1 Carta del Presidente

2 ¿Quiénes somos?

11 Cifras clave 2013
13 Gobierno Corporativo
14 Reconocimientos
15 Gestión de riesgos

Sumario

3 La gestión de nuestra Responsabilidad Social Corporativa

20 Avances en el Plan Director de RSC
23 Diálogo con nuestros grupos de interés
24 Materialidad, los asuntos relevantes
26 Nuestros objetivos en RSC

4 Compromisos con nuestros grupos de interés

29 Clientes
35 Empleados y Colaboradores
44 Mediadores
48 Sociedad
53 Proveedores
55 Medioambiente

5 La RSC en las empresas del Grupo: Ballesol y SOS

59 Ballesol y sus trabajadores
63 SOS y sus trabajadores
66 Ballesol y la sociedad
67 SOS y la sociedad

6 Sobre esta Memoria

71 Índice de indicadores Global Reporting Initiative - GRI
75 Indicadores RSC de ICEA

1

"Nuestra vocación natural es atender a las necesidades de protección de las personas"

Carta del Presidente de santalucía

Es un honor presentar la segunda Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de **santalucía**, en la que se describen los principales resultados de 2013, un año de mucho trabajo dedicado a reafirmar nuestros valores y compromisos como empresa con más de 90 años de historia.

> **Este año ha sido de mucho trabajo dedicado a reafirmar nuestros valores y compromisos como empresa con más de 90 años de historia**

Vivimos en un contexto de transformación, de dificultades y también de oportunidades. Los cambios nos obligan a ser cada vez más innovadores y modernizarnos para acompañar a nuestros clientes, a nuestros empleados y a la sociedad en su constante transformación. En **santalucía** respondemos a estos desafíos desde nuestros fundamentos, sin perder de vista de dónde venimos y quiénes somos. **Nuestra vocación natural es atender a las necesidades de protección desde los valores fundamentales de respeto a las personas y su dignidad.** Y lo hacemos con una sólida conducta ética, con responsabilidad para cuidar al máximo la solvencia y la reputación de **santalucía**.

En 2013 prácticamente hemos mantenido las primas devengadas y hemos logrado incrementar el ahorro gestionado. Tenemos cerca de 7 millones de clientes y prestamos servicios con una sólida red de comercialización que ronda las 400 agencias y más de 9.000 colaboradores. Los resultados continúan situándonos como líderes en los Ramos de Asistencia y Decesos y también ocupamos posiciones de liderazgo en Seguros de Vida y Seguros de Hogar, una diversidad de cartera que crece por las necesidades de la sociedad que requiere una protección integral.

Este año finalizamos el Plan Estratégico 2011-2013 de la Compañía con un 90% de cumplimiento de los proyectos diseñados. Uno de ellos ha sido el Plan Director de Responsabilidad Corporativa, que hemos comenzado a implementar en 2013 con importantes avances como la creación de una estructura para su gestión, liderada por el nuevo Comité de RSC, integrado por los máximos responsables del negocio.

Entre las principales novedades de la gestión de la RSC en 2013 destaca el enfoque en desarrollar una cultura de responsabilidad social con acciones de sensibilización, información y participación en las que nuestros empleados han sido los principales protagonistas, para comprender entre todos el valor que aportan estos temas a la Compañía.

Hemos desarrollado el Programa Compromiso con la Sociedad, para reenfocar la colaboración en proyectos sociales en línea con la Misión de la Compañía de "protección familiar" y contando con la votación de los empleados para seleccionar las ONG con las que colaborar.

Quiero mencionar en esta carta el compromiso asumido en 2013 por **santalucía** con la adhesión al Pacto Mundial. Nos comprometemos a integrar los Principios de esta iniciativa de la ONU en la cultura y las acciones cotidianas de nuestra Compañía, para construir un mundo mejor desde nuestro lugar y promover la difusión de estos derechos fundamentales. Esta adhesión se enmarca dentro de nuestro Plan de Responsabilidad Social Corporativa "Protección y bienestar familiar", con el compromiso de desarrollar políticas que favorezcan la implementación de estos 10 Principios en la Compañía como parte de un enfoque más amplio de contribución al bienestar y la protección de las personas. Este primer año, la comunicación de progreso se incluye dentro de la presente Memoria de RSC, como un esfuerzo de integración de objetivos como empresa responsable y sostenible.

Por último, quiero destacar el esfuerzo en la rendición de cuentas y transparencia a través de este informe, en el que se han incluido indicadores propios así como el reporte, por primera vez, de los indicadores del Global Reporting Initiative (GRI) en su nueva versión G4, con especial énfasis en los temas relevantes para **santalucía** y para sus grupos de interés.

La evolución de nuestro entorno nos obliga a estar permanentemente alerta, con el deseo de progresar, crecer y ser más rentables, eficaces y competitivos. Con el apoyo de nuestros directivos, empleados y colaboradores queremos seguir en ese camino de evolución y transformación, unidos por los valores que nos distinguen y guiados por nuestro fundamento de ser "Creadores de Protección y Bienestar".

Carlos Álvarez Navarro
Presidente de santalucía

SANTA LUCIA SA

2

"Acompañamos a nuestros clientes y a la sociedad en su transformación"

¿Quiénes somos?

santalucía es una compañía de seguros de capital 100% español con más de 90 años prestando servicios y protección a las familias. Desde nuestra fundación en 1922, damos respuesta a las necesidades y preocupaciones de las familias españolas para contribuir a su progresivo bienestar.

Acompañamos a nuestros clientes y a la sociedad en su transformación, respondiendo siempre a los cambios de un negocio cada vez más exigente e innovador. Y lo hacemos cuidando al máximo la solvencia y la reputación.

Tenemos cerca de siete millones de clientes a los que prestamos servicios a través de 400 agencias y más de 9.000 colaboradores.

Somos líderes en Seguros de Decesos y Asistencia y también ocupamos una posición de liderazgo en Seguros de Hogar.

Grupo santalucía

SOS: proveedor líder mundial de servicios de asistencia médico-sanitaria internacional y asistencia en viaje.

Ballesol: empresa líder en la gestión de residencias geriátricas para la tercera edad.

Canales

Canal Agencial

Sociedades de mediación: que gestionan las agencias de **santalucía**, suponen el canal con mayor peso en nuestro negocio, realizando cerca del 98% de la producción total.

Agentes que operan en: Albacete, Cartagena, Girona, Ibiza, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife y Miranda de Ebro.

Corredores

Con un incremento notable de su producción, gracias a los acuerdos de distribución suscritos, entre otros, con la correduría CESS, de El Corte Inglés y en franca expansión, debido a la apuesta decidida por la multicanalidad.

Directo

Nuestra web institucional continúa afianzándose como canal de comercialización, superando los objetivos de producción del año en más de un 10%.

Nuestros Productos

Productos orientados a la protección de la familia, la vivienda, el ahorro, la salud, la vida, la actividad y el entorno de nuestros asegurados.

Más información en **www.santalucia.es**

2.1. Cifras clave 2013

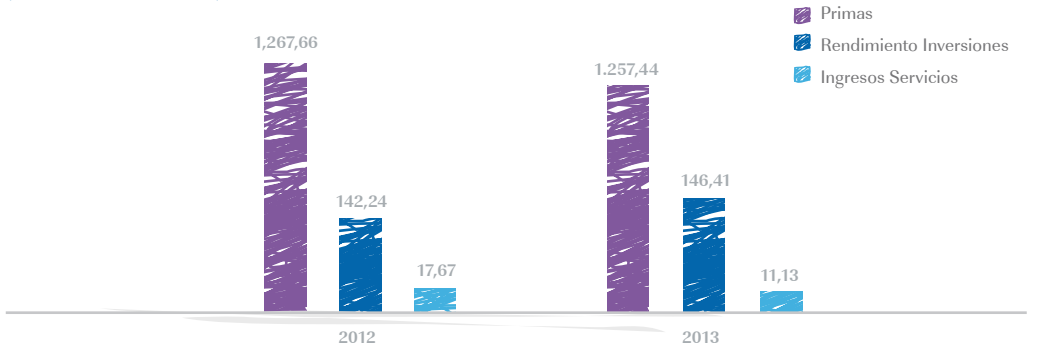
	2013
RESULTADOS	
Primas devengadas (millones de €)	1.257
Ahorro gestionado (millones de €)	1.279
Pólizas totales	3.881.472
Nº Clientes	7.011.580
Nº Empleados	518
Mediadores/Agencias	381
SOCIEDAD	
Aporte monetario para proyectos sociales	67.404 €
MEDIOAMBIENTE	
Electricidad	9,8 GWh/año
Gas Natural	3,9 GWh/año
Emisiones CO_2 (t/año)	7.152

Solidez y rentabilidad

Diversificación por Ramos

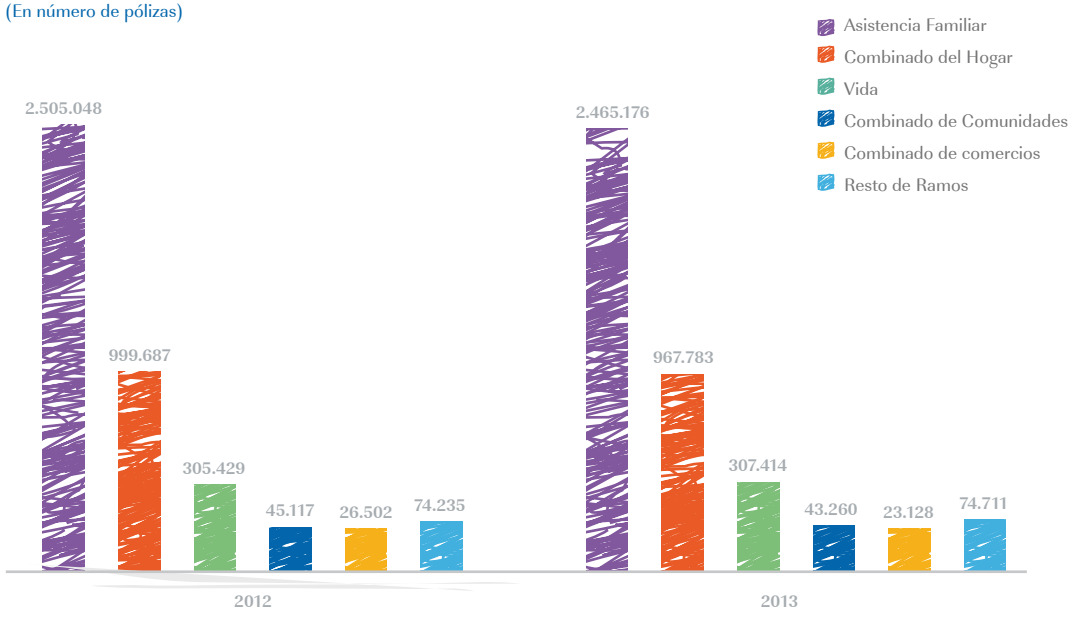
Evolución de las Principales Magnitudes de Ingresos

(cifras en millones de euros)



Evolución de Nuestros Ramos

(En número de pólizas)



Para mayor detalle de los resultados económico-financieros, se puede consultar el Informe Anual 2013 de **santalucía** publicado en nuestra página web **www.santalucia.es**

2.2. Gobierno Corporativo

Consejo de Administración

Carlos J. Álvarez Navarro	**Presidente**
Modesto Álvarez Otero	**Consejero Delegado**
José Luis Díaz López	**Secretario**
Inmobiliaria Prico, S.L. María Natalia Álvarez Calvo	**Consejero**
Jesús Priego García	**Consejero**
Teresa Otero Carreira*	**Consejera honorífica**
Manuel Gil Díez-Conde	**Letrado Asesor**

Comité de Dirección

Andrés Romero Peña
Director General

Carlos Fabián Gallego Gómez
Subdirector Gral. Comercial

Emilio David Jiménez Castrillo
Subdirector Gral. Marketing

José Abellán Collado
Subdirector Gral. Financiero

José Manuel Jiménez Mena
Subdirector Gral. de Inversiones

Edmundo Pico Rodríguez
Director de Sistemas de Información

Mireia García Fernández
Directora de Recursos Humanos

José Luis Ruiz Bellew
Director de Desarrollo Corporativo

Direcciones de Área

Pedro A. López-Guerrero Almansa
Seguros de Decesos y Asistencia

Ángel Martín Robles
Seguros de Vida

Miguel Aceituno Sánchez
Seguros Patrimoniales

Mª del Carmen Martín de la Fuente
Seguros de Salud

Sergio Real Campos
Área Actuarial

Alejandro Pérez-Lafuente Suárez
Asesoría Jurídica

Luis Enrique González Gómez
Atención al Cliente

(*) Fallecida el 21.04.2014

2.3. Reconocimientos

Índice Stiga de Satisfacción del Consumidor Español

Este índice evalúa de forma continua los niveles de Calidad Percibida (imagen, precio y servicio) y sus efectos tanto en la Fidelidad (tentativa de abandono o intención de recompra) como en la Prescripción (intención de recomendar). En 2013 **santalucía** fue, según este índice, **la compañía líder en seguros de salud**.

Estudio Product Test

Este estudio analiza las aseguradoras mejor valoradas y con mejor calidad /precio en el seguro de autos, hogar, comercio y comunidades. Según este estudio, **santalucía** está presente en los siguientes *rankings:* **Hogar, Comercios y Comunidades**.

Ranking de Presencia en Internet de Entidades Aseguradoras

Innovación Aseguradora evalúa la usabilidad de la web corporativa, la atención al cliente a través de la web y la presencia en redes sociales. Según este *ranking,* **santalucía** ocupa la **4ª posición**.

Informe "Aseguradoras 2.0" de Porter Novelli

Este informe determina el posicionamiento, la presencia y la reputación online de las principales aseguradoras que operan en España. Según este informe, **santalucía** figura en primer lugar en "Presencia", en 4º en "Reputación" y en 7º tanto en "Aseguradoras de las que más se habla" como en "Visibilidad".

Somos miembro de:

UNESPA | icea

2.4. Gestión de riesgos

En 2013 se realizó un análisis de riesgos en el marco de la iniciativa *Corporate Compliance*. El objetivo es mejorar los controles internos y la prevención a partir de la modificación del Código Penal español de 2010, que introduce la responsabilidad penal de las personas jurídicas.

Concretamente se han evaluado los siguientes delitos: corrupción entre particulares, cohecho (corrupción con un funcionario público), corrupción en operaciones internacionales y delitos fiscales-blanqueo de capitales.

Se valoró el riesgo de "ocurrencia" en **santalucía** de estos tipos delictivos y se elaboró un Mapa de Riesgos Penales denominado "Memorándum de delitos" y también se ha confeccionado un Modelo de Prevención para los mismos.

Otras acciones en 2013

- **Finaliza con éxito el Plan Estratégico 2011-2013**. El Plan Estratégico 2011-2013 finalizó con un 90% de cumplimiento, con 36 proyectos en torno a tres ejes: Posicionamiento, Multidistribución y Modelo Corporativo. Más de 120 empleados involucrados, 11.200 horas de esfuerzo interno y más de 700 reuniones celebradas para la coordinación y seguimiento.

- **Campaña "Nosotros somos santalucía".** El objetivo principal de esta campaña ha sido compartir y actualizar los Valores y Compromisos que reflejan la esencia y personalidad de la Compañía. La campaña se dirigió a un total de 9.000 personas, entre los empleados de **santalucía**, agencias y empresas vinculadas, además de difundirlo entre nuestros clientes.

- **Primer Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa.** En 2013 comenzamos a sistematizar e integrar la Responsabilidad Social Corporativa en nuestro enfoque negocio y en la relación con los grupos de interés. En este primer año nos hemos centrado en consolidar los órganos internos de gestión, con la creación del Comité de RSC y el Departamento de RSC, y comenzamos a articular los proyectos diseñados, especialmente la sensibilización y cultura interna en la materia.

- **Nuevos desarrollos en el canal web para clientes.** Continuamos integrando mejoras para que nuestros asegurados puedan realizar todas sus gestiones en la web, como acceder a sus pólizas, calcular primas o realizar reclamaciones. En 2013 implantamos un buscador semántico para conocer cada vez mejor cuáles son las nuevas necesidades que manifiestan y se rediseñó la sección *online* de Atención al Cliente para facilitar todas las opciones de comunicación con la Compañía.

- **Mejoras para la comunicación interna.** Este año hemos dado un gran impulso al Portal de Comunicación de **santalucía**, con actualización de apartados y ampliación de contenidos para promover su interactividad y uso. Se ha producido una reestructuración, incorporando el Buzón de Sugerencias, el apartado de RSC y el de Misión, Valores y Compromisos. Además se ha añadido una funcionalidad que permite acceder a todos los documentos multimedia institucionales y de los eventos celebrados.

santalucía
SEGUROS

3

"Queremos lograr el bienestar y la protección familiar de las personas"

La gestión de nuestra Responsabilidad Social Corporativa

En 2013 **santalucía** comenzó a implementar el Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa diseñado de una manera estratégica en línea con nuestra Misión y con nuestro propio negocio de protección familiar. Este Plan se fundamenta en nuestros compromisos y comportamientos, y en nuestra visión de la responsabilidad social de "lograr el bienestar y la protección familiar de los asegurados con un modelo de conducta que garantice los compromisos de futuro en base a principios éticos y de respeto con todos nuestros grupos de interés".

El Plan se articula en 4 ejes estratégicos:

1 Visión de nuestra RSC

Lanzar internamente la estrategia de RSC e impulsar los comportamientos y valores que permitan consolidar su gestión dentro de **santalucía.**

2 Comportamiento responsable

Promover los marcos de actuación necesarios para el compromiso eficaz y responsable con nuestros grupos de interés.

3 Excelencia en el negocio

Articular las tendencias en protección familiar con la innovación en procesos, productos, y servicios.

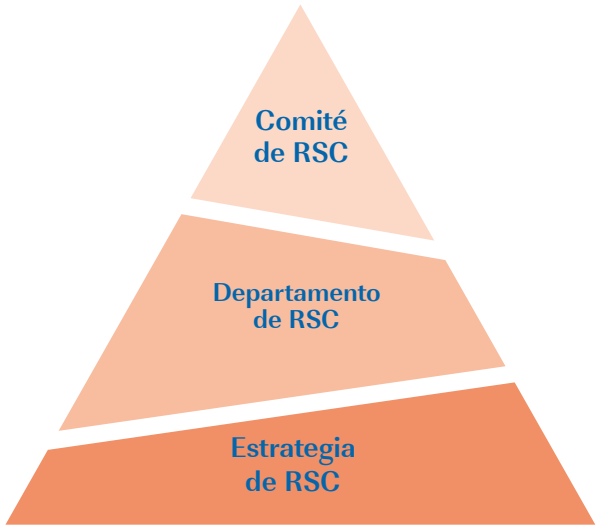
4 Las Personas de santalucía

Fortalecer la relación con empleados y mediadores para optimizar la productividad.

Cada eje contiene más de diez programas de acción a cumplir en los dos años de duración del Plan Director.

3.1. Avances en el Plan Director de RSC

Sistema de Gestión de la RSC



Órgano de Gobierno que dirige y aprueba la estrategia de RSC. Integrado por representantes de las Áreas de Negocio y de la relación con los grupos de interés.

Órgano transversal de gestión y coordinación de la RSC. Integrado en las Áreas de Recursos Humanos y Marketing.

La visión de nuestra RSC y el Plan Director definen los compromisos asumidos y son la base del sistema de gestión.

Cultura interna y comunicación de la RSC

El Plan Director de RSC implica en primer lugar a los empleados, para comprender entre todos el valor de la RSC, y posteriormente trabajar con el resto de *stakeholders*, con un enfoque vinculado a la estrategia empresarial, lo que supone generación de valor a nivel de cultura corporativa y para todos los grupos de interés.

Evaluación e impacto	2013
Nº trabajadores del Grupo que han recibido información sobre nuestra RSC (empleados, empresas vinculadas y agencias)	6.434
Número de noticias de RSC en la intranet y el blog	85
Número de correos internos	42
Articulos sobre RSC en todos los números publicados de la Revista interna "Nosotros"	3
Número de ejemplares de la primera Memoria de RSC 2012 repartidos a empleados, empresas vinculadas y agencias	6290

Comunicación interna para sensibilizar en RSC

- Nuevo apartado sobre RSC en el Portal de Comunicación
- Píldoras mensuales de RSC
- Artículos Revista "Nosotros"

Nivel de cumplimiento en 2013 de los Programas de Acción

100 %	Órganos de gestión Comité de RSC y Departamento de RSC
50-90 %	Cultura RSC Compromiso social Código Ético y de Conducta Comunicación y Alianzas Ecoeficiencia Cuadro de Mando
0-50 %	Productos con enfoque RSC Proveedores y criterios RSC

Publicación de la Primera Memoria de RSC

Adhesión al Pacto Mundial

Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT

Más información en
www.pactomundial.org

Código Ético y de Conducta

En línea con *Corporate Compliance*, una de las iniciativas del Plan Director de RSC 2013-2014 es consolidar las pautas de comportamiento de **santalucía**. En 2013 se ha trabajado en el Código Ético y de Conducta de la Compañía, como marco de autorregulación. En 2014 se publicará el Código y se creará el órgano de gestión ética de **santalucía**, además de realizar formación a directivos y empleados.

Compromisos de autorregulación

santalucía está adherida a las siguientes Guías de UNESPA:

- Control Interno
- Discapacidad
- Internet

3.2. Diálogo con nuestros grupos de interés

Nuestra estrategia de responsabilidad corporativa integra y contempla a todos nuestros grupos de interés, formados por todas aquellas personas o entidades con las que mantenemos una interacción e influencia mutua en el desarrollo de nuestra actividad. Por eso nos esforzamos por conocer sus expectativas y necesidades, y mantenemos una comunicación activa a través de diversas herramientas de diálogo en las diferentes áreas de negocio.

GRI G4-24; G4-25; G4-26; G4-27

Canales de comunicación	Clientes	Empleados y Colaboradores	Mediadores y Agencias	Proveedores	Sociedad
Observatorio de clientes	✓				
Web, Mediadores y Proveedores	✓	✓			✓
Atención telefónica	✓		✓	✓	
Envío postal	✓		✓	✓	
Focus Group	✓				✓
E-mail	✓	✓	✓	✓	
Portal de Comunicación		✓	✓		
Revista Nosotros		✓	✓		
Encuesta de Clima		✓			
Cuestionarios de satisfacción	✓	✓	✓	✓	
Blog	✓	✓	✓		✓
Facebook	✓	✓	✓		✓
Twitter	✓	✓	✓		✓
YouTube	✓	✓	✓		✓
Linkedin	✓	✓	✓		✓
Buzón Tuiddeas		✓	✓		
Buzón sugerencias		✓	✓		

Otras herramientas de diálogo: Comité de RSC. Sus miembros lideran la relación con cada grupo de interés.

3.3. Materialidad, los asuntos relevantes

Para elaborar la presente Memoria de RSC, y con el objetivo de informar por primera vez siguiendo la "Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad" de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, hemos actualizado el estudio de materialidad realizado para el Plan Director de RSC. Este análisis define la estrategia de sostenibilidad de **santalucía**, en función de los aspectos más relevantes para los grupos de interés y con mayor impacto en el negocio.

El análisis de materialidad identifica y prioriza los temas más importantes para los grupos de interés y para el negocio

La actualización del análisis de materialidad permite determinar los aspectos clave a informar según la revisión de temas comunicados el año anterior, documentación interna y externa así como los resultados de consultas y espacios de diálogo con los grupos de interés. Para este proceso, se han analizado las siguientes fuentes: publicación de Valores y Compromisos, Plan Estratégico **santalucía**, Requerimientos Solvencia II, Indicadores RSC sectoriales, Memorias del sector, propuestas del Comité de Empresa, resultados de la Encuesta de Clima, Observatorio de Clientes y principales sugerencias de empleados y colaboradores en el nuevo espacio de participación tú iddeas.

A partir de este ejercicio, se ponderó la relevancia de los temas en función de la importancia que cada uno tiene tanto para la empresa como para nuestros grupos de interés.

GRI G4-18; G4-19; G4-20; G4-21; G4-27

Asuntos relevantes para santalucía según el análisis de materialidad

GRI G4-18; G4-19; G4-20; G4-21 G4-27

Grupos de interés	Asuntos relevantes Análisis materialidad	Temas reflejados en la Memoria RSC
CLIENTES	Calidad y eficiencia en la atención al cliente	Índice de satisfacción global, Recomendación a familiares/amigos, Contratación de nuevos productos. Nuevas funcionalidades web
	Nuevos productos	Lanzamiento de productos
	Innovación en procesos	Nuevas funcionalidades web
	Gestión de quejas y reclamaciones	Indicadores clave Nº quejas recibidas y resueltas
EMPLEADOS Y COLABORADORES	Innovación en procesos	Mejoras para la comunicación y participación. Nuevo modelo para la formación
	Clima laboral	El clima laboral en **santalucía**
	Motivación y reconocimiento empleados	Mejoras en el reconocimiento del trabajo
	Formación y desarrollo profesional	Nuevo modelo de formación
	Comunicación interna	Mejoras para la comunicación y participación
	Conciliación de la vida personal y laboral	Medidas de conciliación de la vida laboral y familiar
	Salud y seguridad de los empleados	La salud y seguridad de nuestros empleados
	Voluntariado corporativo	El Voluntariado Corporativo
MEDIADORES	Innovación en procesos	Cambios en la estructura del canal agencial
	Relación y comunicación con los mediadores	Comunicación continua. Lo más destacado de 2013 (Mediadores)
SOCIEDAD	Contribución a la sociedad	Programa Compromiso con la Sociedad: "Protección Familiar"
PROVEEDORES	Criterios RSC en la gestión de proveedores	Proveedores. En la actualidad se está trabajado en el Programa "Cadena de valor sostenible" y se espera reportar en 2015
MEDIOAMBIENTE	Política de gestión medioambiental	Medioambiente
TEMAS TRANSVERSALES TODOS LOS GRUPOS DE INTERES	Ética y Valores	Campaña "Nosotros somos **santalucía**". Código Ético y de Conducta
	Reputación y marca	Carta del Presidente, Reconocimientos
	Prevención y blanqueo de capitales	Gestión de riesgos. En 2014 el objetivo es consolidar la implementación interna del Modelo de Prevención de delitos y publicar el Código Ético y de Conducta
	Transparencia	La transparencia informativa es un principio básico de actuación para transmitir información fiable a los mercados y a los grupos de interés. Nuevas funcionalidades web clientes. Transparencia en redes sociales
	Buen Gobierno	Gobierno Corporativo. Gestión de riesgos. Código Ético y de Conducta
	Tecnología	La tecnología y su gradual integración en todos los procesos es un elemento clave para lograr nuestra meta de ofrecer productos y servicios de calidad que aumenten la seguridad y el bienestar

3.4. Nuestros objetivos en RSC

En la Memoria de RSC de 2012 publicamos una serie de objetivos de RSC en línea con nuestro Plan Director y el trabajo que se realiza en las diferentes Áreas de la Compañía. En la siguiente tabla valoramos su cumplimiento en 2013 y publicamos nuevos objetivos que orientan la gestión para 2014 a nivel corporativo y con nuestros grupos de interés.

Objetivos	Cumplimiento 2013	Objetivos 2014
CORPORATIVO		
Implantar el Plan Director de RSC	100%	Cumplir la totalidad del Plan
Crear el sistema de gestión interna de la RSC	100%	Cumplimiento de las funciones de cada órgano
Diseñar, aprobar y difundir el Código Ético y de Conducta	50%	Aprobar y difundir el Código
		NUEVO OBJETIVO Incluir la ética como módulo de formación
Adhesión al Pacto Mundial	100%	Elaborar el Informe de Progreso
Adhesión al Código de Buen Gobierno de UNESPA	Se ha realizado un diagnóstico de las recomendaciones del Código	Adhesión y difusión de mejoras
Elaborar la Memoria de RSC de **santalucía** con nuevos indicadores	100%	Obtener la validación de GRI
CLIENTES		
Potenciar la innovación para la mejora continua en productos, servicios y soluciones que se adecúen a las necesidades de nuestros clientes	50% Puesta en marcha de Túiddeas	Aplicar al desarrollo de nuevos productos
		NUEVO OBJETIVO Lanzar un nuevo producto ligado a la RSC
Sensibilizar a los clientes sobre la RSC de **santalucía** y promover su participación en concursos y campañas solidarias	40%	Potenciar la participación en campañas
EMPLEADOS		
Continuar fomentando el orgullo de pertenencia	100%	Desarrollo del Plan de Formación y Carrera Profesional
		NUEVO OBJETIVO Lanzar el Programa de Voluntariado Corporativo
Incorporar el estudio de clima como herramienta de medición de la satisfacción de nuestros empleados y establecer acciones de mejora	100% Se ha concluido el primer estudio y se han comenzado a implementar las mejoras sugeridas	Desarrollar nuevos proyectos para continuar implementando las mejoras sugeridas

Objetivos	Cumplimiento 2013	Objetivos 2014
Potenciar la comunicación interna	100%	Reforzar los canales de diálogo bidireccional
Continuar mejorando nuestra imagen externa para atraer el talento	100%	Posicionar a **santalucía** como líder en protección familiar
Poner en marcha las tres Escuelas de Formación: Habilidades Directivas, Desarrollo de Negocio y Formadores	100%	Incorporar la RSC a la formación
MEDIADORES		
Incorporar los resultados de las encuestas de satisfacción en las acciones de mejora	100%	Ampliar encuestas realizadas más allá de la valoración de productos y eventos como elemento motivador de la red
Promover a los mediadores como embajadores de la marca	Se trabaja redefiniendo roles y funciones de la estructura comercial.	Continuar avanzando con la consolidación de la estructura comercial del Canal Agencial
		NUEVO OBJETIVO Implantar el programa de formación de la nueva Escuela de Negocio para gerentes de las Sociedades de Mediación
SOCIEDAD		
Impulsar alianzas con entidades de acción social alineadas con el eje estratégico de la Compañía, que trabajen en torno a la salud y el bienestar de las personas	100%	Consolidar alianzas a largo plazo para la protección familiar
		NUEVO OBJETIVO Elegir junto con los empleados nuevas colaboraciones para 2015
PROVEEDORES		
Definir los indicadores de RSC exigibles a los diferentes proveedores	15%	Elaborar el Mapa de Proveedores con su categorización según nivel de riesgo y requerimientos a cumplir
		NUEVO OBJETIVO Sensibilización e implicación interna para la sostenibilidad de la cadena de valor
MEDIOAMBIENTE		
		NUEVO OBJETIVO Control y reducción del consumo de energía en las instalaciones
		NUEVO OBJETIVO Implantar medidas que minimicen el impacto ambiental de nuestro negocio

4

"Nuestros grupos de interés determinan la dirección a seguir en nuestra RSC"

Compromisos con Nuestros grupos de interés

4.1. Clientes

El cliente es el eje central de nuestras actuaciones y el fundamento de nuestro comportamiento. Los compromisos que adquirimos con nuestros clientes son:

Fiabilidad y confianza

Nos comprometemos a velar por los intereses de nuestros clientes, facilitándoles en todo momento informaciones claras, veraces, fiables y transparentes, porque eso constituye el fundamento de su confianza en nosotros.

Profesionalidad

La profesionalidad es un imperativo de nuestra relación con los clientes. Eso exige en todo momento demostrar los conocimientos, capacidad, actitudes y habilidades profesionalmente exigibles.

Honestidad y cercanía

Las relaciones con nuestros clientes deben basarse en conductas de respeto, cercanía y honestidad. Eso nos obliga a crear los canales y procedimientos adecuados para ofrecerles las explicaciones debidas y para atender sus quejas o reclamaciones, prestándoles la comprensión necesaria.

Indicadores clave	2013
Índice de satisfacción global (escala 0-10)	7,19
Recomendación a familiares/amigos (escala 0-10)	6,44
Contratación nuevos productos (escala 0-10)	3,30
FIDELIDAD A santalucía (% respuestas)	
"Sí"	54%
"Puede ser"	26%
"No"	17%
Nº quejas y reclamaciones recibidas	6.311
Nº quejas y reclamaciones resueltas	6.311
Tiempo medio respuesta	17,48 días
Nº nuevos productos lanzados	5
Nº CLIENTES	
Decesos	5.012.159
Asistencia	1.438.680
Multirriesgo Hogar	897.214
Vida Ahorro	238.822
Vida Riesgo	176.432
Otros	140.170
Salud	27.802
Colectivos	11.622

Innovación en la relación y en nuevos productos

En relación con las necesidades de los clientes estamos trabajando para:

- Integrar la opinión del cliente a través de un test de concepto y mercado, incorporando su visión en el diseño del producto.
- Fomentar la cultura aseguradora con actividades lúdicas a través de juegos *online*.
- Desarrollar una mayor personalización de las pólizas.

Lanzamiento de productos

En 2013 hemos lanzado los siguientes productos:

- Seguro de Mascotas: Un producto que sustituye a otro anterior e incorpora nuevas garantías. La emisión de la póliza se personaliza con el nombre de la mascota asegurada.

- Seguros de Comunidades: Los Seguros de Comunidades iPlus y Modular, han incluido garantías novedosas que no incluían anteriores productos como Reposición Estética, Asistencia al Edificio o Asesoramiento Técnico en Conservación Edificios ente otras, además de utilizar un sistema de tarificación similar al del Seguro de Hogar, en el que se utilizan diferentes variables para establecer la prima del seguro de una forma más justa para el cliente.

- Nueva gama de Hogar: Seguro de Hogar Básico y de Hogar Plus, con productos más adaptados a los diferentes perfiles de clientes, con mayor flexibilidad en la configuración del seguro y precios más ajustados.

- Renta Óptima: Primera gama de rentas vitalicias que se ha lanzado inicialmente en forma de test de mercado antes de hacerlo de forma extensiva. Este producto es muy novedoso para **santalucía**, pues no existía en el porfolio comercial.

santalucía *contigo*

Dentro de la estrategia corporativa de situar al cliente en el centro de nuestra actividad, **santalucía** pone en marcha esta iniciativa, con importantes descuentos y ahorro para los asegurados en sus compras diarias en los comercios locales. Además potencia la colaboración con las pymes y promociona las ventas de los comercios de proximidad.

De este modo, la Compañía se mantiene fiel a sus valores a la vez que impulsa su Responsabilidad Social Corporativa y se fija como objetivo crear valor compartido con nuestros grupos de interés sobre la base de nuestra Misión: la protección y el bienestar familiar.

santalucía contigo VIP

Un programa de fidelización dirigido a nuestros mejores clientes, gracias al cual se pueden beneficiar de un trato preferente y diferencial.

Nuevas funcionalidades web

Nueva página de inicio de clientes web, cambiando el *look&feel* e incorporando más información, preguntas frecuentes y acceso a **santalucía** *contigo* **VIP** desde el área privada.

Además, nuevo registro de Clientes a través de códigos QR que agilizan todos los procesos.

santalucía 2.0: una aventura asegurada

El objetivo es promover, de forma lúdica y gratuita, que los clientes aprendan cuestiones importantes relativas al seguro de salud, y al mismo tiempo permite conocer mejor sus necesidades y preferencias en la contratación del seguro. A su vez, para asociarlo a nuestro compromiso social, **santalucía** dona un euro a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) por cada jugador que se registra. La iniciativa ha tenido un notable impacto mediático.

santalucía 2.0
UNA AVENTURA ASEGURADA

Uso de la web entre los clientes

Tipo de comunicación	2012	2013
Mis Pólizas	85.890	114.202
Mis Recibos	24.716	35.491
Consulta de Siniestros	6.726	5.365
Comunicaciones	2.572	3.715
Club Joven	9.501	24.399
Mis Datos de Registro	15.395	27.215
Mis anticipos	502	698
TOTAL	**145.303**	**211.355**

Comunicación a través de redes sociales

Las redes sociales nos permiten ampliar nuestra comunicación con clientes y colaboradores, como otro canal más interactivo para consultas, mensajes, y también atención de quejas y reclamaciones.

Transparencia en redes sociales

Con el fin de promover la cultura aseguradora, **santalucía** lanzó la iniciativa "La Letra Pequeña" a través de las redes sociales *Facebook y Twitter*. Consiste en la publicación periódica de análisis y definiciones de frases extraídas de las condiciones de contratación de seguros de una forma clara, concisa y transparente, para que los usuarios aclaren sus dudas a la hora de contratar un seguro y conozcan perfectamente las condiciones del producto que van a adquirir.

Para los usuarios de *Twitter* que tengan cualquier consulta sobre términos jurídicos o relacionados con el mundo del seguro, **santalucía** ha puesto a disposición el *hashtag* #seguropedia para que las personas puedan plantear dudas y consultar información sobre las posibilidades que ofrecen los seguros.

Redes Sociales	2012	2013
Fans Facebook	3.897	5.519
Seguidores en Twitter	863	2.811
Suscriptores YouTube	576	721
Seguidores en Linkedin	112	595

Otras acciones en 2013

- **santalucía contigo,** iniciativa desde el Área Comercial para ofrecer descuentos a nuestros clientes y apoyar al pequeño comercio.
- **Desarrollo iHogar:** aplicación dirigida a clientes para poder gestionar sus siniestros a través del móvil.
- **Mejoras en iSalud:** con novedades en la aplicación, incluida la geolocalización de farmacias y hospitales, consejos de salud y bienestar, y recordatorio de citas médicas.
- Iniciativa "La Letra Pequeña", para facilitar a los clientes la comprensión de los productos que van a contratar.

4.2. Empleados y colaboradores

A lo largo de toda la historia de **santalucía**, las personas son quienes han hecho posible llegar hasta aquí y queremos que continúen trabajando con identificación, orgullo de pertenencia y satisfacción, sintiéndose parte esencial de la Compañía.

Desarrollo profesional y del talento

Uno de nuestros fines es el desarrollo profesional de nuestros colaboradores. Sabemos que el progreso personal de los empleados es la mejor contribución al progreso de la empresa y conlleva el mejor servicio a nuestros clientes.

Nos comprometemos a convertir el reconocimiento del talento y su desarrollo en un bien organizativo y en una obligación corporativa de la Compañía.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

Estamos comprometidos a crear un entorno laboral caracterizado por la igualdad de oportunidades.

Evitaremos cualquier conducta que suponga discriminación por el motivo que sea.
Nos obligamos a generar las medidas precisas para una adecuada conciliación de la vida profesional y personal.

Entorno profesional seguro

Procuramos ofrecer a todos nuestros colaboradores un entorno laboral seguro mediante el establecimiento de políticas activas de prevención de riesgos laborales.

Indicadores clave	2012	2013
Nº total de empleados **santalucía**	505	518
% Mujeres	30%	30,5%
% Hombres	70%	69,5%
Contratos indefinidos	99%	98,8 %
Edad media Hombres	41,8	42,5
Edad media Mujeres	43,3	43,9
Reincorporación bajas	100%	100%
Bajas maternidad	5	5
Bajas paternidad	22	13
Rotación media	1,97%	3,31%
Índice de absentismo	-	3,64
Porcentaje de empleados con discapacidad	2%	2%
Comunicación		
Número de correos generales y SMS enviados	224	540
Número de sugerencias recibidas	77	138
Número de iddeas recibidas en túiddeas	-	762
Formación		
Horas formación	-	6.141
Inversión en formación a empleados [en EUR]	-	349.199
Escuelas de Formación Corporativa		
Escuela Habilidades Directivas		
Nº Cursos Gestión del Desempeño	-	9
Nº asistentes	-	85
Escuela de Formadores		
Nº Horas Programa Gestor	-	98
Participantes	-	21

El clima laboral en santalucía

> A finales de 2012 y comienzos de 2013 se llevo a cabo el primer Estudio de Clima de santalucía

En 2013 se llevó a cabo el primer Estudio de Clima interno, para obtener valoraciones sobre diferentes ámbitos, desde las condiciones de trabajo, el jefe y el equipo, la comunicación, la retribución y hasta el reconocimiento y la evaluación de **santalucía** como organización. Entre los aspectos mejor valorados destaca la respuesta afirmativa del 88% a la pregunta sobre si volverían a trabajar en **santalucía** si comenzaran de nuevo su ciclo laboral.

Mejoras implementadas

A continuación se describen los programas de mejora específicamente desarrollados en 2013 para responder a los aspectos con mayor demanda entre los empleados a partir de la encuesta de clima:

A. Mejoras para la comunicación, información y participación

Se han realizado diferentes acciones para incrementar el conocimiento interno entre las áreas, además de la comunicación y participación, en respuesta a los aspectos más demandados en ese sentido.

Revista Nosotros

Nueva publicación corporativa, más atractiva y cercana, en sustitución de la antigua revista "Nuestro mundo". En los números editados en 2013 se han incluido reportajes sobre diferentes áreas de la Compañía, con un análisis de las funciones, responsabilidades y proyectos en marcha. También se ha incorporado un apartado de RSC, un espacio para información del Grupo, últimas noticias y entrevistas a compañeros. Cada número tiene una tirada de 10.000 ejemplares.

Mejoras en el Portal de Comunicación

Reestructuración del Portal de Comunicación con información sobre el Grupo, Normativa Interna y Publicaciones, Misión, Valores y Compromisos e información sobre nuestra RSC. Además se incluye la sección "**santalucía** Hoy" donde se han publicado más de 150 noticias de interés.

Nuevos canales para aportar ideas y sugerencias

Entre las mejoras en comunicación y participación se destaca la promoción del uso del Buzón de Sugerencias del Portal de Usuarios y la habilitación del espacio "Vía Directa" dentro del Portal de Comunicación.

tú iddeas
www.tuiddeas.es

Espacio de innovación túiddeas

Nuevo canal de comunicación innovador para identificar y generar ideas que mejoren los procesos internos de la Compañía. Las sugerencias aportadas por empleados de **santalucía**, de agencias y empresas vinculadas, se agrupan en diferentes categorías y son compartidas de manera pública para que todos los participantes puedan verlas, comentarlas y votarlas. La participación en esta herramienta es fundamental para conseguir su máximo aprovechamiento y que las mejores ideas puedan llegar a implantarse. Para ello se aplica un proceso de evaluación que permite seleccionarlas y trasladarlas al Comité de Dirección, sirviendo también para detectar talento entre los más de 600 iddeadores

Creación de la figura del "Agente de Comunicación"

Se ha nombrado en cada Área de **santalucía** y en las empresas vinculadas a una persona que realice esa función como un canal de comunicación vivo, siendo el nexo de unión constante con el Departamento de Comunicación.

B. Mejoras en el reconocimiento, retribución y desempeño

Entre los aspectos de mejora relacionados con la gestión de carrera y reconocimiento se está trabajando en lo más demandado por los trabajadores, con el diseño de una política retributiva y definición de un sistema de gestión del desempeño.

Auditoría del estado de las retribuciones

A mediados de 2013 iniciamos el proceso de diseño de una política de compensación y beneficios. Se comenzó con una fase de diagnóstico de la situación actual, estableciendo las directrices para dicha política.

Retribución flexible

Durante este año se ha implementado un sistema de retribución flexible, de carácter voluntario, denominado "Plan Elige tu Retribución" y que tiene vigencia anual.
Los productos a los que se puede optar son servicio de guardería, seguro médico, transporte, equipos informáticos y formación. En 2013 se invitó a participar a 516 empleados y se han adherido 212, un 41%.

Definición del Sistema de Gestión del Desempeño

Está basado en la Conversación de los responsables con cada miembro de su equipo, en el que se evalúan tanto los resultados como la adecuación de cada persona a las competencias necesarias para su puesto de trabajo y a los valores de la Compañía. La implantación del Sistema de Gestión del Desempeño está prevista para 2014 en fase piloto a 430 personas.

Nuevo modelo para la formación

A lo largo del año se ha avanzado en la gestión centralizada de toda la formación que se realiza en la Compañía para tener un conocimiento completo de los resultados del Plan de Formación, sentado las bases para establecer procesos de trabajo, sistemas de control y seguimiento de la misma.

Platón, nueva plataforma de *e-learning*

Las formas de compartir innovación y conocimiento fueron otro de los aspectos a mejorar mencionados en la Encuesta de Clima. Como parte de las acciones de mejora se concretó el lanzamiento de Platón, una plataforma de formación *online* que permite utilizarla de una nueva manera. Se configura también como una herramienta "social", a través de la que se forma parte de una comunidad de aprendizaje dentro de la organización, en la que todas las personas están conectadas y pueden compartir sus experiencias.

Escuelas de Formación

En 2013, se ha diseñado un nuevo modelo formativo para empleados con la creación de tres Escuelas de Habilidades, Negocio y Formadores, así como la adaptación de la formación a las nuevas tecnologías con la implantación del sistema *e-learning* Platón.

Como parte de las líneas directrices en RSC se incluirá en 2014 en el Plan de Formación un módulo de Responsabilidad Social Corporativa, para ofrecer contenidos que faciliten su comprensión a toda la plantilla y su relación con los compromisos adoptados por la Compañía. Tendrá un especial enfoque en el nuevo Código Ético y de Conducta.

Diccionario de competencias

Se ha creado un diccionario para los procesos de Selección y Gestión del Desempeño, en las que cada año se fijarán las competencias oportunas para evaluar a los profesionales de la Compañía. Recoge las competencias que deben tener nuestros profesionales, y que han sido definidas a partir de nuestros valores.

La salud y seguridad de nuestros empleados

Nuestro fundamento es ser creadores de protección y bienestar, y el cuidado de la salud de nuestros empleados es una de nuestras principales preocupaciones.

Existe un control y seguimiento de las medidas necesarias para garantizar la salud y seguridad en el entorno de trabajo por parte del Comité de Seguridad y Salud, formado por cuatro miembros designados por la empresa y cuatro miembros designados por el Comité de Empresa.

En 2013 se han llevado a cabo las siguientes campañas de Prevención de la Salud:

- Prevención de la diabetes tipo II, con 29 participantes. El 93 % incorporaron los hábitos saludables propuestos.
- Buenas prácticas de nutrición y hábitos saludables (continuación de la campaña de prevención de la diabetes), con 21 participantes.
- Deshabituación tabáquica, con 39 participantes. Tras 3 meses de seguimiento, más del 50% consiguió dejar de fumar.
- Prevención del cáncer de próstata a todos los trabajadores mayores de 40 años. Se realizó un estudio a 218 trabajadores.
- Prevención de patologías derivadas de la utilización de ordenadores. Se adaptan todos los puestos de los trabajadores nuevos y se incluyen Equipos de Protección Individual (EPI), necesarios para prevenir daños, enfermedades y accidentes.
- Campaña de vacunación anti-gripal a 81 personas.
- Campañas informativas sobre la vacuna del virus del papiloma humano, en colaboración con la empresa Glaxo.
- Campaña informativa sobre la importancia de la dieta, del consumo de frutas y verduras y de la buena postura en el puesto de trabajo, en colaboración con la Asociación Española contra el Cáncer y la mutua Fremap.

Además se realizaron tres talleres:

- Higiene postural, ergonomía y gestión del estrés, con 21 participantes. El 100% ha solicitado repetir el taller por los resultados beneficiosos obtenidos.
- Taller de primeros auxilios.
- Taller recordatorio de utilización del desfibrilador.

Actividades deportivas y solidarias

El objetivo es incentivar a los empleados a hacer deporte, facilitando la participación en eventos lúdicos, deportivos y solidarios:

- 3ª Carrera Popular Solidaria de Hortaleza -Trofeo Menudos Corazones: "Corre con el Corazón" a favor de la Asociación Menudos Corazones, 300 participantes.
- Torneo interno de pádel en Madrid, con 40 parejas de **santalucía**.
- III Carrera de los Emprendedores a favor de la Fundación Créate. Participaron 30 empleados de **santalucía**.
- Asistencia 50 personas de **santalucía** al Centro de Entrenamiento de ADOP, Apoyo al Deporte Objetivo Paralímpico.

Bienvenida a los nuevos trabajadores

Programa de bienvenida para todos los trabajadores que se incorporan, en el que se les explican los riesgos a los que están sometidos en su puesto de trabajo, el funcionamiento del servicio de vigilancia de la salud y cómo está organizada la Prevención en **santalucía**. Se realiza un mini-taller práctico sobre adecuación del puesto de trabajo para evitar patologías laborales.

Realización de protocolos de utilización de pantallas de visualización de datos (PVD) para todos los trabajadores que se incorporan nuevos a puestos administrativos.

Conciliación de la vida profesional y personal

Teniendo en cuenta la situación particular de cada uno de nuestros empleados, en **santalucía** se promueven condiciones para que los trabajadores puedan conciliar su vida personal y profesional. En función de las necesidades y la organización se implementan iniciativas para aportar protección y bienestar a quienes conforman la compañía.

Constitución del Comité de Igualdad

Formado por ocho personas, entre representantes de la empresa y del Comité de empresa. Su objetivo principal es realizar un diagnóstico sobre la situación de hombres y mujeres en **santalucía,** para después diseñar el Plan de Igualdad.

Voluntariado Corporativo

Uno de los programas del Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa es el Voluntariado Corporativo, para dar respuesta a una necesidad manifiesta de los empleados. Queremos apoyar las inquietudes personales y promover la participación en proyectos sociales de ayuda a las personas y familias más necesitadas.

En 2013 se realizó la primera "Semana del Voluntariado" de **santalucía**, del 9 al 14 de diciembre, en la que participaron las tres ONG seleccionadas por los propios empleados para la colaboración de **santalucía**: Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), Cruz Roja Española y Cáritas Española. Se realizaron conferencias y visitas organizadas a los centros de estas entidades, en las que los trabajadores pudieron participar y conocer más de cerca su labor. Algunos empleados también hicieron de Reyes Magos por un día en la Fiesta de Reyes de la AECC, entregando regalos a los niños de la Residencia Oncológica de la entidad.

El objetivo en 2014 es elaborar junto con los empleados el primer Programa "SOMOS Voluntarios", para canalizar de forma sistemática la implicación activa en proyectos sociales de apoyo a la protección familiar.

Otras acciones en 2013

- **Mejoras para la comunicación y participación** implementación de acciones para incrementar el conocimiento interno entre las áreas, además de la comunicación y participación, en respuesta a los aspectos más demandados en el Estudio de Clima.
- **Implantación de tuideas:** Foro de Innovación para la mejora en los procesos internos con la participación de empleados de **santalucía**, de Agentes y Empresas Vinculadas.
- **Definición del Sistema de Gestión del Desempeño:** contiene una autoevaluación y evaluación del superior jerárquico, para potenciar el reconocimiento de los trabajadores y la detección de áreas de mejora.

4.3. Mediadores

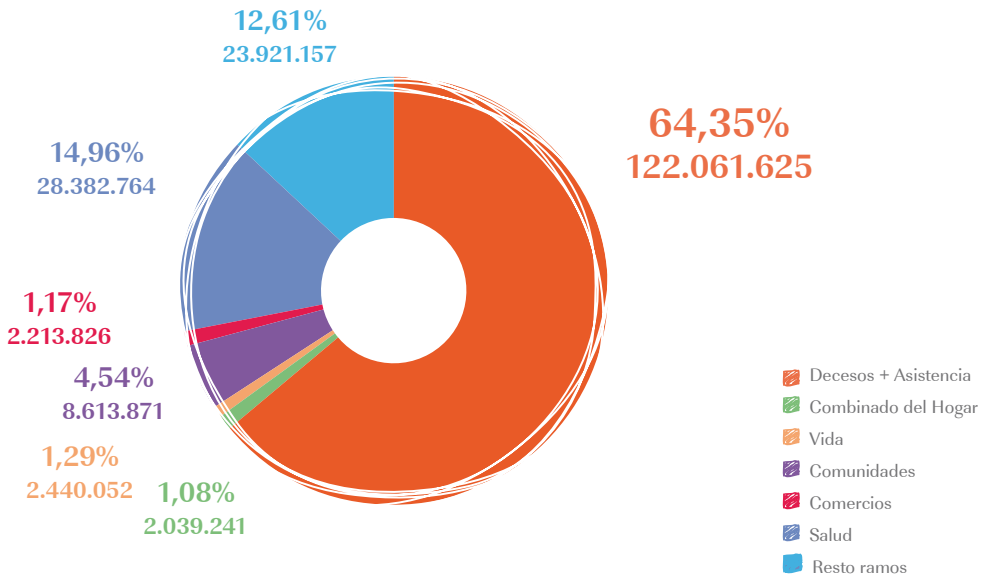
Los compromisos con los mediadores se basan principalmente en el mantenimiento de la cartera, utilizando para ello las mejores prácticas comerciales, primando la atención al cliente en el desarrollo comercial establecido en los objetivos anuales.

santalucía cuenta con una red exclusiva compuesta por cinco Sociedades de Mediación que representan el 98,14% de la distribución, y agentes ubicados en las localidades de Albacete, Cartagena, Girona, Ibiza, Miranda de Ebro, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife.

La principal tarea de los agentes exclusivos es la comercialización y mantenimiento de la cartera de productos que pone a su disposición **santalucía**.

Indicadores clave: volumen de ventas	2013
Nuevas Pólizas	335.860
Primas (en miles €)	189.672, 54 €

Distribución de primas de nueva producción



La formación como prioridad

Los mediadores reciben formación bajo diferentes formatos, ya sea presencial, a distancia o en las tres Escuelas de Habilidades, Negocio y Formadores del nuevo Plan de formación Corporativo.

En la Escuela de Negocio se ha trabajado durante 2013, en colaboración con el Área Comercial, para identificar las mejores prácticas gerenciales y a través de un equipo multidisciplinar se ha diseñado el programa continuo que abarca cuatro fases: la creación del equipo, las relaciones, el negocio y el *mentoring*.

La formación nos permite actualizar herramientas y recursos

Tipo de formación y cursos	2013
FORMACIÓN PRESENCIAL: SOCIEDADES DE MEDIACIÓN Y ACCEPT@	
Nº Cursos	399
Nº Horas lectivas	3.927,7
Media cursos/año	2,5
Duración media en horas	4 horas
% contenidos nuevos productos y novedades	31%
CURSOS EN SEDE SOCIAL: DESARROLLO PLANES DE CARRERA	
Nº Cursos Aspirantes a Responsables	4
Nº Cursos Inspectores	4
Nº Cursos Administrativos	2
Nº Cursos Aspirantes a Inspectores	5
Media satisfacción	8,8/10
CURSOS EN ZONA: FORMACIÓN DE FORMADORES	
Media de cursos por formador	37
Media de horas por curso	4
Media de asistentes por curso	12
FORMACIÓN A DISTANCIA: CONTINUIDAD FORMACIÓN PRESENCIAL	
Nº Cursos	2
Total de participantes	1.962
% Finalización cursos	79,7%
CUMPLIMIENTO LEGISLATIVO	
Nº personas Formación Inicial (colaboradores comerciales)	2.500
Nº Horas Formación inicial auxiliar externo	50
Nº personas Formación Prevención Blanqueo de Capitales (Incluidos trabajadores de Agencias, accept@, Sede Social, Centros de Contratación y Responsables Comerciales)	2.500
% Participantes que finalizaron formación	90%
Nota media	9/10

Formación a medida

Formación a medida	Cartera	Piloto de Rentas	Seguros de Salud - Acuerdo comercial Corte Inglés
Nº Cursos	12	14	1
Duración	54,6 horas	70 horas	14 jornadas
Nº Asistentes	412	217	188

Comunicación continua

Con los mediadores mantenemos un contacto continuo, utilizando una gran variedad de medios: reuniones periódicas de análisis de resultados, sesiones de formación presenciales y a distancia, comunicaciones escritas vía e-mail, cartas circulares y cualquier otro tipo de comunicación, como encuestas y consultas. Así conseguimos que se mantengan informados de todas las novedades, tanto en productos como en procesos que afectan a la labor diaria de comercialización. Las Agencias reciben también la revista corporativa "Nosotros".

Otras acciones en 2013

- **Alto nivel de participación en tú ideas**. De las más de 700 ideas recibidas, el Área Comercial y las Agencias que conforman las Sociedades de Mediación han realizado el mayor número de aportaciones con más de 180 ideas en mejoras de procesos, 139 en productos y 123 en nuevas ideas para la actividad comercial.

- **Desarrollo de santalucía contigo**. Iniciativa para aportar nuevo valor añadido a los asegurados, mediante la posibilidad de ahorrar de forma continua y sencilla en el gasto diario con descuentos en más de 30.000 comercios adheridos. Los Gerentes de las Agencias son los catalizadores de esta alianza con los comercios y establecimientos de su zona que resulten más interesantes para los clientes.

4.4. Sociedad

Estamos al servicio de la sociedad y por ello fomentamos aquellos comportamientos socialmente responsables y que contribuyen al bienestar social.

Los compromisos que adquirimos con la sociedad en la que operamos son:

Legalidad

Nuestros comportamientos respetan y garantizan la legalidad. Colaboramos y colaboraremos siempre en el cumplimiento de las leyes. No participamos en ninguna conducta o actuación en contra de esa legalidad.

Compromiso con el progreso y el bienestar de la sociedad

Hacemos lo posible por contribuir activamente en proyectos de contenido social que fomenten el bienestar y el progreso humano de la sociedad en la que llevamos a cabo nuestro negocio.

Sostenibilidad

Trabajamos por el desarrollo sostenible y tenemos siempre presente el respeto al medioambiente. Por eso, promovemos aquellos comportamientos o actuaciones que contribuyen a la mejora del medioambiente.

Para mayor detalle del desempeño medioambiental puede consultarse el apartado 4.6 Medioambiente

Programa Compromiso con la Sociedad

En 2013 se implantó el Programa Compromiso con la Sociedad, dentro del eje Comportamiento Responsable del Plan Director de RSC de **santalucía**. El objetivo ha sido reenfocar la colaboración en proyectos sociales en línea con la Misión de la Compañía de "protección familiar". Su implementación incluyó varias fases en 2013:

1. Diagnóstico de colaboraciones sociales vigentes.
2. Elaboración del Decálogo para la selección de proyectos de acción social en línea con la protección familiar.
3. Elección por parte de los empleados, mediante votación, de las ONG con las que colaborar, en base al Decálogo elaborado.
4. Definición de líneas de colaboración con las ONG seleccionadas.
5. Organización de la 1ª Semana del Voluntariado en **santalucía** con la participación de las entidades seleccionadas.

"Tú eliges a quién ayudamos": votación de los empleados para elegir a las ONG con las que colaborar

Definición de líneas de colaboración conjunta

aecc Contra el Cáncer

Apadrinamiento habitación de la Residencia AECC Madrid

- Conferencias y talleres con empleados.
- Campaña Regala un Socio.
- Sensibilización clientes y otros grupos de interés.

Cruz Roja

Apoyo Promoción del éxito escolar, entrega de meriendas niños en riesgo de exclusión

Barcelona, A Coruña, Sevilla y Valencia

- Difusión llamamientos de emergencia.
- Sensibilización clientes y otros grupos de interés.

Cáritas

Atención primaria a familias

Bilbao, Palma de Mallorca y Las Palmas de Gran Canaria

- Difusión llamamientos de emergencia.
- Campañas solidarias, conciertos de música y eventos con participación de los empleados.

Indicadores clave

Nº de empleados de **santalucía** y empresas colaboradoras convocados a votar entidades para colaborar	954
Nº de empleados de **santalucía** y empresas colaboradoras que participaron en la votación de entidades para colaborar	730
Nº de entidades seleccionadas en línea con la protección familiar	3
Aporte monetario para proyectos sociales (incl. integración laboral de personas con discapacidad)	249.404 €
Eventos y campañas con participación de los empleados	7

IMPACTO: Nº beneficiarios de los proyectos en los que colabora santalucía

Cruz Roja: meriendas en el programa Promoción del Apoyo Escolar en Barcelona, Valencia, Coruña y Sevilla	70 niños 18.072 meriendas/año
Cáritas: apoyo a familias de Bilbao, Canarias y Mallorca	430 familias
AECC: apadrinamiento de habitaciones en residencia oncológica	200 familias

Eventos y campañas con participación de los empleados

Alta implicación de los empleados en eventos deportivos y lúdicos para recaudar fondos propuestos:

- 40 parejas en el Torneo de Pádel a favor de la AECC.
- 100 asistentes al concierto a favor de Cáritas.
- 300 participantes en la carrera "Menudos Corazones".
- 30 participantes en la "Carrera de los Emprendedores".
- 50 visitantes al Centro de Entrenamiento de ADOP.

Aporte monetario a proyectos sociales

En 2013 se ha duplicado el total de nuestra aportación económica a proyectos sociales:

- Cruz Roja: meriendas en el programa Promoción del Apoyo Escolar en Barcelona, Valencia, Coruña y Sevilla: 15.000 €.
- Cáritas: apoyo familias en Bilbao, Canarias y Mallorca: 15.000 €.
- AECC: Apadrinamiento habitaciones en residencia oncológica de Madrid: 15.000 €.
- Torneo de Pádel interno, celebrado el 22 de junio a favor de la Asociación Española Contra el Cáncer: 1.000 € de donación.
- Carrera "Corre con el corazón", celebrada el 19 de mayo, a favor de la Asociación Menudos Corazones: 2.654 €.
- Carrera de los Emprendedores a favor de la Asociación Créate: 15.000 €.
- Donaciones en el concierto Miserere en Barcelona (750 €) y en el Concierto conmemorativo del Bicentenario del nacimiento de Richard Wagner (3.000 €) a favor de Cáritas.
- Compensación LISMI Sociedades de Mediación: 182.000 €.

Aporte en especie

- 450 kg de comida al Banco de Alimentos.
- Premio Solidario del Seguro a favor del proyecto 'Comer bien es divertido' de la Asociación Española Contra el Cáncer.
- 28 cajas de tapones y anillas para la Fundación Síndrome de West (336 kilos) desde que comenzamos la campaña en junio de 2013.
- Cesión de espacios de la sede central de **santalucía** para mercadillo solidario de Fundación Talismán.

Otras acciones en 2013

- **Reenfoque estratégico de la colaboración social:** alineamiento de la participación en proyectos relacionados con la Misión de protección y bienestar de las familias.
- **Participación de los empleados:** votación de los empleados y colaboradores en la definición de la colaboración social, las entidades y proyectos en los que participar.
- **Primera semana del voluntariado:** comenzamos a promover de forma organizada el voluntariado en **santalucía** y realizamos el primer evento con asistencia de ONG y visitas a sus centros.

Otras entidades con las que se ha colaborado en 2013:

- AFAD Valdepeñas
- Asociación URIBE COSTA
- ASPACE Granada
- Banco de alimentos
- Fundación ADECCO
- Fundación AFIM
- Fundación APROCOR
- Fundación CARMEN PARDO-VALCARCE
- Fundación Menudos Corazones
- Fundación Créate
- Fundación DOWN Madrid
- Fundación DOWN País Vasco
- Fundación PRODIS
- Fundación RANDSTAD
- Fundación TOMILLO
- Síndrome de West

4.5. Proveedores

El Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa 2013-2014 incluye un Programa denominado "Cadena de valor sostenible", cuyo propósito es elaborar un mapa global de proveedores de **santalucía**, integrando todos los Ramos, y definir criterios de comportamiento responsable para la contratación y selección de proveedores.

Los objetivos son prevenir y mitigar posibles riesgos que provienen de la cadena de valor y transmitir los valores de **santalucía** a sus proveedores y socios estratégicos.

Dado que la Compañía tiene una gran red de colaboradores, muy diferentes entre sí, es necesario realizar una clara segmentación previa para luego identificar los requerimientos exigibles en cada caso, según el tamaño, la escala y el nivel de riesgo de cada uno. Dado que se trata de una tarea compleja, implicará varios meses de trabajo durante 2014.

En esta Memoria se informa sobre la gestión de proveedores de Servicios Generales. Con el avance del proyecto y la sistematización descrita, el objetivo es comenzar a difundir información de cada Ramo a partir de 2015.

Sistema actual de selección de proveedores de Servicios Generales

A la hora de seleccionar proveedores, en nuestra Política de Compras los criterios utilizados son la calidad, el servicio, los costes y la sostenibilidad.

Proveedores de Servicios Generales	2012	2013
Climatización	3	3
Transporte	1	1
Material de oficina	2	4
Consumibles informáticos y equipos multifunción	2	2
Regalo Promocional	6	6
Artes Gráficas	6	6
Limpieza	6	6
Ascensores	2	2
Suministro Agua Embotellada	1	1
Seguridad	2	2
Gestión Postal	2	1

Otras acciones en 2013

- **Más papel FSC,** aumento del número de comunicaciones en soporte papel con certificación FSC e incorporando en los sobres corporativos el retorno de CO_2.

- **Fomento de la utilización de vehículos eléctricos,** para la entrega de valijas en nuestras oficinas. Está diseñado para operar en el centro de las ciudades mediante flotas compuestas por coches y motos eléctricas y bicicletas de carga asistidas eléctricamente. La primera ciudad en realizarlo es Murcia.

4.6. Medioambiente

Uno de nuestros compromisos con la sociedad es la Sostenibilidad, enfocado a trabajar por el desarrollo sostenible, teniendo siempre presente el respeto al medioambiente. Por eso, promovemos aquellos comportamientos o actuaciones que contribuyen a la mejora de la gestión de inmuebles y recursos.

Nuestro objetivo en materia medioambiental es disponer de instalaciones eficientes, consiguiendo ahorros energéticos y un menor impacto ambiental. Aplicamos gran cantidad de mejoras en nuestras instalaciones y, con las medidas adoptadas, además de ser más eficientes contribuimos a disminuir los efectos negativos del cambio climático.

Existe una diferencia apreciable respecto a los ahorros conseguidos en 2012 debido fundamentalmente a que en ese año se implementó una batería considerable de medidas de ahorro energético que lograron una notable reducción en el consumo respecto a años anteriores.

En 2013, no solo se han mantenido las ratios de 2012 (que era el objetivo primario), sino que se ha conseguido reducir aún más los consumos, mejorando la eficiencia de las medidas implantadas en 2012.

Indicadores clave	2012	2013
ELECTRICIDAD	**10 GWh/año**	**9,8 GWh/año**
Equivalente en energía primaria	26,03 GWh/año	25,50 GWh/año
GAS NATURAL	**4 GWh/año**	**3,9 GWh/año**
Equivalente en energía primaria	4,044 GWh/año	3,94 GWh/año
EMISIONES CO_2	**7.306 Tn/año**	**7.152 Tn/año**
Electricidad	7%	2%
Gas Natural	4%	2,5%
RECICLADO (Edificio Plaza España)		
Papel	12.775 kg	14.000 Kg
Pilas	10 kg	50 kg
Tóner	1.750 unidades	1.000 unidades

Nota: Se detallan los consumos de los edificios de **santalucía** (sede central y edificios de oficinas arrendados a terceros)

Medidas de mejora

Durante 2013, y siguiendo el trabajo que comenzamos en 2012, hemos continuado realizando diferentes iniciativas en nuestros edificios, dirigidas al ahorro en el consumo de recursos, a la minimización de emisiones atmosféricas perjudiciales y a la mejora de la gestión de residuos para garantizar el reciclaje.

Accesibilidad en Edificios

El objetivo es facilitar el acceso y la utilización no discriminatoria, independiente y segura de los edificios a las personas con discapacidades, cumpliendo las condiciones funcionales y de dotación de los edificios de oficinas propiedad de la Compañía situados en Madrid.

Buena práctica: Edificio de Julián Camarillo, 36

En el año 2013 se ha adquirido un nuevo edificio de oficinas en régimen de explotación o arrendamiento en Madrid situado en la calle Julián Camarillo Nº 36 con calificación energética valor "B" y certificación BREEAM con calificación "VERY GOOD", lo que pone de manifiesto una clara vocación por parte de la Compañía en la adquisición de edificios con una alta eficiencia energética y un bajo impacto medioambiental.

breeam

The Code for Sustainable Buildings

This is to certify that

Edificio para Servicios Empresariales, c/ Julián Camarillo, 36. Madrid, Spain

has achieved an interim score of 58.85%, and a BREEAM rating of

VERY GOOD

This design stage assessment was carried out under the 2008 version of BREEAM International Offices

breglobal

Certificado BREEAM para el edificio de Julián Camarillo, 36

Servicios generales

Consumo Papel y otros consumibles
1.000 cartuchos de tóner de impresoras.
1.700 cajas de 2500 hojas.

Huella de carbono
La huella de carbono de los 2.040.200 sobres de OTs especiales suministrados a **santalucía** equivale a 7.220,86 kg de CO_2, que han sido compensados mediante la compra de créditos de carbono en un proyecto de reforestación en Tanzania.

Otras acciones en 2013

- Ahorro en consumo energético y de agua en instalaciones.
- Reciclaje de papel y residuos contaminantes.
- Tratamiento y destrucción de refrigerantes no ecológicos.
- Utilización de refrigerantes ecológicos.
- Gestión de residuos generados durante obras de reforma, rehabilitación y adecuación de edificios / oficinas.
- Sustitución de agentes extintores con impacto negativo por otros más respetuosos con el medio ambiente.

5

"Un grupo coherente con la idea de protección"

La RSC en las empresas de Nuestro grupo: Ballesol y SOS

Forman parte del Grupo **santalucía** las siguientes empresas:

Ballesol: empresa líder en la gestión de residencias geriátricas para la tercera edad.

SOS: proveedor líder mundial de servicios de asistencia médico-sanitaria internacional y asistencia en viaje.

5.1. Ballesol y sus trabajadores

Indicadores clave

	Total trabajadores	Tipo de contrato		Edad (años)			Sexo	
		Temporal	Indefinido	18-45	46-55	>55	Mujer	Hombre
CENTRO-NORTE	1.522	143	1.379	979	422	121	1.400	122
MEDITERRÁNEO	837	286	551	586	183	68	754	83
SUR	350	96	254	303	45	2	324	23
TOTAL	**2.709**	**525**	**2.184**	**1.968**	**650**	**191**	**2.478**	**231**
PORCENTAJE		19,38%	80,62%	68,95%	24,00%	7,05%	91,47%	8,53%

Nacionalidad	Española	Peruana	Dominicana	Argentina	Colombiana	Ecuatoriana	Cubana	Rumana	Otras
CENTRO-NORTE	1.280	47	6	4	50	28	10	29	68
MEDITERRÁNEO	753	14	2	4	17	9	1	8	29
SUR	344	-	-	1	1	-	2	-	2
TOTAL	**2.377**	**61**	**8**	**9**	**68**	**37**	**13**	**37**	**99**
PORCENTAJE	87,75%	2,25%	0,30%	0,33%	2,51%	1,36%	0,48%	1,36%	3,65%

Datos a 31 de diciembre de 2013

Nuevas contrataciones

	Nuevas contrataciones	Edad (años)			Sexo	
		18-45	46-55	>55	Mujer	Hombre
CENTRO-NORTE	1.039	897	115	27	931	108
MEDITERRÁNEO	1.127	966	167	39	1.021	151
SUR	629	568	60	1	592	37

Estudio de clima laboral

En enero de 2013 se realizó el primer estudio de clima de la compañía, con participación del 38% de plantilla. Globalmente, el clima de trabajo de Ballesol muestra una situación normalizada en relación con las referencias globales de *benchmarking* y los resultados revelan una situación satisfactoria general.

Formación

Con una media de formación de 15 horas/año/persona distribuidas en tres bloques:

- Formación en desarrollo habilidades directivas: orientada a directivos y mandos intermedios.
- Formación para el personal de atención directa al residente: supone un 60% del total de la formación impartida, dirigida principalmente a personal gerocultor.
- Formación técnica, dirigida a todos los profesionales que necesitan acreditar una determinada cualificación técnica para el ejercicio de sus funciones: médicos, fisioterapeutas, psicólogos, etc.

La modalidad presencial es la más utilizada en el período, residualmente mixta y puntualmente *e-learning*.

Evaluación del desempeño

Ballesol ha evaluado el desempeño de sus trabajadores de manera sistematizada desde el año 2006 mediante el sistema de evaluación por competencias, de periodicidad anual, excepto para el personal de atención directa al residente, que se realiza de forma semestral. La evaluación no está vinculada de manera directa con la retribución.

En general, los responsables vienen evaluando a sus colaboradores de manera satisfactoria. Destacan en positivo las competencias de identidad corporativa y de orientación a resultados, que coincide con lo que se ha reflejado en el estudio de clima respecto al compromiso del personal de Ballesol.

Igualdad y diversidad

Nº mujeres	2.544
Nº trabajadores mayores de 45 años	342
Nº personas con discapacidad	51

Aproximadamente un 60% es personal vinculado con contrato indefinido. Los trabajadores con contrato temporal tienen mayor rotación en general y sucede igual respecto al colectivo de personal con discapacidad que se haya incorporado para cubrir una situación de interinidad. Es por eso que no en todos los casos son las mismas personas que en 2012.

Comunicación interna

En 2013 se inició un proyecto de creación de una red social interna para tres colectivos profesionales, que se desarrollará durante 2014. Los objetivos son: agilizar la comunicación entre equipos y coordinar esfuerzos, compartir la información de forma fácil y segura, garantizando la confidencialidad, y mejorar la efectividad de los procesos y la productividad.

Bajas y reincorporación al trabajo

Total bajas maternidad	144
Total bajas paternidad	7
Total trabajadores reincorporados:	140
Hombres	7
Mujeres	133

Conciliación laboral y familiar

Teniendo en cuenta la esencia de la actividad de la empresa, que requiere la presencia y el contacto directo con los residentes 24 horas/365 días al año, Ballesol facilita el acceso al turno de trabajo que más se adecúe al interés de los trabajadores, dando prioridad para la cobertura de vacantes a los trabajadores en plantilla que hayan manifestado su deseo de cambiar de turno, para facilitar la compatibilidad con la vida personal y familiar.

5.2. SOS y sus trabajadores

Indicadores clave	Hombres	Mujeres	TOTAL
NÚMERO DE EMPLEADOS SEGÚN TIPO DE CONTRATO			
Contratos indefinidos	54	113	**167**
Contratos temporales	2	10	**12**
TOTAL EMPLEADOS	**56**	**123**	**179**
NÚMERO DE EMPLEADOS CONTRATADOS A TIEMPO PARCIAL			
TOTAL EMPLEADOS	**11**	**10**	**21**
NÚMERO DE EMPLEADOS DE NACIONALIDAD EXTRANJERA			
TOTAL EMPLEADOS	**-**	**-**	**14**
EDAD Y ANTIGÜEDAD DE LOS EMPLEADOS			
Edad media	41,52	38,79	**39,64**
Antigüedad media	0,68	7,17	**7,64**

Nota: El 100% de los empleados están cubiertos por un convenio colectivo.

Altas, bajas y transformación de contratos	Hombres		Mujeres		TOTAL
	Indefinidos	Temporales	Indefinidos	Temporales	
Altas	0	0	1	9	**10**
Bajas	5	2	4	4	**15**
MOTIVO DE LA BAJA					
Terminación del Contrato					**4**
Voluntarias					**9**
Despido					**-**
Jubilación					**1**
Muerte/Incapacidad					**-**
Otras					**1**
TOTAL BAJAS					**15**

Contratación a través de Empresas de Trabajo Temporal (duración del contrato)	Hombres	Mujeres	TOTAL
Menos de 1 mes	-	-	**0**
Entre 1 y 6 meses	5	7	**12**
Entre 6 y 12 meses	6	10	**16**
Más de 12 meses	-	-	**0**
TOTAL CONTRATOS	**11**	**17**	**28**

Horas de formación

SEGÚN PROCEDENCIA DEL MONITOR/TUTOR:		PROPIOS DE LA ENTIDAD	EXTERNOS A LA ENTIDAD	TOTAL
		0	664,00	**664,00**
SEGÚN LA METODOLOGÍA:	**PRESENCIAL**	**A DISTANCIA**	**E-LEARNING**	**TOTAL**
(en horario laboral)	230,00	-	-	**230,00**
(en horario no laboral)	-	434,00	-	**434,00**
TOTAL HORAS	**230,00**	**434,00**	**0,00**	**664,00**

Evaluación del desempeño

En 2013 se realiza a través del Portal del Empleado/Manager la Evaluación del Desempeño para los departamentos Médico, Informática, Recursos Humanos, Reaseguro, Administración, Producción y Marketing. Para estos departamentos, esta evaluación está ligada a la revisión salarial y a la retribución variable de sus empleados.

Además, en 2013 se planifican y realizan los trabajos para el lanzamiento, en 2014, de la Evaluación del Desempeño en las siguientes áreas: Asistencia en Viaje, Asistencia en Carretera, Asistencia Domiciliaria y GAN.

La Evaluación del desempeño está ligada a la revisión salarial

Comunicación interna

Se continúa con la distribución de la revista interna *"Inside"*, de elaboración interna por el Departamento de Recursos Humanos, con una periodicidad trimestral-cuatrimestral.

Se lanza con éxito, a modo de piloto, la funcionalidad del Gestor de Documentos del empleado, a través Portal del Empleado/Manager, en una primera fase para los Departamentos de Informática y Recursos Humanos.

Bajas y reincorporación al trabajo

Los niveles de incorporación y retención son del 99,5%.

Permiso de maternidad/paternidad	Maternidad			Paternidad
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Hombres
Número de empleados	6	0	**6**	2
Número de horas	2.779,00	0	**2.779,00**	133,00

Conciliación laboral y familiar

A pesar de ser una compañía que presta un servicio 24 horas al día, 7 días a la semana, en la mayoría de las líneas de atención al cliente, de forma general, el personal está adscrito a un turno fijo, siendo la rotación entre turnos mínima o excepcional, para cubrir determinadas situaciones punta.

5.3. Ballesol y la sociedad

En 2013 se ha dado continuidad a las acciones realizadas en el año anterior que son, fundamentalmente, de colaboración con entidades sin ánimo de lucro cuya actividad revierte en la atención a personas mayores y/o personas en situación de dependencia.

- **Campaña Solidaria** por la venta de la mascota del Programa "Personas Siempre" junto con la Fundación Alzheimer España, FAE. También se ha realizado el Programa de Formación OPRAL, Optimización de la Relación del Personal de Atención al Residente con Alzheimer.
- **Mercadillos solidarios** con Fundación Aladina (Cáncer infantil), Fundación AFAS (Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer) y Fundación Andex (Asociación de Padres de Niños Oncológicos de Andalucía).
- **Acuerdos de colaboración y patrocinio de eventos** de asociaciones que trabajan con enfermedades recurrentes en mayores (demencia, párkinson, enfermedades neurodegenerativas, etc.) como AFAL Contigo, Fundación Alzheimer Asturias, Fundación Alzheimer España, FAFAL, Federación AFA nacional (y sus sedes en Málaga, Valencia, Pozuelo de Alarcón y Alcobendas), Asociación Familiares con Párkinson, ATAM Telefónica y ONCE. La cantidad total recaudada y/o donada se sitúa en torno a 20.000 euros.
- **Participación en la "Operación Kilo" del Banco de Alimentos con la recogida** de 900 kilos de alimentos.

5.4. SOS y la sociedad

En 2013 SOS participó nuevamente en el "Camino Solidario de la Integración" con el objetivo de acompañar a personas con discapacidad de la Asociación ASPANIAS en algunas etapas del Camino de Santiago.

La iniciativa ha tenido amplia repercusión en medios de comunicación del sector seguros, locales de Galicia y a nivel nacional, promoviendo la sensibilización y difusión para una mayor integración de personas con discapacidad.

Además, SOS colabora con Médicos sin Fronteras con la compra de regalos de navidad a clientes.

6

"Esta Memoria refleja nuestra gestión sostenible"

GRI G4-20; G4-21

Sobre esta Memoria

Esta es la segunda Memoria de Responsabilidad Social Corporativa de **santalucía**, que recoge el informe de la gestión sostenible de la Compañía durante el ejercicio 2013. La hemos abordado respondiendo a los siguientes desafíos:

- Integrar y comunicar indicadores clave de sostenibilidad de **santalucía** para una mayor comparabilidad y precisión en el informe, tanto en los temas corporativos y como por grupos de interés, que permitan visualizar y evaluar la evolución año a año.

- Comunicar los indicadores de **Global Reporting Initiative (GRI)** siguiendo la *"Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad"* en su versión G4 y sus principios, según la cual la memoria ha de abordar aquellos aspectos que reflejen los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la organización y que influyan de un modo sustancial en la evaluación y decisiones de los grupos de interés.

- Reflejar el cumplimiento de los Indicadores RSC de ICEA, como datos específicos sectoriales sobre la gestión de aspectos de importancia para el negocio.

Perfil de la Memoria

La elaboración de la Memoria de RSC tiene una periodicidad anual. Este informe comprende el ejercicio 2013. La cobertura de la Memoria corresponde al desempeño de **santalucía** y se incluyen datos disponibles del desempeño de las empresas del Grupo: Ballesol y SOS (trabajadores y sociedad). Los resultados financieros de **santalucía** pueden consultarse en el Informe Anual 2013, disponible en la web **www.santalucia.es**

GRI G4-20; G4-21

En este ejercicio hemos diseñado indicadores clave para incrementar la consistencia de la Memoria. Por ese motivo, en algunos casos hay datos de 2013 que no tienen su correlato en 2012 ya que se trata de la primera vez que se sistematiza la medición.

Hemos actualizado el análisis de materialidad de **santalucía**, para enfocar la comunicación de los temas que reflejen los impactos significativos de la compañía y que son relevantes para los grupos de interés. El detalle puede consultarse en el apartado 3.3. Materialidad.

Informamos de la gestión con cada uno de nuestros grupos de interés, teniendo en cuenta los programas que se están llevando a cabo con cada uno de ellos, integrando y respondiendo a sus expectativas e intereses razonables.

Esta es la primera edición de la Memoria de RSC de **santalucía** en la que se reflejan los Indicadores del Global Reporting Initiative (GRI) siguiendo la Guía GRI en su versión G4, las pautas de cumplimiento para el criterio de conformidad en la opción "esencial". Los Principios del GRI para determinar el contenido nos han servido para organizar la información a transmitir a partir de las actividades de la compañía y las expectativas e intereses fundamentales de nuestros grupos de interés.

6.1. Índice de indicadores GRI

Cumplimentamos el Índice de **Global Reporting Initiative,** GRI, según la Guía G4 en la opción "esencial" y se reportan los indicadores requeridos para dicha opción. No se ha realizado verificación externa de la Memoria.

Contenidos básicos generales	Página/Sección/Información	Verificación Externa
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4-1 Declaración del máximo responsable de **santalucía**	Pag. 5-6 Carta del Presidente	NO
PERFIL DE LA EMPRESA		
G4-3 Nombre de la organización	Santa Lucía S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros	NO
G4-4 Marcas, productos y servicios.	Pag. 9-10 Quiénes Somos	NO
G4-5 Sede	Plaza de España 15, Madrid, España	NO
G4-6 Países con operaciones	España	NO
G4-7 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Persona jurídica. Sociedad Anónima	NO
G4-8 Mercados servidos	Pag. 9-11, **santalucía** supera los 7 millones de clientes a los que prestamos servicio en España a través de 400 agencias y más de 9.000 colaboradores	NO
G4-9 Dimensiones de la organización	Pag. 11-12 2.2. Cifras clave 2013	NO
G4-10 Empleo	Pag. 36 Indicadores clave Empleados	NO
G4-11 Porcentaje de empleados cubiertos por una convenio colectivo	El 100% de empleados están cubiertos por un convenio colectivo	NO
G4-12 Cadena de proveedores de la organización	Pag. 53 4.5 Proveedores	NO
G4-13 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria	No se han realizado cambio significativos	NO
G4-14 Planteamiento o principio de precaución	Pag. 55 4.6. Medioambiente	NO
G4-15 Programas e iniciativas sociales, ambientales y económicos	Pag. 22 Adhesión al Pacto Mundial	NO

Contenidos básicos generales	Página/Sección/Información	Verificación Externa
G4-16 Principales asociaciones a las que pertenezca	Pag. 14 Somos miembro	No
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	El Informe Anual incluye las cuentas consolidadas de **santalucía** No incluye resultados o estados financieros de las empresas del Grupo y/o de empresas colaboradoras	NO
G4-18 Explicar el proceso para definir el contenido del informe y los aspectos a comunicar.	Pag. 24-25 3.3 Materialidad	NO
G4-19 Listar todos los aspectos materiales identificados en el proceso para definir el contenido del informe.	Pag. 24-25 3.3 Materialidad	NO
G4- 20 Cobertura. Para cada tema material informar si lo es para toda la organización	Pag. 24-25 3.3 Materialidad. Pag. 69-70 Perfil de la Memoria	NO
G4-21 Cobertura. Para cada tema material, informar si lo es por fuera de la organización.	Pag. 24-25 3.3 Materialidad. Pag. 69-70 Perfil de la Memoria	NO
G4-22 Efectos por la reexpresión de información de informes anteriores	No se han realizado cambios significativos	NO
G4-23 Cambios significativos relativos a periodos anteriores	Este año se incluyen indicadores clave en cada apartado con datos cuantitativos, el Indice de Indicadores GRI y los Indicadores RSC ICEA (al final del documento)	NO
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24 Listar los grupos de interés con los que la organización se relaciona.	Pag. 23 3.2 Diálogo con nuestros grupos de interés	NO
G4-25 Informe de la base para la identificación y selección de grupos de interés	Pag. 23 3.2 Diálogo con nuestros grupos de interés	NO
G4-26 Enfoques adoptados para el diálogo con grupos de interés	Pag. 23 3.2 Diálogo con nuestros grupos de interés	NO
G4-27 Principales preocupaciones y temas que hayan surgido del diálogo con los grupos de interés	Pag. 23 3.2 Diálogo con nuestros grupos de interés. Pag. 24-25 3.3 Materialidad	NO
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4-28 Periodo cubierto por la información incluida en el informe	2013	NO
G4-29 Fecha del informe anterior	2012	NO
G4-30 Ciclo de informe	Anual	
G4-31 Contacto para cuestiones relativas al informe	Pag. 76 Contacta con nosotros	NO
G4-32 Índice de contenidos GRI	Pag. 71-74 6.1. Indice de Indicadores GRI	NO
G4-33 Verificación externa	No se ha realizado verificación externa de la Memoria	NO
GOBIERNO		
G4-34 Estructura de gobierno de la organización	Pag. 13 Gobierno Corporativo	NO
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56 Describir los valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización	Pag. 19 La gestión de nuestra responsabilidad social corporativa. Pag. 22 Código Ético y de Conducta. En el capítulo 4. al comienzo de cada apartado se describen los compromisos con cada grupo de interés.	NO

Contenidos básicos específicos

ASPECTOS RELEVANTES Lista de aspectos relevantes (G4-19)	INFORMACIÓN Contenidos básicos específicos que corresponden a cada aspecto relevante, página de referencia, sección o información	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
CALIDAD Y EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 29 4.1. Clientes G4-PR5 Prácticas de satisfacción del cliente Pag. 30 Índice de satisfacción global, Recomendación a familiares/amigos, Contratación de nuevos productos Pag. 32 Nuevas funcionalidades web		NO
NUEVOS PRODUCTOS	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 29 4.1. Clientes G4-PR5 Prácticas de satisfacción del cliente Pag. 31 Lanzamiento de productos		NO
INNOVACIÓN EN PROCESOS	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 29 4.1. Clientes G4-PR5 Prácticas de satisfacción del cliente Pag. 30 Innovación en la relación y en nuevos productos Pag.32 Nuevas funcionalidades web ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 35 4.2. Empleados y Colaboradores G4-LA10 Programas de gestión de habilidades y formación Pag. 37-38 Mejoras para la comunicación y participación Pag. 39-40 Nuevo modelo para la formación		NO
GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 20 4.1. Clientes Pag. 30 Indicadores clave		NO
CLIMA LABORAL	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 35 4.2. Empleados y Colaboradores G4-26 Diálogo con los grupos de interés Pag. 37 El clima laboral en **santalucía**		NO
COMUNICACIÓN INTERNA	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 35 4.2. Empleados y Colaboradores G4-26 Diálogo con los grupos de interés Pag. 37-38 Mejoras para la comunicación y participación		NO
CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 35 4.2. Empleados y Colaboradores G4-LA2 Prestaciones sociales para los empleados Pag. 43 Conciliación de la vida laboral y familiar		NO
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 35 4.2. Empleados y Colaboradores G4-LA5: Porcentaje de trabajadores representados en Comités de Seguridad y Salud Pag. 41 La salud y seguridad de nuestros empleados G4-LA6: Absentismo Pag. 36 Indicadores de absentismo		NO
VOLUNTARIADO CORPORATIVO	ENFOQUE DE GESTION Pag. 48 4.4 Compromiso con el progreso y el bienestar de la sociedad G4-EC1 Valor económico directo generado y distribuido Pag. 43 El Voluntariado Corporativo		NO
RELACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS MEDIADORES	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 44 4.3. Mediadores G4-26 Diálogo con los grupos de interés Pag. 47 Comunicación continua. Pag.47 Otras acciones en 2013		NO
CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 48 4.4. Sociedad G4-EC1 Valor económico directo generado y distribuido Pag. 49-50 Programa Compromiso con la Sociedad: ""Protección Familiar"" G4-SO1 Programas de desarrollo, evaluación de impacto y participación en la comunidad Pag. 50 Indicadores clave / Pag. 51 Aporte monetario a proyectos sociales		NO
ÉTICA Y VALORES	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 5-6 Carta del Presidente de **santalucía** G4-56 Valores, principios, estándares y normas de la organización En el capítulo 4 al comienzo de cada apartado se describen los valores y compromisos con cada grupo de interés.		NO

Contenidos básicos específicos

ASPECTOS RELEVANTES Lista de aspectos relevantes (G4-19)	INFORMACIÓN Contenidos básicos específicos que corresponden a cada aspecto relevante, página de referencia, sección o información	OMISIONES	VERIFICACIÓN EXTERNA
CRITERIOS RSC EN LA GESTIÓN DE PROVEEDORES	ENFOQUES DE GESTIÓN Pag. 53 4.5 Proveedores G4-HR10 Distribuidores y contratistas analizados en materia de derechos humanos Pag. 54 Sistema actual de selección de proveedores	En la actualidad no se analizan los proveedores en materia de derechos humanos y se está trabajado en el Programa "Cadena de valor sostenible", para incluir criterios de comportamiento responsable en la contratación y selección de proveedores.	NO
POLÍTICA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL	ENFOQUES DE GESTIÓN Pag. 55 4.6 Medioambiente G4-EN3: Consumo energético interno / G4-EN6: Reducción del consumo energético / G4-EN15: Emisiones directas Pag. 55 Indicadores clave medioambiente G4-EN19: Reducción de las emisiones Pag. 56 Medidas de mejora		NO
REPUTACIÓN Y MARCA	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 9 Quiénes somos G4-56 Valores, principios, estándares y normas de la organización Pag. 5 Carta del Presidente		NO
PREVENCIÓN Y BLANQUEO DE CAPITALES	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 15 Gestión de riesgos G4-SO3 Riesgos, políticas y procedimientos anticorrupción Pag. 15 Gestión de riesgos	En 2014 el objetivo es publicar el Código Ético y de Conducta que incluye pautas para la aplicación del Manual de Prevención de Blanqueo de Capitales y Manual de la Unidad de Prevención de Blanqueo de Capitales de **santalucía**	NO
TRANSPARENCIA	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 29 Fiabilidad y Confianza G4-PR4 Regulaciones y códigos voluntarios relacionados con la información y/o etiquetado de productos Pag. 33-34 Transparencia en redes sociales. Nos comprometemos con la transparencia informativa, como un principio básico que debe regir nuestra actuación para transmitir información fiable a los mercados y a los grupos de interés, tanto financiera, como comercial y de cualquier otra índole. Así lo contemplamos como pauta de comportamiento en nuestro Código Ético y de Conducta que se ha publicado en 2014.		NO
BUEN GOBIERNO	ENFOQUE DE GESTIÓN Pag. 9 Quiénes somos G4-34 Gobierno Corporativo Pag. 13. Gobierno Corporativo. **santalucía** ha trabajado en 2013 en su Código Ético y de Conducta que se publicará en 2014 e incluye un apartado que refiere al compromiso del Consejo de Administración a realizar un análisis periódico de su estado e implantar medidas de mejora continua, si fuera necesario, incluyendo mecanismos de autorregulación y gestión de conflictos de interés. Asimismo, la compañía se encuentra analizando su posible adhesión a iniciativas sectoriales de promoción del buen gobierno corporativo.		NO
TECNOLOGÍA	La tecnología y su gradual integración en todos los procesos es un elemento clave para lograr nuestra meta de ofrecer mayor y mejor protección a nuestros clientes y a la sociedad a la que servimos con productos y servicios de calidad que aumenten la seguridad y el bienestar.	Se analizará la relevancia de este tema como indicador para el informe de 2015, dado que se integra en procesos internos puede ser un aspecto reportado en resultados del desempeño y no cabe desagregar esa información.	NO

Nota: Se refleja por primera vez el índice de Indicadores GRI y por ello no se ha incluido el suplemento del sector servicios financieros.

6.2. Indicadores RSC de ICEA

Grupo de interés	Indicadores	Página
CLIENTES	Índice de Satisfacción	30
	Número de nuevos productos o mejoras en los existentes	31
	Características nuevos productos o mejoras realizadas	31
	Adhesión a guías de UNESPA referidas a Clientes	22
DISTRIBUIDORES	Formación a mediadores	46-47
EMPLEADOS	Composición de la plantilla	36
	Temporalidad	36
	Antigüedad media de la plantilla	36
	Existencia y descripción del plan de Igualdad	43
	Formación adicional a la establecida por la ley	39-40
	Discapacidad % que supera la LISMI	36
SOCIEDAD	Existencia de una política medioambiental	55
	Voluntariado Corporativo	43
	Contribución a la sociedad	50-52
PROVEEDORES	Selección de proveedores bajo criterio de RSC	53-54

Contacta con nosotros

Sede santalucía:
Plaza de España, 15, Madrid

Web:
www.santalucia.es

Coordinación y redacción:
Departamento de Comunicación y RSC
santalucía

Fotografías:
Archivo fotográfico de santalucía

Déjanos tu opinión en:
rsc@santalucia.es

Edita santalucía
Los contenidos de esta publicación son propiedad de santalucía, quedando prohibida expresamente la reproducción, explotación, copia, modificación, comercialización, distribución, transformación o cualquier actividad que pueda realizarse con ellos, sin contar con la autorización expresa de santalucía, excepto que se indique lo contaría o su uso sea a título personal y no vulnere los derechos reconocidos a la Compañía por la legistación vigente.

santalucía
SEGUROS