooperación a través del intercambio fluido de información.
- Solución de reclamaciones de las asociaciones de consumidores, las oficinas municipales de atención al consumidor y las administraciones públicas en materia de consumo. La OGSC está concebida para poder mediar en el supuesto de que los clientes no queden satisfechos con la solución ofrecida a sus reclamaciones.

Mejora de procesos para garantizar los compromisos y criterios de calidad del Grupo Gas Natural.

A finales del ejercicio, 306 asociaciones habían contactado con la Oficina de Garantía. El 93% de las reclamaciones se resolvieron dentro del plazo previsto

10. ServiGas y ServiElectric

Para mejorar la calidad de su oferta en España, el Grupo Gas Natural dispone de los servicios ServiGas y ServiElectric, que garantizan la asistencia integral en el suministro de gas y electricidad.

La función de ambos servicios es preventiva. Es decir, están diseñados para anticipar cualquier problema del cliente. Además, se ocupan de potenciar el rendimiento de sus instalaciones de gas y electricidad, fomentando al mismo tiempo el ahorro energético. El objetivo final es que el cliente se sienta cómodo, confiado y seguro con sus equipos eléctricos y de gas.

ServiGas y ServiElectric ofrecen a los clientes los siguientes beneficios:

- Asistencia a domicilio 24 horas: Ponen a disposición de los clientes un servicio de atención telefónica 24 horas al día y 365 días al año mediante el que se presta

¹ Formados por responsables de calidad de compañías de diferentes sectores

asistencia técnica sobre cualquier incidencia en la instalación eléctrica, en los aparatos de aire acondicionado o en las instalaciones de gas natural.

- Asistencia garantizada en menos de tres horas.
- Revisión anual preventiva: Una vez al año, los técnicos del Grupo Gas Natural efectúan una revisión general de mantenimiento de las instalaciones.
- Asesoramiento técnico y comercial sobre reformas y cambios relacionados con los equipos eléctricos o de gas natural.

11. Programa de fidelización y beneficios para el cliente (Colombia)

El Grupo Gas Natural tiene el compromiso de ofrecer los mejores servicios a los clientes, si bien las necesidades de los clientes varían según la realidad socio-económica de los diferentes países en los que la compañía realiza sus actividades. Por ello, el Grupo tiene que adaptar sus servicios a estas realidades.

En Colombia, el Grupo Gas Natural ha desarrollado un programa de fidelización y beneficios para los clientes que integra una amplia gama de actividades para satisfacer las necesidades energéticas de los diferentes clientes de la compañía:

- **“Gas Natural le da la mano”:** Es un programa por medio del que Gas Natural ESP busca beneficiar a aquellas personas a quienes les fue cancelado el servicio por el incumplimiento de los pagos a la empresa, a través de la financiación de la deuda y la puesta en marcha de nuevo del servicio si el cliente lo desea. Esta campaña logró vincular a 6.759 clientes y gestionar un total de 644.935,34 euros con lo que se observa una recuperación del 30.93% en clientes y del 17.43% en deudas.
- **Clan GNV (Gas Natural Vehicular):** Es un sistema de beneficios, promovido por Gas Natural ESP para los taxistas que eligen el gas natural como materia prima, ofreciéndoles beneficios, actividades y descuentos para el vehículo, los propietarios, los conductores y sus familias. La convocatoria realizada en 2005 logró la inscripción de 1.561 clientes y de 62 redes de aliados estratégicos.
- **Gas para todos:** Programa de financiación de la compañía que facilita a los clientes potenciales de Gas Natural ESP adquirir el servicio, y a los clientes actuales adquirir gasodomésticos adicionales, pagando el valor de la financiación a través de la factura. El 70% de los nuevos clientes de la compañía se han dado de alta en este servicio.
- **Programa de seguros:** Está dirigido a aquellos ciudadanos que no tiene un fácil acceso a contratos de seguros para poder ofrecerles un plan de seguros de accidentes personales, vida, hogar y mercado.
- **Programa de protección de exequias:** Programa con más de 24.000 afiliados que proporciona un servicio completo en caso de muerte; incluyendo los tramites de medicina legal, exequias, coche, ataúd, misa, transporte de la gente que acude al sepelio y del cuerpo, y la exhumación.
- **Programa de asistencia legal especializada:** Programa que provee de asistencia legal por una cuota mensual reducida que incluye todas las consultas que se deseen, y hasta dos procesos simultáneos.
- **Conferencias a clientes industriales:** Conferencias, dirigidas a ingenieros, operadores de equipos, de mantenimiento de las empresas clientes de Gas Natural ESP sobre seguridad y ahorro y optimización de energía.

Los clientes y el Grupo Gas Natural



La principal función social del Grupo Gas Natural es contribuir a satisfacer la demanda de energía en aquellos mercados donde tiene presencia. Contar con un suministro energético eficiente, sostenible y seguro es una condición indispensable para el desarrollo económico y social de los países, así como para mantener los altos niveles de prosperidad ya alcanzados en las sociedades avanzadas.

Para el Grupo Gas Natural el pilar básico de su compromiso con los clientes es el conocimiento, la detección y la satisfacción de necesidades relacionadas con la energía, con una mejora continua de la calidad y seguridad de los productos, ofreciendo un servicio excelente.

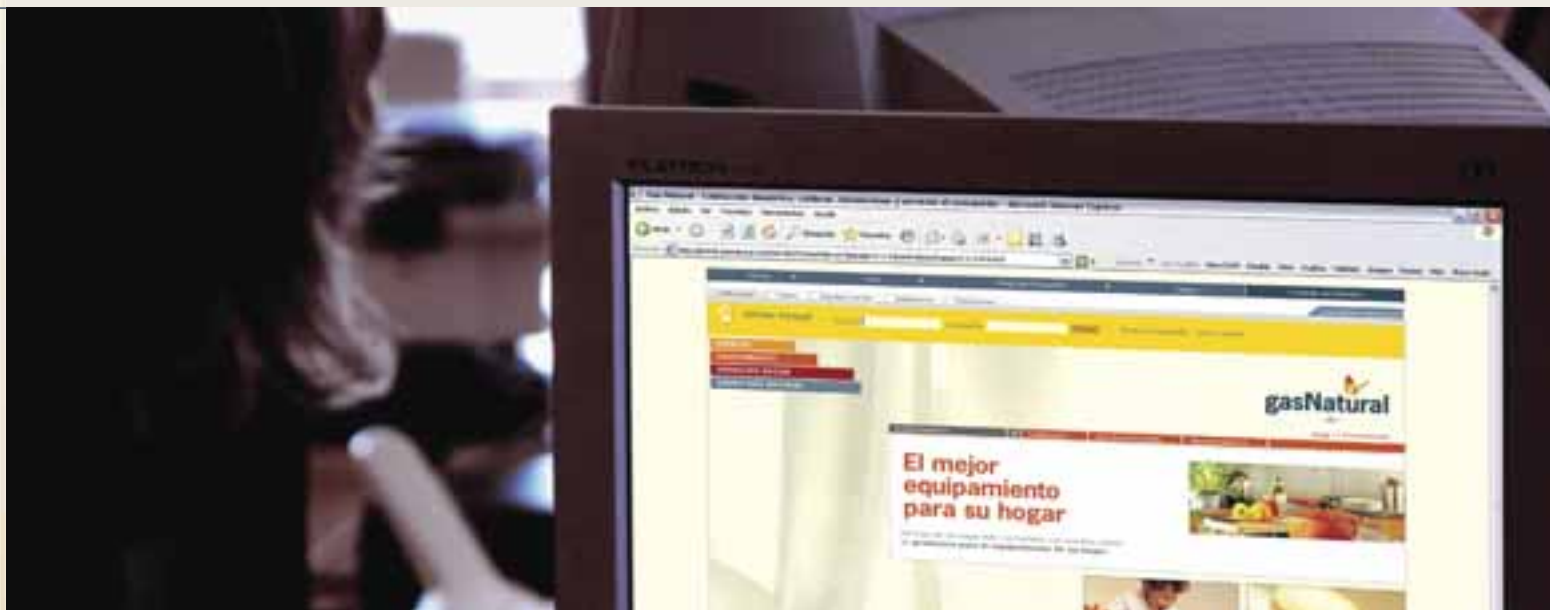
El Grupo Gas Natural establece dos categorías de clientes:

- Clientes minoristas, que comprende a los clientes domésticos y comerciales con un consumo inferior a 1 GWh/año.
- Clientes industriales, que son aquellos con un consumo superior a 1 GWh/año en media presión, o de cualquier consumo en alta presión.

La compañía cuenta con más de once millones de clientes en Europa y Latinoamérica, más de la mitad de ellos localizados en España, e incrementó su red de distribución en más de un 19% respecto al año anterior.

Cabe destacar que 2007 supuso un hito importante en el contexto de la liberalización del sector gasista español. La transposición de la Directiva Europea en materia de gas natural determina que, a partir del 1 de julio de 2008, todos los clientes estarán en las empresas comercializadoras en un entorno plenamente liberalizado.

En este nuevo entorno de mercado, la compañía se impuso el objetivo de adaptar sus procesos e informar y preparar a sus clientes para este cambio del contexto regulatorio.



Compromisos y acciones

1. Mejorar la calidad de las áreas de negocio para incrementar la satisfacción de los clientes y adecuarse a sus expectativas

Acciones propuestas 2007	Resultados 2007	Acciones planeadas 2008
Ocho proyectos de mejora en distintos ámbitos de la organización utilizando la metodología Seis Sigma.	Realización de los proyectos planificados en procesos de negocios regulados y minoristas. ●	Consolidación de la metodología y proyectos de mejora en nuevas áreas.
Mantener la medición de la satisfacción del cliente externo e interno en los distintos procesos de servicio e incorporar objetivos de percepción de clientes internos.	Mantenimiento de las mediciones de satisfacción de clientes externos e internos. Pendiente la potenciación de objetivos. ●	Consolidación de las mediciones de cliente interno de los servicios de soporte.
Impulsar la sistematización de los procesos de autoevaluación en las filiales del Grupo en Argentina y Colombia, e inicio del proceso en CEG (Brasil).	Desarrollo de las autoevaluaciones de Negocios Regulados y Metragaz (Marruecos). ●	Realización de autoevaluación en CEG (Brasil), Italia y, al menos, otra línea de negocio del Grupo.

2. Asegurar la oferta de una gama de productos y servicios que cubra todas las necesidades de los clientes en materia de energía

Acciones propuestas 2007	Resultados 2007	Acciones planeadas 2008
Implantación de mejoras en los productos de mantenimiento, a través del lanzamiento de T-Solventa.	Se dota de una mayor entidad a cada producto, en lugar de agruparlos bajo un concepto común. ●	Mejora en los ratios de servicio y de satisfacción del cliente en todos los productos y, en particular, en ServiHogar Direct.
Se realizarán actuaciones que favorezcan el conocimiento de medidas de seguridad del gas.	Desarrollo de programas informativos y de cursos de formación en seguridad, y envío de materiales para fomentar el ahorro energético. ●	Difusión de nueva información y consejos sobre seguridad.
Renovación de aparatos obsoletos de clientes.	Colaboración con los planes Renove de los gobiernos autonómicos de Castilla y León, Cataluña, Galicia, Madrid y Valencia. ●	Mantenimiento de las colaboraciones en vigor y desarrollo de nuevos acuerdos con otros gobiernos autonómicos en España.

3. Establecer una comunicación efectiva con los clientes para anticiparse a sus necesidades

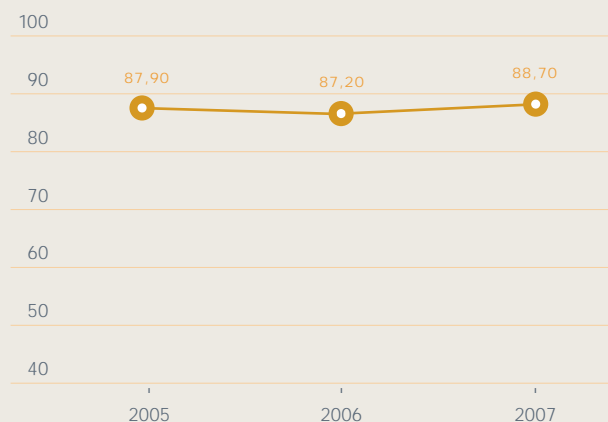
Acciones propuestas 2007	Resultados 2007	Acciones planeadas 2008
Publicación de la "Guía útil para el consumidor".	Preparación de la guía y edición de materiales informativos. ●	Publicación de la "Guía útil para el consumidor", accesible a todos los clientes.
Lanzamiento del proyecto de "Revisión de servicio" un canal que permitirá revisar las reclamaciones que los clientes consideren no han sido atendidas debidamente.	Diseño del servicio y definición de los criterios de actuación. Cursos de servicio a clientes y atención de reclamaciones. ●	Lanzamiento de servicio y comunicación a los clientes para informar acerca del nuevo canal.
Campaña informativa a todos los clientes del mercado regulado sobre su traspaso al mercado liberalizado en enero de 2008.	Incorporación a la factura de información sobre el traspaso al mercado liberalizado y de las posibilidades de elección de comercializador. ●	Continuidad en la campaña informativa a todos los clientes acerca de su traspaso al mercado liberalizado.

Grado de cumplimiento: alto ● medio ● bajo ●

Principales indicadores

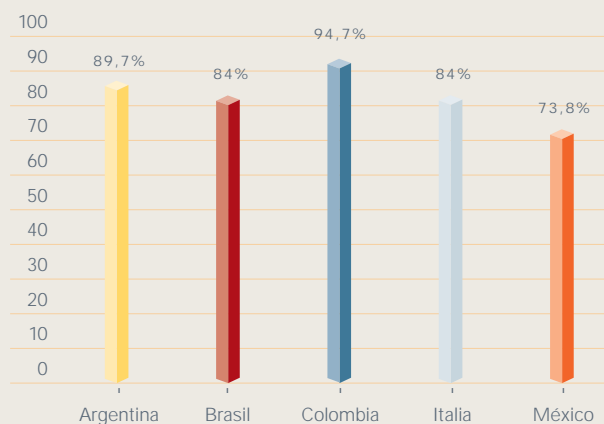
Cientes satisfechos (%)

Calidad del servicio global (España)



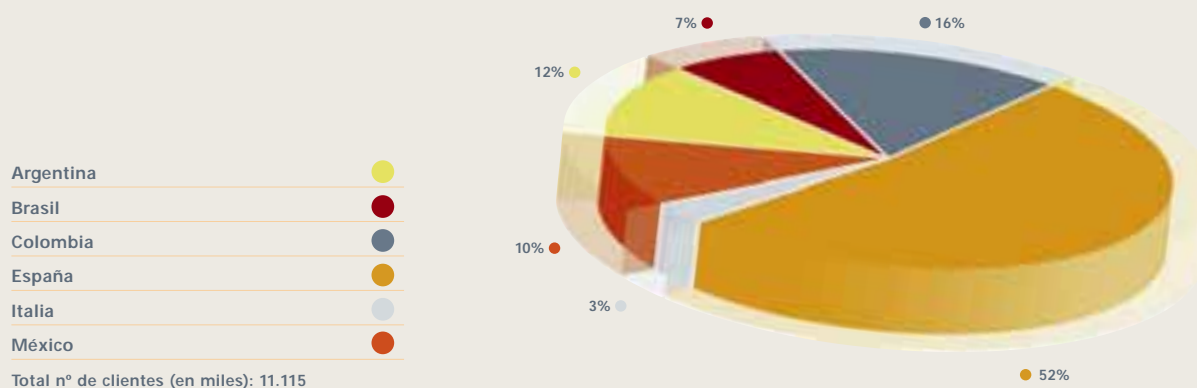
● España

Calidad de servicio global (Internacional)



Durante 2007 el Grupo avanzó en la homogeneización de los sistemas de medición utilizados en España y Latinoamérica.

Cientes por país. 2007 (%)



Servicio de Atención Telefónica. España

Ratios de Atención al cliente	2007	2006
Solicitudes del cliente resueltas inmediatamente (%)	95	-
Nivel de satisfacción del cliente con el Servicio de Atención Telefónica (%)	78,2	76,5
Tiempo medio de resolución de solicitudes (días)	7,9	8,4
Llamadas atendidas antes de diez segundos (%)	90	81

Las respuestas del Grupo Gas Natural a sus clientes

Mejorar la calidad de las áreas de negocio para incrementar la satisfacción de los clientes y adecuarse a sus expectativas

A lo largo de 2007, el Grupo Gas Natural continuó trabajando en diferentes proyectos y acciones de mejora enmarcadas en el Plan Estratégico de Calidad iniciado en el año 2004.

Profundizar en la orientación al cliente y en la calidad en el servicio

La compañía continúa adaptando sus procesos, actividades y servicios para satisfacer del modo más eficiente las necesidades de sus clientes. Entre las principales acciones de mejora en 2007, destacan las implantadas en el Servicio de Atención de Urgencias en España, en el proceso de facturación de Italia y el proyecto desarrollado en México "Conozcamos al cliente", para estudiar las expectativas y necesidades de los clientes.

Alinear a la organización con los objetivos de calidad

Durante 2007, continuó la incorporación de objetivos de calidad al Sistema de Dirección por Objetivos (DPO) de la Dirección de Recursos Humanos. En concreto, se establecieron objetivos relativos a la calidad de la atención personalizada en centros del gas para los delegados comerciales. El propósito último es potenciar el compromiso de las personas con la mejora continua del servicio en dichos centros.

También en España, dentro del Plan de Formación 2007, se reforzaron las acciones destinadas a resaltar la importancia de la gestión por procesos, entendida como herramienta para impulsar la mejora continua de los productos y servicios que se ofrecen a los clientes.

Asimismo, se continuó impulsando la cultura de cliente-proveedor interno de los distintos servicios no destinados al cliente final. Con este fin se desarrollaron distintos estudios de percepción en asuntos como la atención en el *help desk* de sistemas de información, o a los servicios de Vigilancia de la Salud y de Prevención de Riesgos Laborales.

En Brasil, se sistematizó un Comité de Atención al Cliente, alineando a representantes de todas las áreas involucradas, con el objetivo de conseguir una mejora continua en el servicio. Asimismo, con el fin de potenciar la orientación interna hacia los objetivos de calidad, se inició un proyecto

donde los empleados trabajan por un día en el *call center*, lo que les permite profundizar en el conocimiento del proceso.

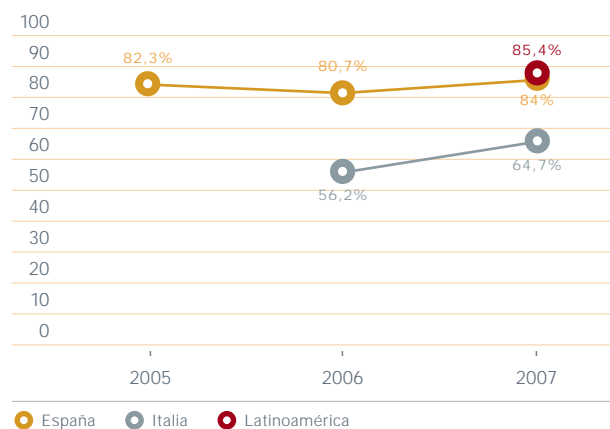
Potenciar la gestión de la calidad en el Grupo

El Grupo Gas Natural siguió el desarrollo de acciones destinadas a integrar la gestión de la calidad en su modelo de negocio. Durante 2007, se avanzó en el proceso de certificación del sistema de gestión de generación dentro de Negocios Mayoristas. Se espera que a lo largo de 2008 se obtenga la certificación de calidad y medio ambiente de la central de ciclo combinado de Arrúbal (La Rioja).

Otras acciones destacables de 2007, son las siguientes:

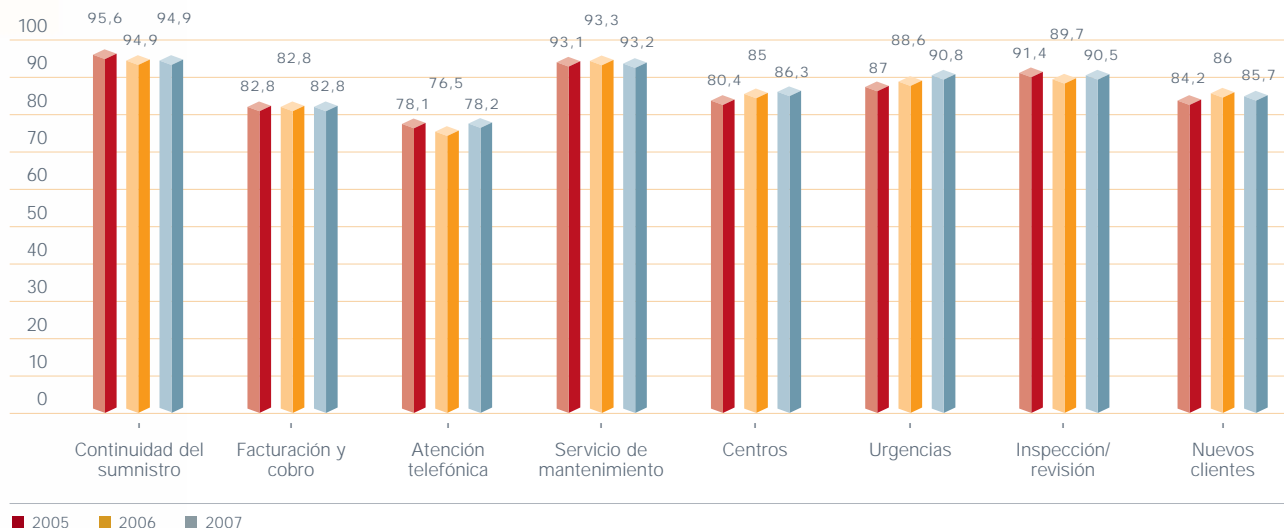
- Ampliación del Sistema de Calidad Certificado en las empresas distribuidoras y comercializadoras del Grupo Gas Natural. En España, además de las actividades desarrolladas para la certificación de generación eléctrica en centrales de ciclo combinado, se obtuvo la certificación de calidad y medio ambiente en Gas Natural Comercializadora y la ampliación de los procesos certificados en Gas Natural Servicios. En Italia, se incorporaron nuevas sedes y centros de trabajo a la certificación.
- En lo relativo a los procesos de autoevaluación, de acuerdo al modelo de Excelencia EFQM, en 2007, se realizó el despliegue en la Dirección de Negocios Regulados y en Metragaz (Marruecos), sirviendo en ambos casos para desarrollar el respectivo plan integrado de mejora que lleva el nombre de LICEO (Liderazgo, Innovación, Cambio/Calidad/Crecimiento, Eficiencia/Eficacia, Oportunidad).
- En Colombia, se avanzó en la homogeneización de la gestión de urgencias lo que supuso un replanteamiento del proceso. Esta revisión provocó la incorporación de criterios más rigurosos en la normativa técnica aplicada para garantizar la seguridad de las instalaciones.

Imagen de la compañía (% total de respuestas imagen buena o muy buena)



Índice de satisfacción de los principales procesos. España

(% total de respuestas de clientes muy satisfechos, satisfechos o algo satisfechos)

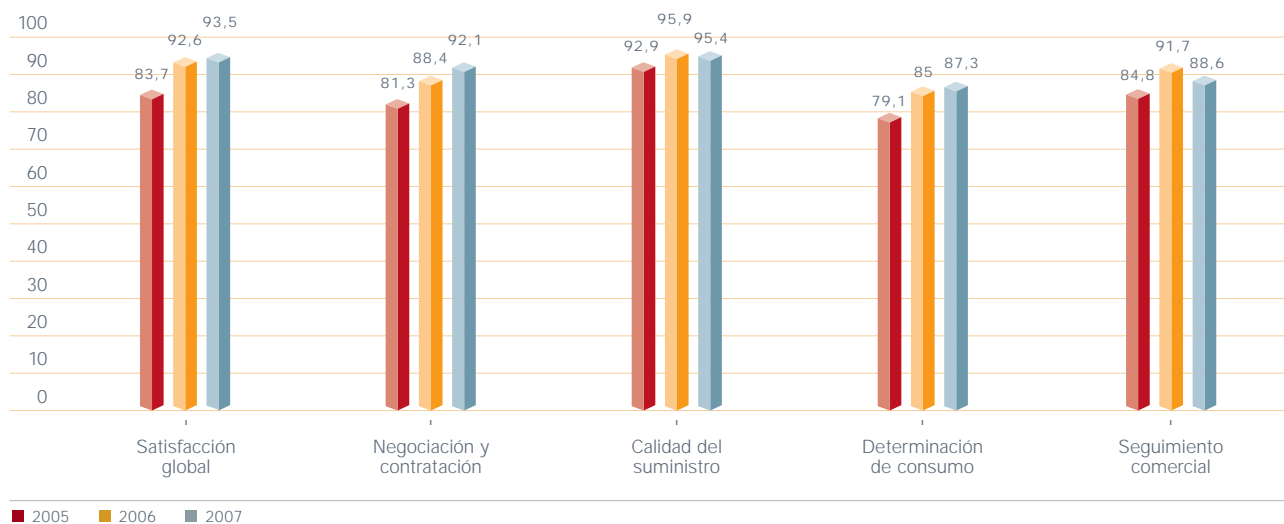


Índice de satisfacción de los principales procesos. Internacional (%)

	Argentina	Brasil	Colombia	México	Italia
Continuidad del suministro	94,4	93	94,9	85,9	95,2
Facturación y cobro	82,9	99,6	93,6	77,6	76,8
Atención telefónica	88,2	88	75,8	71,0	85,9
Centros	90,3	94,9	87,9	72,8	-
Urgencias	-	89,2	86,4	-	95,9
Inspección/revisión	-	-	92	-	-
Nuevos clientes	-	-	83,1	89,7	-
Contratación	-	92,8	-	-	-

Índice de satisfacción de los clientes industriales. España

(% total de respuestas de clientes muy satisfechos, satisfechos o algo satisfechos)



Metodología para la Gestión de la Calidad: Seis Sigma

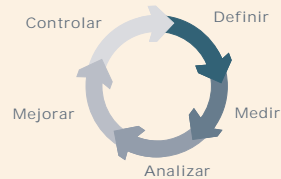
En el marco del Plan Estratégico del Grupo Gas Natural, y con el objetivo de mejorar la eficiencia y aumentar la satisfacción de los clientes, surgió la necesidad de impulsar la mejora continua.

Su base es la creación de un sistema de calidad que permita el establecimiento de objetivos impulsores de la mejora, la detección de desviaciones sobre indicadores y el conocimiento profundo de las necesidades de los clientes. Además, es necesario disponer de una metodología estructurada que permita gestionar el proceso de mejora.

Entre las diversas metodologías existentes para la gestión de la calidad, el Grupo Gas Natural adoptó la denominada Seis Sigma por considerarla completa y eficaz.

Seis Sigma es una metodología diseñada para la gestión y mejora de los procesos, que orienta a la organización hacia los requisitos del cliente, el rigor analítico, la alineación con los procesos y la mejora de la eficiencia.

El ciclo de mejora Seis Sigma se compone de cinco fases orientadas a la excelencia en este campo:



Con la aplicación de la metodología Seis Sigma, el Grupo Gas Natural pretende desarrollar un modelo que sistematice, en las distintas líneas de negocio de la compañía, el proceso de mejora continua. Para lograrlo, a lo largo de 2007, se desarrollaron proyectos aplicados a diferentes procesos que supusieron una reducción del 26% en los clientes decepcionados de ServiGas correctivo, y del 19% en la Atención de Urgencias.

El objetivo para 2008, es consolidar el programa en las diferentes líneas de negocio. Para ello la compañía está formando a personas para que contribuyan al despliegue metodológico dentro del Grupo.

Asegurar la oferta de una gama de productos y servicios que cubra todas las necesidades de los clientes en materia de energía

Durante 2007, el Grupo puso en el mercado una gama de tarifas de gas natural que pretenden ofrecer la mejor alternativa a los distintos segmentos de clientes con el objetivo de dar una respuesta adecuada a sus necesidades.

Las tarifas ofertadas son las siguientes:

- Gas Mini, para nuevos clientes con un bajo consumo previsto de gas natural.
- Gas Básica, para los clientes sin calefacción.
- Gas Óptima, para clientes con calefacción.
- Gas Familia, para clientes de un alto consumo de gas, normalmente con calefacción en zona fría o familias numerosas.
- Gas Negocio, para pequeños negocios con un alto consumo de gas natural.

Asimismo, se puso en marcha el Plan Ahorro *Online*, que ofrece descuentos a los clientes que soliciten realizar sus gestiones con el Grupo Gas Natural a través del *website* de la compañía.

En 2007, se realizaron también campañas de comunicación para ofrecer el cambio de combustible a aquellos sistemas

de calefacción central que continúan utilizando carbón, ofreciendo a las comunidades de propietarios el servicio de gestión energética.

Por otro lado y para mejorar la calidad de su oferta en España, el Grupo Gas Natural dispone de los servicios ServiGas y ServiElectric, que garantizan la asistencia integral en el suministro de gas y electricidad. La función de ambos servicios es preventiva: están diseñados para anticipar cualquier problema del cliente. Además, se ocupan de potenciar el rendimiento de las instalaciones de gas y electricidad y el ahorro energético.

El Grupo continuó impulsando gnSolar, producto centrado en la instalación de placas solares y su mantenimiento

En 2007, también se desarrolló la implantación del gas natural como combustible para flotas de taxis, autobuses y otros vehículos. En este sentido, destacan los acuerdos alcanzados con General Motors y con el Instituto Metropolitano del Taxi de Madrid.

Además, el Grupo continuó trabajando para dar a conocer a promotores, arquitectos e instaladores el producto gnSolar, centrado en la instalación de placas solares y su mantenimiento.

Indicadores generales de clientes. 2007

	Argentina	Brasil	Colombia	España	Italia	México	Total
Ventas actividad de gas (GWh)	74.055	46.253	15.664	271.057	2.800	43.342	453.172
Renovación de la red (km)	1,2	12,7	0,61	47	-	45,7	107,21
Red de distribución (km)	21.855	5.635	16.555	45.429	4.775	15.510	109.759
Incremento vs. 31/12/2006 (km)	369	248	498	3.065	763	281	5.224
Inspecciones reglamentarias	84.384	-	301.541	1.197.166	-	42.426	1.625.517
Reseguimiento de red (km)	13.245,97	3.596	3.366	21.632	2.357	14.097	58.293,97
Renovación de acometidas (km)	11.797	731	(*)	2.587	9	4.579	19.703
Nº de llamadas al Servicio de Atención Telefónica	1.247.866	848.996	1.409.000	7.286.905	336.929	1.053.000	12.182.696

(*) En Colombia las acometidas son propiedad de los clientes.

Indicadores de clientes. España

	2007	2006	2005
Nuevos municipios suministrados	69	56	49
Nº de contratos de electricidad	127.689	305.621	476.108
Nº de visitas preventivas de mantenimiento	1.081.056	1.159.168	1.163.854

Incumplimientos y multas

Durante 2007, se registraron en España algunas sanciones económicas en distintos aspectos de la relación con clientes.

La información ofrecida tiene su origen en los listados disponibles en la Dirección de Servicios Jurídicos. Las referencias de expedientes son las que obran en poder de dicha dirección.

En 2007, no se registraron incidentes relativos a:

- Prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.
- Incumplimientos de la normativa legal o de los códigos voluntarios relacionados con los impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad de los clientes.
- Incumplimientos de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la compañía.
- Asuntos relacionados con las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad y el patrocinio, entre otros.

El Grupo Gas Natural se atiene a la legislación vigente de cada país en donde opera, especialmente, en lo que se refiere al tipo de información que debe hacer pública sobre sus productos y servicios.

Además, el Grupo Gas Natural es socio de Autocontrol, una asociación sin ánimo de lucro que gestiona el sistema de autorregulación publicitario español. Los sistemas de autorregulación son la respuesta de todos los actores de la industria frente a la exigencia social de garantías de confianza y credibilidad en la publicidad.

El sistema de resolución de controversias de Autocontrol ha sido reconocido por la Comisión Europea por respetar y cumplir los principios de independencia, transparencia, contradicción, eficacia, legalidad, libertad de elección y derecho de representación por parte del consumidor, establecidos en la Recomendación 98/257/CE.

Nº total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. 2007

Tipo de incumplimiento	Sociedad	Total sanciones (en euros)	Nº expedientes
Cambio del sistema de lecturas	Gas Natural Servicios SDG, S.A.	12.000	1
No contestar requerimientos	Gas Natural Andalucía, S.A.	400	1
	Gas Natural Andalucía, S.A.	600	1
	Gas Natural Andalucía, S.A.	2.000	1
	Gas Natural Servicios, S.A.	900	1
	Gas Natural La Coruña, S.A.	500	1
	Gas Natural SDG, S.A.	4.700	2
Apremio sancionador	Gas Natural Servicios, S.A.	1.200	1
	Gas Natural SDG, S.A.	360	1
	Gas Natural Servicios, S.A.	600	1
Extracción de piedras	Gas Natural Cegas, S.A.	601,02	1
Instalación sin certificado	Gas Galicia SDG, S.A.	1.000	1
Arrojo de escombros	Gas Natural Distribución SDG, S.A.	300	1
Obras sin licencia	Gas Natural Cegas, S.A.	150,25	1
Incumplimiento del contrato de mantenimiento	Gas Natural Servicios, S.A.	1.000	1
Falta de revisión sistemática	Gas Natural Andalucía, S.A.	3.000	1
Derecho de acceso a datos	Gas Natural SDG, S.A.	Sin sanción económica	1

Nº total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. 2007

Tipo de incumplimiento	Sociedad	Total sanciones (en euros)	Nº expedientes
Derecho de acceso a datos (AEDP)	Gas Natural SDG, S.A.	Sin sanción económica	1

Valor monetario de sanciones y multas significativas, y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. 2007

Tipo de incumplimiento	Sociedad	Total sanciones (en euros)	Nº expedientes
Metas y mejoras del contrato de concesión-reducción de las pérdidas de gas	CEG (Brasil)	221.624,41	1
Falta de revisión periódica de la instalación	Gas Natural S.A., ESP (Colombia)	17.334	1
Falta de coordinación en emergencias con los bomberos	Gas Natural S.A., ESP (Colombia)	3.953	1
No haber enviado y puesto en conocimiento del ente gubernamental competente los documentos donde se plasmaron los acuerdos de pago realizados por los clientes ante la empresa	Gas Natural S.A., ESP (Colombia)	12.120	1

gnSolar

gnSolar constituye una de las principales apuestas del Grupo Gas Natural para ayudar a satisfacer las necesidades actuales y futuras de un mercado energético en permanente cambio. El binomio solar-gas es la solución más eficiente y respetuosa con el medio ambiente para cumplir con el nuevo Código Técnico de Edificación.

El Grupo ofrece tres modalidades distintas que se adaptan a las necesidades específicas de cada cliente y que les ayuda a obtener la máxima rentabilidad de sus instalaciones.

A través de gnSolar, los promotores y constructores disponen de un servicio de asesoramiento y colaboración

integral para la ejecución y mantenimiento de sus instalaciones.

Asimismo, el Grupo Gas Natural elaboró una guía técnica, dirigida a sus colaboradores, para que la experiencia recogida por la compañía se pueda aplicar al diseño y explotación de las instalaciones solares.

Gas Natural Soluciones también ofrece la posibilidad de que el promotor pueda acordar con la compañía la ejecución de la instalación solar "llave en mano", de manera que todas las fases necesarias para la obtención de una instalación de calidad sean coordinadas por el Grupo Gas Natural, con la consiguiente comodidad y servicio al cliente.

Establecer una comunicación efectiva con los clientes para anticiparse a sus necesidades

Mantener una comunicación eficiente con los clientes que le permita detectar y anticiparse a sus necesidades, es una prioridad del Grupo Gas Natural. Por ello, la compañía dedica esfuerzos y recursos a la mejora continua de sus canales de comunicación y a desarrollar e implantar acciones tendentes a profundizar su conocimiento de los clientes.

La comunicación con los clientes debe garantizar la confidencialidad de los datos y de la información suministrada, asumiendo el compromiso de darle un uso responsable, de conformidad con las pautas marcadas por la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). Además, el Grupo revisa periódicamente, a través del Comité de Protección de Datos, las medidas que aseguran su efectiva implantación.

El 90% de las llamadas recibidas en el Servicio de Atención Telefónica en 2007, fueron atendidas antes de diez segundos

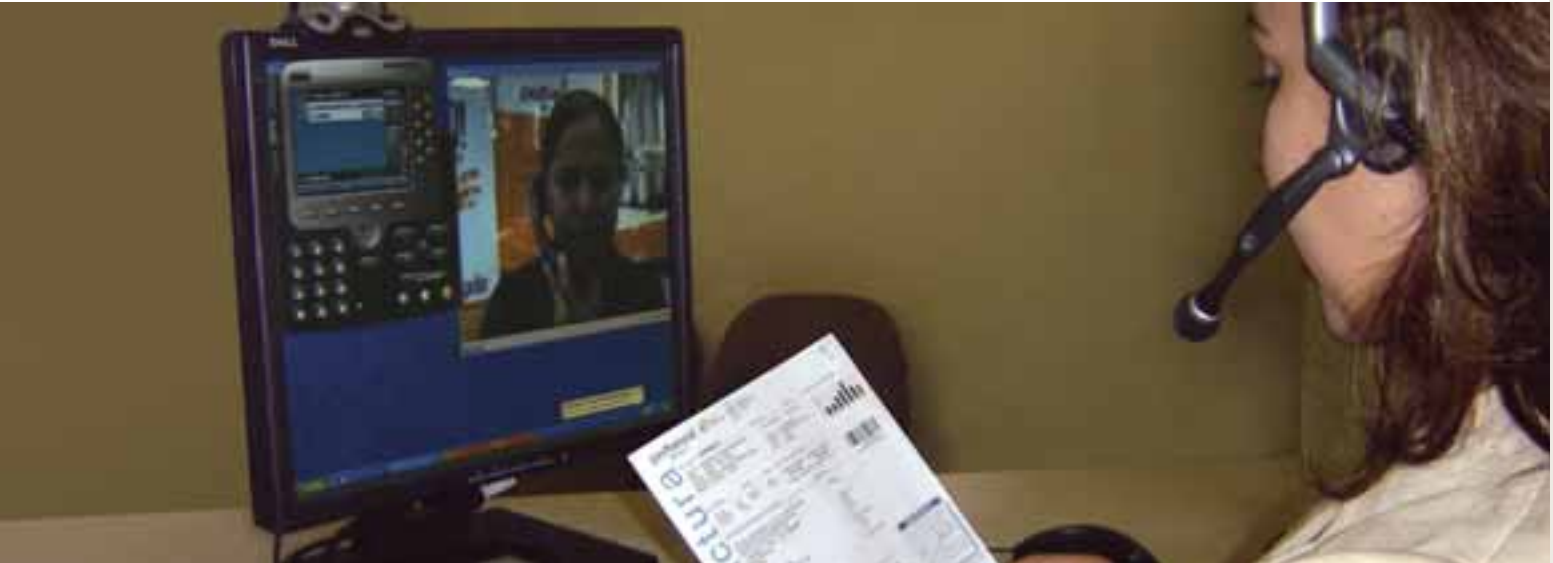
A finales de 2007, como consecuencia de la mala práctica de una empleada de una empresa subcontratada por el Grupo Gas Natural, un cliente recibió una factura en la que sus apellidos habían sido sustituidos por palabras malsonantes. La compañía pidió perdón por escrito al cliente afectado e

inició una investigación a fin de detectar el origen del incidente. Una vez identificado, el Grupo Gas Natural interpuso una demanda por los daños causados, tanto al cliente como a la reputación de la compañía.

Asimismo, en este año 2007, destaca el esfuerzo realizado para asegurar la máxima transparencia del proceso de adaptación a la completa liberalización del mercado de gas. Para ello, la compañía estableció mecanismos de comunicación con los consumidores para informarles de los cambios producidos en el marco regulatorio.

Los canales de comunicación tienen como objetivo atender las necesidades de los clientes, escuchar sus reclamaciones y establecer una relación efectiva con ellos. Las principales acciones desarrolladas a estos efectos a lo largo del año 2007, son las siguientes:

- Establecimiento de nuevos mecanismos automáticos de recogida de lecturas *online*.
- Actualización y mejora del portal del Grupo Gas Natural, incorporando nuevas herramientas para gestionar las transacciones más habituales.
- Desarrollo de mejoras en la identificación de los clientes mediante la implantación de un sistema que proporciona una mayor personalización, rapidez y eficiencia.
- Fomento de la sensibilización y creación de una cultura de prevención y seguridad del gas mediante:
 - La incorporación en la factura del gas de materiales con consejos sobre seguridad.
 - Desarrollo de seminarios y cursos de formación sobre asuntos relacionados con el gas natural y su uso eficiente y seguro.
 - Programas educativos y de sensibilización en escuelas y universidades.



- En España, Gas Natural Servicios se adhirió al Sistema Arbitral de Consumo Regional en las comunidades Autónomas de Cantabria, Castilla-La Mancha, Madrid y Navarra. Su objetivo es poder proporcionar a los clientes una vía gratuita e imparcial para resolver los conflictos que puedan surgirles en su relación con la compañía.
- Desarrollo de acciones específicas para la comunicación con grandes clientes, entre las que se incluye el lanzamiento de una nueva línea de atención telefónica en México.

Indicadores de la web del Grupo Gas Natural (en miles)

	2007	2006	2005
Nº de clientes registrados al final de año	490	400	127
Nº de transacciones <i>online</i> en la Oficina Virtual	2.650	2.300	1.631

Proyecto de gasificación Cuartel V

El Grupo Gas Natural apuesta por el desarrollo de las comunidades locales en las que opera a través de iniciativas como Cuartel V, proyecto que tiene por objetivo abastecer de gas natural un barrio de escasos recursos en Buenos Aires.

La iniciativa consiste en la extensión de la red de gas domiciliario en cinco barrios de la localidad de Cuartel V por medio de una concesión denominada Fideicomiso Redes Solidarias (FRS), administrada por la Fundación Pro Vivienda Social, entidad que trabaja en la mejora de la vivienda y la infraestructura de dicho lugar.

El propósito del Grupo es favorecer el acceso de los colectivos más necesitados a los servicios públicos, y

contribuir, de esta manera, a la reducción de la pobreza. En este sentido, los responsables de la compañía se comprometen a crear un nuevo modelo de gestión social, donde vecinos, colectivos locales, organizaciones sin ánimo de lucro y empresas aúnan sus esfuerzos para lograr un sistema de gasificación accesible a comunidades de reducidos ingresos económicos.

Desde su implantación en septiembre de 2003, el proyecto ha alcanzado la habilitación de 70.000 metros de red de distribución y el abastecimiento de alrededor de 4.000 parcelas, lo que implica un beneficio en la calidad de vida de más 15.000 personas.