



Informe anual integrado

2014

Informe anual integrado



Sumario

1 Visión			
de la Alta Dirección	4		
Carta del Presidente	5		
2 Nuestra identidad	10		
2.1 santalucía y su entorno	11		
2.2 Principales magnitudes	18		
2.3 Gobierno Corporativo	20		
2.4 La gestión de riesgos	24		
2.5 Código Ético y de Conducta	26		
2.6 Nuestros logros	27		
2.7 Reconocimientos	38		
		3 Nuestra forma de	
		entender los seguros	40
		3.1 Visión social de los seguros	41
		3.2 Modelo de negocio santalucía	43
		3.3 Nuestra actividad	45
		3.4 Gestión responsable	55
		4 Nuestros compromisos	64
		4.1 Cliente	65
		4.2 Empleados y Colaboradores	71
		4.3 Agencias	86
		4.4 Proveedores	90

4.5	Sociedad	94
4.6	Medioambiente	99
4.7	Nuestro Grupo: Ballesol y SOS	103

**5 Cuentas anuales
e inversiones 112**

5.1.	Balance	113
5.2.	Cuenta de pérdidas y ganancias	115
5.3.	Inversiones	116
5.4.	Gastos	126
5.5	Resultados	127

**6 Elaboración del
Informe e Indicadores 128**

6.1.	Perfil y alcance	129
6.2.	Materialidad	130
6.3.	Índice de Contenido GRI G4	132
6.4.	Indicadores RSC de ICEA	135

1 Visión de la Alta Dirección

Carta del Presidente de santalucía

Es para mí un honor presentar el primer Informe Integrado de **santalucía**, un documento que aúna el tradicional Informe Anual y la Memoria de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), con el propósito de ofrecer de forma integrada la visión de los seguros desde nuestra perspectiva, la prudencia y cuidado en la gestión de la compañía y cómo creamos valor entre nuestros grupos de interés.

Para **santalucía**, el seguro tiene un marcado valor social, en cuanto que ayuda a redistribuir las consecuencias de los siniestros y contribuye a mejorar la economía de las familias y las empresas. Desde hace 92 años, mantenemos una vocación de protección a las familias, si bien el contexto actual es cada vez más sofisticado y exigente, lo que nos mueve a trabajar al ritmo de esa transformación y a adaptarnos a las necesidades de nuestros grupos de interés con dinamismo y entrega.

Mantener la cercanía con nuestros clientes, empleados, colaboradores y con las necesidades de la sociedad en su conjunto, requiere estar muy atentos a las demandas y necesidades de las personas, y constituye la base de nuestra responsabilidad social corporativa.

Las cifras respaldan nuestra gestión, pues hemos crecido en primas devengadas frente al decrecimiento del sector, y hemos logrado aumentar el ahorro gestionado. Contamos con alrededor de siete millones de clientes y 547 empleados. Hemos aumentado por encima de

1. Visión de la Alta Dirección

420 nuestra red de agencias y oficinas de venta, y contamos con unos 8.000 colaboradores. Asimismo, para elaborar este Informe hemos hecho el esfuerzo de integrar, por vez primera, nuestras principales magnitudes de impacto económico, social y medioambiental en 2014, tales como el pago de impuestos, inversiones, colaboración en proyectos sociales y gestión de nuestro desempeño en términos sostenibles.

En el marco de Responsabilidad Social, en 2014 finalizó la implantación del Plan Director vigente, con un resultado muy significativo pues se alcanzaron todos los objetivos marcados. Se diseñó la evolución hacia nuevos objetivos para el periodo 2015-2020, con un Plan estratégico a 5 años que nos permite continuar trabajando desde nuestro enfoque de responsabilidad con cada uno de los grupos de interés.

También quiero mencionar la continuidad del compromiso de **santalucía** con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y sus diez principios, reflejando en este Informe la comunicación de progreso 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, sectoriales así como generales, con especial énfasis en los temas que son relevantes para **santalucía**, nuestro negocio y las personas y colectivos con los que nos relacionamos. Para elaborar este informe hemos utilizado como guía el marco internacional para Informes Integrados del IIRC, así como el estándar del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, incluyendo el análisis de materialidad requerido.

Estamos en un momento de nuevas oportunidades y retos y de acelerada transformación, que nos brinda un escenario en el que consolidar nuevas estrategias. Para ello, seguiremos manteniendo la premisa de estar cerca de las personas y avanzar de la mano hacia la excelencia del negocio asegurador y la cultura propia de **santalucía**.

Carlos Álvarez Navarro
Presidente de **santalucía**



Informe Integrado 2014 santalucía

santalucía realiza este año su primer Informe Integrado, con el propósito de informar, de forma unificada y coherente, nuestra gestión sostenible del negocio con el compromiso responsable con nuestros grupos de interés.

Para responder a este objetivo, hemos seguido las pautas del Marco IIRC del International Integrated Reporting Council, que nos ha permitido ampliar la perspectiva integradora analizando los elementos y fases de generación de valor de nuestro negocio a nivel económico, social y ambiental.

El Informe también informa sobre:

- Indicadores de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4
- Indicadores de Responsabilidad Corporativa de ICEA





Nuestra identidad

2.1 santalucía y su entorno

Quiénes somos

santalucía es una compañía de seguros con más de 92 años de historia protegiendo a las personas. Contamos con más de 500 trabajadores, beneficios por encima de los 100 millones de euros, unas inversiones que superan los 4.000 millones de euros y un amplio catálogo de productos. Estamos especializados en la cobertura de riesgos que afectan al ámbito familiar y orientamos el negocio hacia nuestros clientes, para ofrecerles la más alta calidad de servicio. Somos líderes en Seguros de Decesos y Asistencia con un volumen de primas del 30,89% sobre el total del mercado y tenemos posiciones destacadas en el resto de ramos.

Nuestra identidad se asienta en una cultura de cercanía con los clientes y la sociedad para acompañar y dar respuesta a sus necesidades y preocupaciones. Y lo hacemos con una visión a largo plazo y una gestión prudente, potenciando nuestra capacidad de innovación.

Nuestra historia

En 1922 nace **santalucía**, en la calle Santa Lucía de A Coruña. En 1931 adopta la forma de sociedad anónima y en 1943 la generación anterior a la de los actuales gestores, pasa a dirigir y administrar la sociedad. En la Junta General de Accionistas del 17 de mayo de 2007 se confirma el nombre de la sociedad, girando desde esa fecha con el actual título de **Santa Lucía S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros**.



2. Nuestra identidad | 2.1 santalucía y su entorno



Hasta principios de la década de los 50, la primera sede social en Madrid estuvo en la calle de Preciados, fecha en la que se trasladó a la Gran Vía nº 68. En aquel momento **santalucía** comercializaba exclusivamente el **Seguro de Decesos**. En 1962 comenzó su apertura a otros ramos de seguro, empezando con el Seguro de Incendios y en 1973 con los Seguros de Vida.

En la sede social actual de **Plaza de España nº 15**, obra del arquitecto Juan Pan da Torre de 1967, se ha desarrollado la actividad de la Compañía en los últimos cuarenta años. Con el paso del tiempo y con la expansión de la empresa se detectaron necesidades de ampliación, por lo que a principios de los años 2000 se adquirió el edificio contiguo al actual, obra de los arquitectos Ignacio Vicens y José Antonio Ramos, construyéndose una moderna edificación que ha permitido la ampliación de las instalaciones de la Sede Social, remodelándose a continuación la anterior edificación y formando un conjunto comunicado de fachada a la Plaza de España de Madrid.

Grupo **santalucía**



Líder mundial de servicios de asistencia médico-sanitaria internacional y asistencia en viaje.



Empresa líder en la gestión de residencias geriátricas para la tercera edad.



FDF **santalucía** seguros Argentina.

La expansión internacional de **santalucía** comenzó en Argentina con la adquisición de FDF, trasladando así nuestro modelo de negocio a nuevos mercados.

Empresas Vinculadas



Iris Assistance colabora con **santalucía** gracias a su especialización en el tratamiento del siniestro. Permite ofrecer unas prestaciones con criterios de calidad muy altos, homogéneos y con una gran eficiencia en costes.



Accept@ supone el punto de encuentro entre el asegurado y **santalucía**, como Contact Center. Atiende y realiza todas las comunicaciones derivadas de la actividad aseguradora. Gestiona más de cuatro millones de interacciones al año.



Albia colabora con **santalucía**, entre otros proveedores, gestionando los servicios funerarios, velando por la calidad de servicio a los clientes del Ramo de Decesos y Asistencia de la Compañía.

2. Nuestra identidad | 2.1 santalucía y su entorno



PC Amigo tiene encargada la prestación de asistencia informática. Por un lado, el Servicio de Asistencia Informática que presta soporte a los asegurados y clientes externos; y por otro, el CAU (Centro de Atención a Usuarios), que da soporte a los usuarios de **santalucía** y de las empresas vinculadas.



GIH presta servicios de Gestión Contable, Fiscal, de Nóminas y Administración de Personal, Control Financiero y *Reporting*, así como Gestión de Relaciones Mercantiles.

Nuestra distribución: Canales

Canal Agencial

A través de cinco Sociedades de Mediación se gestionan más de 400 agencias y oficinas de venta. Supone aproximadamente un 98% de la actividad comercial.

Canal Agentes Exclusivos

Canal en pleno proceso de expansión, contando a cierre del ejercicio 2014 con siete agentes exclusivos en Albacete, Cartagena, Girona, Ibiza, Miranda de Ebro, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife. En el último tramo del ejercicio se han establecido las bases para el desarrollo comercial de este canal, conforme al Plan Estratégico DOCE/16.

Canal Corredores

Con más de 300 códigos de corredores registrados, este canal afronta su fase de consolidación, en la que se ha definido la estructura del canal de acuerdo con las posibilidades de desarrollo de nuestra organización.

Canal Directo

En el canal directo reside una de las grandes líneas de negocio a desarrollar dentro de la estrategia multicanal, explorando nuevos modelos de distribución acordes con la demanda del mercado.

Grandes Cuentas

Su misión es explorar nuevos mercados que se hagan operativos a través de acuerdos de distribución, gestión de grandes cuentas y affinities, en un contexto de mercado flexible y con una gestión muy ágil.

Visión del entorno y perspectivas

Siempre pendiente de las nuevas tendencias del negocio, **santalucía** incorpora los análisis que realizan las Asociaciones y Centros de Estudios del sector, entre los que destacan INESE Investigación, “Perspectivas del Sector Asegurador 2014-2015”; ICEA, “Ranking de entidades y grupos para el total seguro directo 2014” e “Informe de Coyuntura en el Sector Asegurador Español, 4º trimestre 2014”.

Sobre el Sector Asegurador

Visión General

A fecha de cierre de diciembre de 2014, el resultado del sector descendió un 0,73%, registrando un volumen de facturación de 55.485,79 millones de euros.

- En Vida se produce un descenso del 2,65% interanual, alcanzando los 24.839,27 millones de euros. El ahorro gestionado en este ramo se incrementa un 1,65% respecto a 2013.
- En No Vida se produce un crecimiento del 0,86%, alcanzando los 30.642,56 millones de euros desde enero. De estos:
 - Los seguros de automóviles descienden un 1,39%, registrando 9.882,11 millones de euros.
 - Los seguros de salud crecen un 3,52% interanual en volumen de negocio, alcanzando los 7.181 millones de euros.
 - Los seguros multirriesgos presentan un crecimiento del 0,20%, con 6.550,37 millones de euros.

- A cierre de 2014, el seguro de decesos presentaba 20,9 millones de asegurados, con un incremento del 0,7%. El volumen de negocio ascendió a 2.179,7 millones de euros (incluyendo garantías complementarias), con un crecimiento del 4,7% respecto al año anterior.

Fuentes:

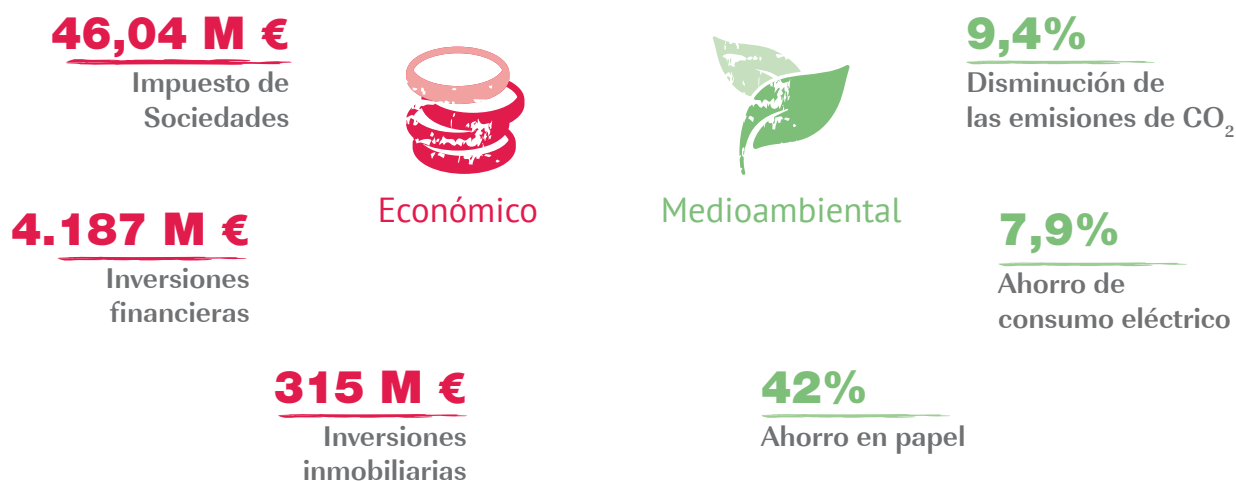
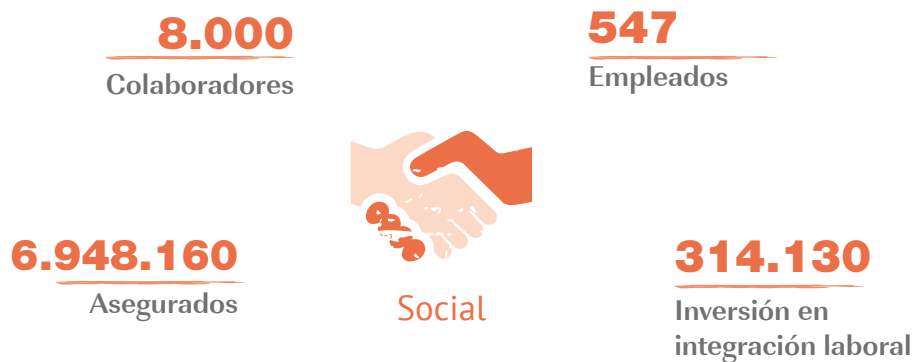
- Datos del sector, Vida, No Vida y Salud: "Evolución del Mercado Asegurador. Estadística a diciembre de 2014". ICEA.
- Datos sobre el seguro de Decesos: "El Seguro de Decesos. Año 2014". ICEA.

2.2 Principales magnitudes de santalucía



* En esta cifra no están incluidas 5.118 pólizas correspondientes a la producción de Pelayo, PPI, Asistencia en Viaje y Agrarios.

Impacto económico, social y medioambiental



2.3 Gobierno Corporativo

Consejo de Administración

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

Comité de Dirección

- | | |
|--|--|
| • Dirección General
Andrés Romero Peña | • Dirección Sistemas, Organización y Procesos
Edmundo Pico Rodríguez |
| • Subdirección General Comercial
Carlos Fabián Gallego Gómez | • Dirección de Recursos Humanos
Mireia García Fernández |
| • Subdirección General de Marketing
Emilio David Jiménez Castrillo | • Dirección de Desarrollo Corporativo
José Luis Ruiz Bellew |
| • Subdirección General Financiera
José Abellán Collado | • Dirección de Operaciones
Miguel Aceituno Sánchez |
| • Subdirección General de Inversiones
José Manuel Jiménez Mena | • Dirección Técnico-Actuarial
Sergio Real Campos |

Responsabilidades miembros Comité de Dirección

Subdirección General Comercial

- Estrategia comercial.
- Modelo de objetivos e incentivos por canal.
- Impulso al lanzamiento de nuevos canales de venta: agentes exclusivos y canal corredores.
- Liderazgo en acuerdos de comercialización.
- Cumplimiento del Presupuesto Comercial Anual, incluyendo Sociedades de Mediación.
- Estrategia de distribución por canal.
- Acuerdos de colaboración y alianzas.
- Aplicación de las estrategias de cliente: captación, fidelización y retención.

Subdirección General de Marketing

- Estrategia y lanzamiento de productos.
- Diseño de la estrategia de clientes: captación, satisfacción, fidelización y retención.
- Publicidad, patrocinios y eventos.
- Identidad Corporativa.
- Comunicación.
- Canal digital.
- Responsabilidad Social Corporativa (junto con la Dirección de Recursos Humanos)

Subdirección General Financiera

- Administración.
- Contabilidad.
- Consolidación de las cuentas del grupo.
- Fiscalidad.
- Reporting regulatorio.
- Compras y Servicios Generales.

Subdirección General de Inversiones e Inmuebles

- Políticas y límites de actuación de Inversiones en base a criterios de rentabilidad ajustada al riesgo.
- Políticas de actuación para la gestión del Patrimonio Inmobiliario.
- Estrategia Corporativa de Inversiones.
- Presupuesto de Ingresos y Gastos de inversiones financieras e inmuebles.
- Gestión de Balance mediante la definición de la estrategia conjunta de gestión de Activos y Pasivos (ALM).

Dirección de Sistemas, Organización y Procesos

- Garantizar la disponibilidad de las soluciones para dar continuidad al negocio.
- Adaptación de las soluciones a las necesidades de Negocio.
- Gestión de la demanda para reducir el *time-to-market* de las soluciones.

Dirección de Recursos Humanos

- Desarrollo del empleado y gestión del talento.
- Definir el marco de compensación y beneficios.
- Promover la adecuación de la persona al puesto a través de los planes de formación.
- Responsabilidad Social Corporativa (junto con la Subdirección General de Marketing)

Dirección de Desarrollo Corporativo

- Definir y asegurar la ejecución del Plan Estratégico.
- Expansión internacional.
- Desarrollo de alianzas.
- Exploración de oportunidades de fusiones y adquisiciones.

Dirección de Operaciones

- Establecer y desarrollar la estrategia de servicio al cliente, incorporando un valor agregado a través de una mayor calidad y satisfacción.
- Garantizar que la calidad del servicio proporcionado por **santalucía**, ya sea en la contratación como en la prestación de servicios, cumple con las expectativas y demandas del cliente.
- Optimizar los costes de los servicios y especialmente los pagos por prestaciones, para asegurar poder cumplir con los objetivos establecidos en el Presupuesto y en el Plan de Negocio.

Dirección Técnico-Actuarial

- Asegurar la rentabilidad de los productos a corto, medio y largo plazo, proponiendo medidas correctoras en caso de desviaciones en el resultado técnico de los productos.
- Elaborar y coordinar la ejecución del Plan de Negocio que garantice el cumplimiento del Presupuesto Anual.
- Disponer de una visión única de los productos ofertados al cliente posibilitando los productos multi-ramo.
- Definir y asegurar el cumplimiento de las políticas técnicas referentes a los productos (suscripción, cobertura de siniestros, renovaciones y mantenimiento de cartera).

Responsables de Área

• Asesoría Jurídica	Alejandro Pérez-Lafuente
• Auditoría Interna	Javier Aparicio Martín
• Planificación Presupuestaria y Control de Gestión	Agustín Delgado Provencio
• Riesgos	David Blázquez García
• Servicio de Atención al Cliente	Isabel Muñoz Lomo*

* Nombrada en 2015

2.4 La gestión de riesgos y control interno

La nueva normativa europea **Solvencia II** pretende mejorar la **protección a los asegurados** a través de una mayor sofisticación del análisis, la medición y la gestión del riesgo asegurador, tanto internamente como fruto de la labor de supervisión.

Para adaptarse a las exigencias de la nueva normativa, la compañía comenzó en 2011 la implantación de un ambicioso Plan Director con el objetivo último de promover una **disciplina corporativa de gestión de riesgos** cubriendo ampliamente los tres grandes bloques de requerimientos regulatorios:

1) Requerimientos **cuantitativos**

Definición, aplicación y documentación de las diferentes metodologías de valoración de activos, pasivos, fondos propios y requerimientos de capital regulatorio, así como el diseño y creación del entorno tecnológico y el sistema de calidad de datos que soportará la operativa necesaria.

2) Requerimientos **cualitativos**

Desarrollo de un sistema eficaz de gobernanza que garantice la gestión sana y prudente de la actividad aseguradora, incluyendo la creación de las estructuras organizativas necesarias y la elaboración de un total de 17 políticas, entre ellas las de las cuatro funciones clave exigidas por la normativa: Función de Gestión de Riesgos, Función Actuarial, Función de Cumplimiento

y Función de Auditoría Interna, además de la que regirá las exigencias en materia de Aptitud y Honorabilidad de las personas que dirigen de manera efectiva la empresa o desempeñan otras funciones fundamentales.

Además, se ha evolucionado el sistema de control interno hacia un sistema más vinculado a la realidad de los procesos, mejorando la eficiencia y la eficacia de la gestión de los riesgos relacionados con las operaciones.

3) Requerimientos de información

Ejecución de los desarrollos requeridos para la generación de información, tanto la que la entidad estará obligada a presentar al supervisor y al mercado, como la que se utilizará internamente en la toma de decisiones.

A lo largo de 2015 se espera dar por finalizadas todas las tareas de adaptación, de forma que el 1 de enero de 2016 la compañía esté totalmente preparada para la entrada en vigor de la normativa Solvencia II



2.5 Código Ético y de Conducta

En octubre de 2014 se publica el Código Ético y de Conducta de **santalucía**, enmarcado dentro del Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), como materialización del compromiso de la Compañía y su entorno. El objetivo es asegurar la aplicación de los más elevados estándares de excelencia desde una norma de autorregulación de conducta para todos nuestros empleados y directivos.

Adhesión

Un 92% de los empleados se han adherido al Código Ético y de Conducta, tras un proceso de formación específico. Para su difusión interna se han realizado 20 talleres departamentales. Además, se han realizado diferentes acciones de comunicación y se ha publicado en la web de **santalucía**.

Supervisión

Se ha creado el Comité Ético, como órgano de supervisión y control del cumplimiento del Código. Está formado por tres personas: un miembro de Asesoría Jurídica Corporativa, de Control Interno y, la tercera, perteneciente a Recursos Humanos.

Sus funciones principales son:

- Promover y fomentar la divulgación, difusión y observancia del Código.
- Orientar a los implicados en todas las posibles dudas que pudieran presentarse, así como escuchar y tramitar sugerencias.
- Facilitar, tramitar y gestionar un canal de comunicación directo y confidencial a todos los empleados para la posible realización de consultas, sugerencias o denuncias, para lo que se ha creado un buzón específico.

Buzón Ético

Todos los empleados tienen a su disposición un medio específico para comunicar dudas y para notificar posibles actuaciones no conformes con el Código Ético.

2.6 Nuestros logros



Unidad de Desarrollo Corporativo

- Estrategia de **santalucía** y empresas del Grupo en el horizonte 2016.
- **Plan Estratégico DOCE/16:**
Defensa | Optimización | Crecimiento | Expansión

Se concreta en **42** proyectos

8 proyectos de elevado
impacto en la cuenta
de resultados

- Calendario de trabajo.
 - Equipo de dirección.
 - Coordinado desde la Oficina de Proyectos
-
- Mejora de procesos. Por la búsqueda de excelencia en el servicio al cliente final han destacado especialmente: Prestaciones, Contratación y Emisión, Lanzamiento de Productos y Gestión de la Demanda.



Área Técnico Actuarial

- Comercialización de un Seguro de Decesos a **prima única**, con coberturas innovadoras como el **otorgamiento de testamento notarial**.
- Nuevo **Seguro de Empresas:**
Agrupa en un solo producto los riesgos de comercios y pymes.
- En Vida, más ventajas fiscales, seguridad y rentabilidad con la creación del Plan de Pensiones Individual, **santalucía Polar Equilibrado**.
- Lanzamiento del **Seguro Dental**, con una tarifa altamente competitiva.
- Programa de Reaseguro para el ejercicio 2015.



Comercial



Canal Agencial

- Reducción de la rotación de colaboradores gracias al Plan Avanza, junto a la implantación de la figura de los Gestores de Desarrollo Profesional.
- Implantación de los Gestores Comerciales Multiproducto, para mejorar y unificar procesos en la formación, seguimiento y desarrollo comercial de todos los equipos comerciales.

- Creación de las Zonas de Gestión de Cartera dentro del proyecto de Geomarketing, que permitirá un mayor control del estado de cartera en cada demarcación.
- Transformación de Agencias en Puntos de Venta, mejorando la rentabilidad y la operativa comercial.
- Incorporación de más de 30.000 comercios al programa “santalucía contigo”.
- Acuerdo con la Confederación Española de Comercios (CEC) para potenciar la acción de “santalucía contigo”.
- App iContigo.

Canal Corredores

- Definición de zonas y estructura del canal.
- Incremento del 13% en la facturación de este canal con respecto a 2013.

Canal Directo

- Incremento de la producción de Vida Riesgo del producto Plan Vida, a través del acuerdo con la plataforma telefónica Remark.

2. Nuestra identidad | 2.6 Nuestros logros

Agentes exclusivos

- Diseño del canal dentro del marco del Plan Estratégico DOCE/16.

Grandes cuentas

- Lanzamiento del canal a finales del pasado ejercicio. Se han iniciado contactos con grandes cuentas y affinities.

Inspección de Organización Técnica y Comercial (IOTC):

- Reducción del 10,78% en el número de recibos pendientes, lo que ha supuesto una reducción en las primas pendientes del 13,31%.



Marketing, Publicidad y Comunicación

- Lanzamiento de **proyectos estrategia cliente** que contribuyen a una bajada de la tasa de caída de cartera:
 - Centro de Retención de Clientes.
 - Centro de Prevención de Bajas de Clientes.
 - Plan de Fidelización.

- Política de orientación **360°** hacia el cliente:
 - Creación del **Departamento de Clientes**.
- Productos y Estudios:
 - Análisis, conceptualización y diseño de nuevos productos.
- Proyecto de **Identidad Corporativa**.
 - Desarrollo en 2015.
 - Busca situar a **santalucía** en un territorio fiel a su trayectoria.
- **Nueva web de santalucía**
- Actualización y lanzamiento de nuevas aplicaciones móviles.
- Definición y puesta en marcha de nuevas estrategias de Publicidad.
- Comunicación:
 - Proyectos de Comunicación Interna y Externa dentro del Plan Estratégico DOCE/16.
- Conceptualización y Diseño de la aplicación iHogar, que permite a los asegurados, entre otras cosas, notificar siniestros desde la propia aplicación.



Área Financiera

- Implantación del software **SAS AMB** en el marco del proyecto de **Gestión del Rendimiento Corporativo**.
- Medidas de adaptación a la regulación de EEUU, **FATCA** (Foreign Account Tax Compliance Act) de exigencia internacional.
- **Plan DOCE/16**: optimización de la gestión de compras y reducción del gasto con un resultado de:

Ahorro de **3,4 M €**
en licitaciones

Ahorro del **17%**
en gastos de desplazamiento



Área de Operaciones

- Creación del Centro de Atención al Mediador.
- Grabación de solicitudes de Hogar, Mascotas y Salud Dental en los puntos de venta.
- Digitalización documental de expedientes de siniestros y solicitudes de Vida-Riesgo.
- Implantación de Aulas y Talleres de Conocimiento, especializados en materias operativas.
- Preapertura de siniestros en las Agencias.
- Gestión de las notificaciones recibidas a través de la aplicación iHogar. En 10 meses, estas notificaciones han pasado de 10 a 752.



Atención al Cliente

- Menos del **4 %** de las quejas y reclamaciones tramitadas en el Servicio de Atención al Cliente (SAC) se elevan a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.
- Incremento de medio punto porcentual del número de expedientes respecto a 2013.
- A diferencia de otras aseguradoras, el SAC proporciona **atención presencial** en la sede social.



Área de Inversiones

4.504 M €
en inversiones gestionadas

552 M € de
plusvalías latentes, con un
incremento del **62,95%**

- Se completa la reorganización de la Subdirección General de Inversiones, con la incorporación de personas de alto valor en puestos clave y una adecuada segregación de funciones:
 - **a.** Inversiones Financieras: Front Office - Middle Office - Back Office
 - **b.** Inmuebles: Departamento Técnico - Administración y Gestión
- Creación del departamento de Gestión de Renta Variable.
- Se potencian las funciones del departamento de Middle Office y de gestión de Activos y Pasivos (ALM).
- Se automatizan procesos y nuevos sistemas de gestión de riesgos.



Asesoría Jurídica

Descenso del **17,17%**
del número de expedientes
gestionados

Descenso del **13,18%** de
los costes judiciales asociados

Entre los mejores resultados del sector:

72,36% sentencias total
o parcialmente favorables

Absuelto del **71,05%**
de la totalidad de las
cantidades reclamadas

- Aprobación del **Modelo de Prevención Penal** por el Consejo de Administración.
- Aprobación del primer **Código Ético y de Conducta** de la Compañía.
- Creación del **Comité Ético**.



Recursos Humanos

- Creación del Dpto. Corporativo de Procesos y Tecnología de RR.HH., para apoyar la estrategia de personas, impulsando la implantación de sistemas de información para la gestión de recursos humanos. En 2014 se ha trabajado en la definición (para lanzamiento en el primer trimestre de 2015) del módulo de Gestión de Tiempos para **santalucía** y la implantación de Success Factors para el lanzamiento corporativo del proceso de Gestión del Desempeño y Dirección por Objetivos.
- 2º Estudio de Clima y Compromiso
- Implantación de la plataforma **Platón** de e-learning.
- **Programa de Formación Ser Líder** para todos los directivos y mandos.
- Implantación de la nueva política retributiva de los empleados.
- Definición y piloto del **Sistema de Gestión del Desempeño, Desarrollo de Personas y Gestión del Talento**, para su implantación en 2015.

2. Nuestra identidad | 2.6 Nuestros logros

- **Espacio de innovación para empleados tñideas.**
- Aprobación del **Plan de Igualdad 2014-2016** y entrada en vigor de medidas de conciliación y protocolo de acoso.
- Acuerdo con la **Fundación ONCE** para la integración laboral de personas con discapacidad en **santalucía** y sus empresas colaboradoras.
- Acuerdo con **Fundación Adecco** para llevar a cabo un programa de mentoring con universitarios con discapacidad.



Auditoría Interna

Supervisión conforme al **Plan de Auditoría**, fundamentado en el análisis de los niveles de exposición al riesgo en la actividad del grupo:

- Supervisión del sistema de control interno.
- Verificaciones en materia de información financiera.



Riesgos

Revisión y ampliación del actual **marco de Control Interno**:

- **Análisis** de los procesos llevados a cabo en la Compañía.
- **Identificación de los riesgos asociados.**
- **Sistematización de los controles** necesarios para su mitigación, en colaboración con las Áreas implicadas.
- **Elaboración de la Política de Control Interno.**
- **Evaluación del impacto estratégico** de los riesgos operacionales.



Sistemas, Organización y Procesos

- Desarrollo tecnológico para la comercialización y gestión de nuevos productos lanzados de Hogar, Rentas, Empresas, Salud, Salud Dental, Depósito Estructurado, Comunidades para Corredores, etc.
- Desarrollo tecnológico y puesta en marcha de la **nueva web corporativa**, con nuevos procedimientos de presupuesto y contratación.
- Desarrollo tecnológico de la aplicación iHogar.
- Creación del departamento **Centro de Competencia SAP y Aplicaciones Financieras/RR.HH.** e implantación de:
 - Nuevo modelo de costes ABC, modelo de Reporting Regulatorio requerido por Solvencia II, nueva aplicación de gastos de viaje o módulo estándar de Gestión de Tiempos.

Proyectos de soporte a usuarios

- **Gestión de Accesos e Identidades:**
Sistema que dará visión a los responsables de Área del valor que aporta cada persona según la utilización que hace de las aplicaciones y mostrará el riesgo que es asumido por cada usuario.
- Plan DOCE/16: **Adaptación de los desarrollos para movilidad:**

18 proyectos y **38** iniciativas



Departamento de Responsabilidad Social Corporativa

- Implantado el **Plan Director 2013-2014**, que sistematiza la RSC y su vinculación con el negocio.
- Sistema propio de medición y evaluación de la Responsabilidad Corporativa con más de 120 indicadores de **santalucía**, del sector asegurador y de estándares internacionales.
- Revisión de las **cláusulas contractuales y de los criterios de exclusión** en nuestros servicios, bajo parámetros de RSC.
- Diseño del **Mapa de proveedores y colaboradores**, identificando el nivel de riesgo de cada uno de ellos.
- Proyecto **“Tú eliges a quién ayudamos”**, donde nuestros empleados proponen y votan los proyectos sociales en los que **santalucía** colabora.

1.428 Empleados y colaboradores participantes

10 Proyectos seleccionados

- Publicación de la segunda **Memoria de RSC**.
- Desarrollo del **Piloto de Voluntariado** en Madrid como ejercicio para diseñar el Programa de Voluntariado Corporativo a nivel nacional.



Adaptación a Solvencia II

Medidas tomadas para cumplir con los requerimientos de la directiva europea, y que ha supuesto la implicación de diferentes áreas y departamentos:

Riesgos

- Valoración de los requerimientos de capital regulatorio (Pilar I).
- Gobierno del riesgo (Pilar II).
- Generación de información interna y externa (Pilar III).
 - Colaboración en la ejecución del estudio interno de impacto cuantitativo.
 - Realización del primer informe FLAOR, así como definición y documentación del proceso ORSA.
 - Avances en la implantación de la herramienta SCR con la que se valorarán los requerimientos de capital regulatorio, margen de riesgo y capital económico.
- Definición de los procesos para dar cumplimiento a todos los requerimientos regulatorios de Solvencia II en **santalucía**.

Auditoría Interna

- Desarrollo del ámbito del Pilar II cualitativo y marco de gestión.
- Soporte para la elaboración del *reporting* regulatorio de Solvencia II.

Área Técnico Actuarial

- Colaboración con UNESPA y con la DGS en la definición del modelo Decesos bajo Solvencia II.

Sistemas, Organización y Procesos

- Desarrollos SAP para Solvencia II
- Desarrollo SAP BFC para el *reporting* regulatorio.

Área Financiera

- Coordinación y gestión de la información para la elaboración del *reporting* de Solvencia II.
- Inicio de proceso de extracción automática de datos que culminará con la implantación de la herramienta informática SAP BFC.

2.7 Reconocimientos

Rankings. Datos ICEA a enero de 2015	
Seguro de Decesos:	Situados en primera posición, con una cuota de mercado del 30,98% y un crecimiento en primas con respecto al año anterior del 3,97%.
Seguro Multirriesgo del Hogar:	Situados en 4ª posición, con una cuota de mercado del 5,55% y un crecimiento en primas con respecto a 2013 del 2,27%.
Seguro No Vida:	Situados en 7ª posición, con un incremento en primas con respecto al año anterior del 3,24% y una cuota de mercado del 3,46%.
Seguro Vida:	Situados en 23ª posición, con un incremento con respecto a 2013 del 3,47% en primas y una cuota de mercado del 0,83%.
Seguro de Salud:	Situados en 26ª posición, con un crecimiento con respecto a 2013 del 36,16% en primas y una cuota de mercado del 0,27%.

Premios y certificaciones

Finalistas en la V edición de los Premios Corresponsables con nuestro Plan Director de RSC 2013-2014 “Protección y Bienestar familiar”, y los Telefónica Ability Awards, con nuestra política de reclutamiento y selección de personas con discapacidad.



3 Nuestra forma de entender los seguros

3.1 Visión social de los seguros



* El Seguro en la Sociedad y en la Economía Españolas, AFI, Fundación Mapfre, 2013

En **santalucía**, evolucionamos continuamente para adaptarnos a esas nuevas necesidades y demandas, para buscar nuevos segmentos, nuevos mercados y ampliar los canales de comercialización. Un ejemplo de ello es una de las últimas apuestas de la compañía en potenciar los productos de previsión social complementaria, desde seguros de vida ahorro a planes de pensiones.

El reto del lenguaje claro

Uno de los desafíos del sector es afrontar el desconocimiento general de lo que significan e implican los seguros, las coberturas y las características de las pólizas, que continúan siendo desconocidas para gran parte de la población española.

Apuesta de **santalucía** por el lenguaje claro y la transparencia.

Lenguaje claro



Facilitar la comprensión de las coberturas y características de la póliza

Ofrecer mayor y mejor protección a la sociedad a la que servimos

Transparencia



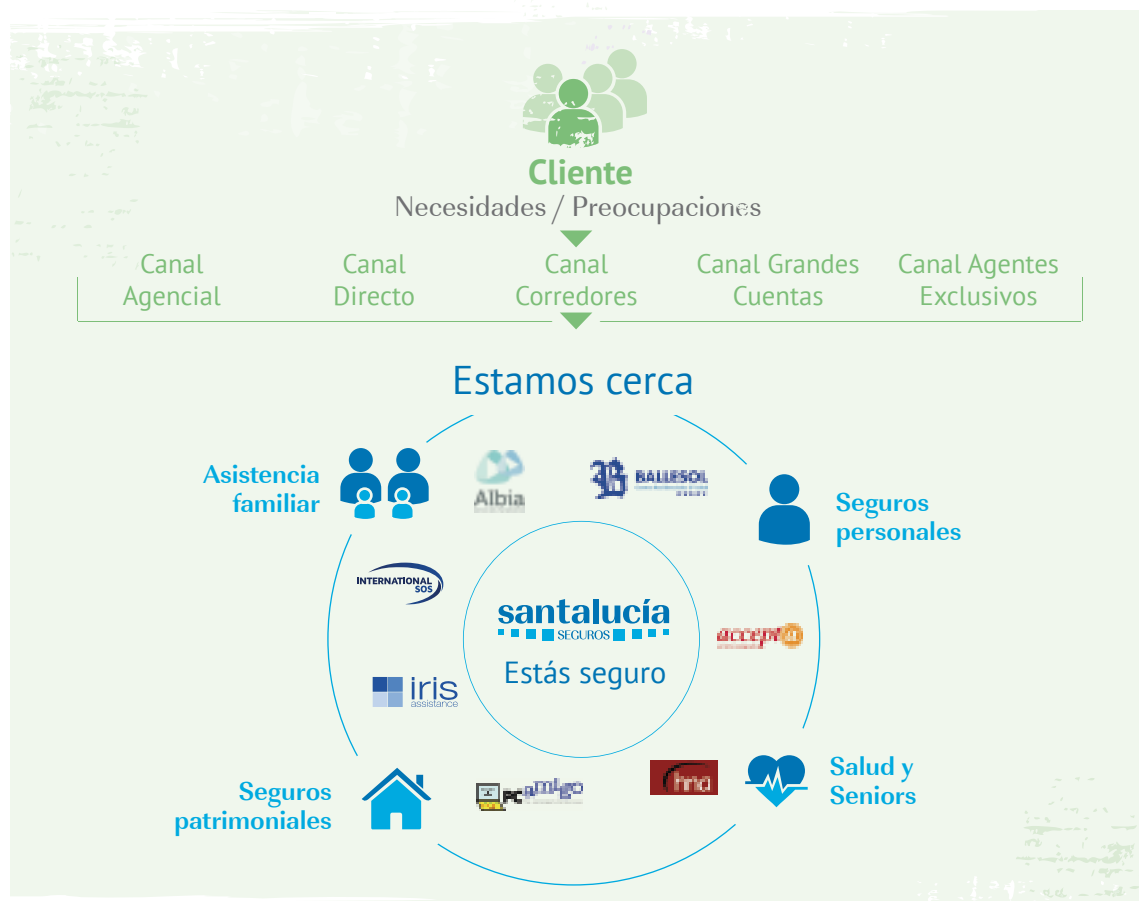
Aunque ofrecemos algunos productos técnicamente complejos, la información al cliente es clara, sencilla y transparente.

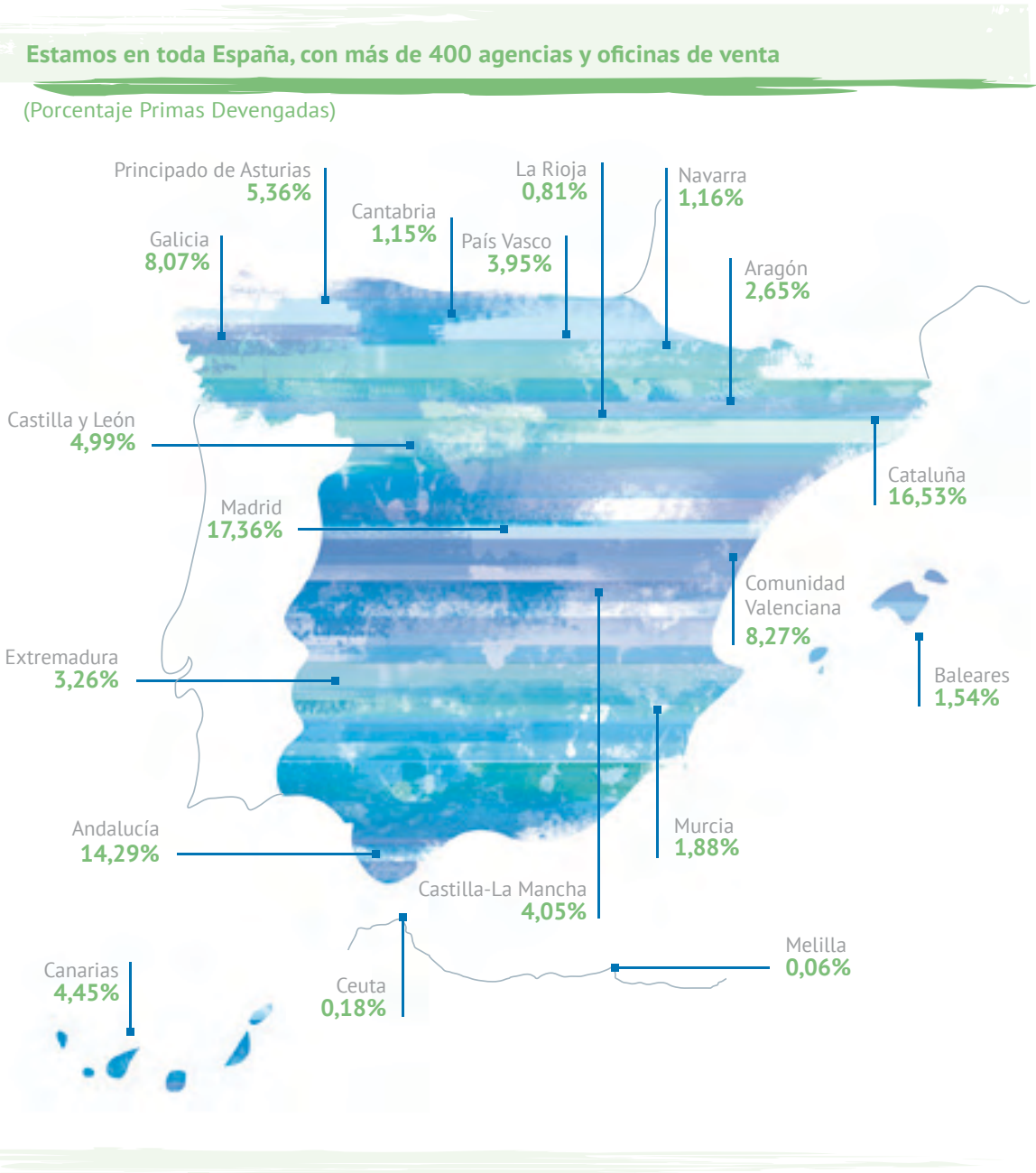
Tenemos la obligación de trabajar en la comprensión fácil y accesible de los mismos

3.2 Nuestro negocio

“Estamos cerca, estás seguro”

Nuestra forma de estar cerca del cliente es ofreciéndole toda la protección que necesita, con nuestra experiencia en toda la gama de seguros en Asistencia Familiar, Seguros Personales, Seguros Patrimoniales, Salud y Seniors.





3.3 Nuestra actividad

Primas Devengadas

Primas devengadas del ejercicio 2014 del seguro directo y reaseguro aceptado

Total primas devengadas del ejercicio 2014

1.274.153.294 €

Crecimiento del

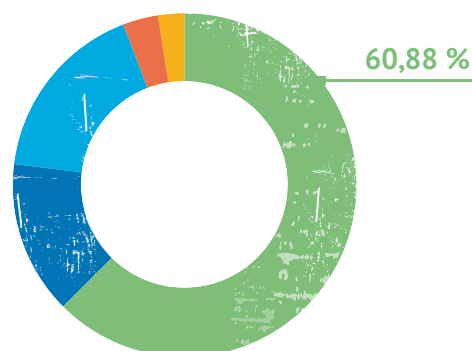
↑ 1,33%

(16.718.047 euros
más que en 2013)

Frente a un decrecimiento
del sector del

↓ 0,73%

Primas devengadas



■ Asistencia familiar

■ Vida

■ Hogar

■ Resto multirriesgos

■ Otros ramos

3. Nuestra forma de entender los seguros | 3.2 Nuestro negocio

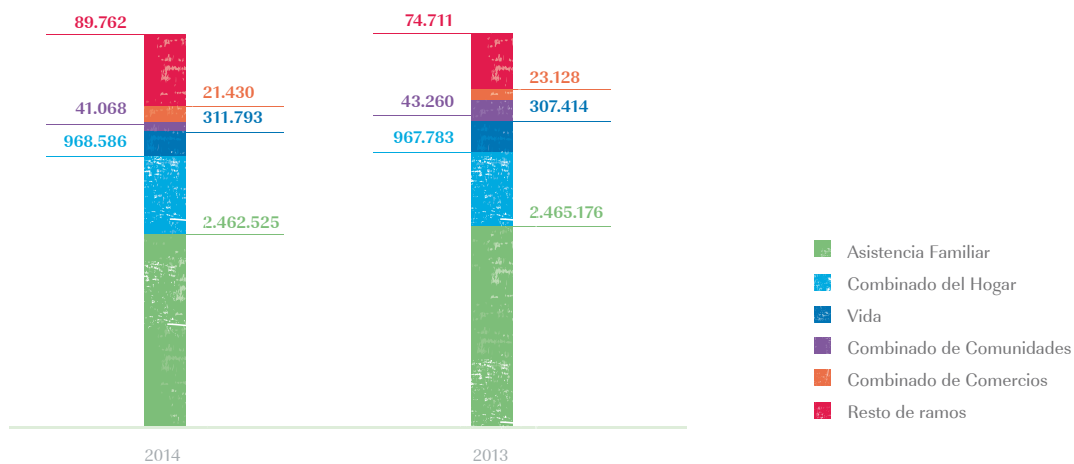
Seguros	Primas Devengadas 2014	Variación absoluta 2014-2013	Variación relativa 2014-2013	Estructura	
				2014	2013
Decesos	644.701.703	24.579.820	3,96%	50,60%	49,32%
Asistencia	95.720.391	600.251	0,63%	7,51%	7,57%
Accidentes	35.784.082	-162.653	-0,45%	2,81%	2,86%
Resp. Civil	4.249.641	29.804	0,71%	0,33%	0,34%
Hogar	212.831.727	4.569.546	2,19%	16,70%	16,56%
Comunidades	31.247.937	-1.402.442	-4,30%	2,45%	2,60%
Comercios	8.485.371	-361.781	-4,09%	0,67%	0,70%
PYMES y Talleres	3.293.510	-235.051	-6,66%	0,26%	0,28%
Otros ramos	2.043.876	71.124	3,61%	0,16%	0,16%
Salud	20.533.618	5.349.707	35,23%	1,61%	1,21%
Total no Vida	1.058.891.856	33.038.325	3,22%	83,11%	81,58%
Total Vida	213.577.110	-16.438.864	-7,15%	16,76%	18,29%
Total Seguro Directo	1.272.468.966	16.599.461	1,32%	99,87%	99,88%
Reaseguro Aceptado	1.684.329	118.586	7,57%	0,13%	0,13%
Total	1.274.153.294	16.718.047	1,33%	100,00%	100,00%

Cartera de pólizas

De la actividad comercial realizada en el ejercicio 2014, resulta que la cartera total a cierre del ejercicio asciende a:

Pólizas	Respecto 2013
3.895.164	↑ 0,35%

Número de pólizas en cartera, desglosado por ramos



Ventas de la compañía en el ejercicio 2014:

- **342.571** pólizas nuevas
- Incremento del nivel de captación en un **2%**

- **329.431** bajas
- Reducción del nivel de abandono en un **20%**

13.140
Pólizas líquidas

Seguro de Vida

Pólizas

311.793

Incremento del **1,4%**
en pólizas, respecto a 2013

Primas devengadas

	Importe		% Variación	% Sector
	2014	2013		
Ahorro	194.371.609,70	211.776.109,86	-8,22%	-3,57%
Riesgo	19.205.499,93	18.239.863,34	5,29%	3,61%
	213.577.109,63	230.015.973,20	-7,15%	-2,65%

En los **productos de riesgo** se destaca el crecimiento en primas devengadas:

19.205.499 €

Primas devengadas

Crecimiento con
respecto a 2013 del

5,29%

3,61%

Crecimiento
del sector

En los **productos de ahorro** se ha producido una disminución de un 8,22% en primas devengadas, fundamentalmente motivado por los bajos tipos de interés existentes en el mercado, que hacían poco atractiva la oferta de productos a los asegurados.

Otros productos de Vida

En noviembre de 2014 se lanzó al mercado el plan de pensiones **santalucía Polar Equilibrado** que se encuadra en la categoría de renta variable mixta, centrado en inversiones nacionales e internacionales en renta variable y renta fija.



Ahorro captado

933.853,71 €

Planes vendidos

208

Seguros no Vida

Asistencia Familiar

La cartera de este seguro a cierre del ejercicio 2014 asciende a:

Primas devengadas

774.711.831 €

Aumento respecto
a 2013 del

3,32%

2.462.525

Pólizas

3. Nuestra forma de entender los seguros | 3.3 Nuestra actividad

La facturación de los dos últimos ejercicios, se detalla en el siguiente cuadro:

	2014	2013
Seguro Principal	644.701.702,81	620.121.882,87
Seguros Complementario	130.010.229,34	129.682.203,23
Total facturación	774.711.831,15	749.801.086,30

Multirriesgos

Se incluyen en este epígrafe los seguros de Combinado del Hogar, de Comercios y Oficinas, de Edificios y Comunidades de Viviendas, de Talleres e Industrias, de Pymes, Seguro de Empresas, de Animales de Compañía y del Cazador.

Primas devengadas

257.398.101 €

Aumento del **1,06%**
respecto a 2013

Volumen de Facturación

	2014	2013
Combinado del Hogar	212.831.727,35	208.262.181,75
Combinado de Comercios y Oficinas	8.485.371,38	8.847.152,02
Combinado de Edificios y Comunidades	31.247.936,89	32.650.378,89
Combinado de Talleres e Industria	67.045,01	93.937,60
Combinado de Pymes	3.226.464,65	3.434.622,71
Combinado de Animales de Compañía	1.471.162,00	1.299.707,39
Combinado Cazador	122.394,42	117.791,87
Total facturación	257.398.101,70	254.705.772,23

Resto ramos no vida

Bajo este capítulo están registrados los Seguros de Accidentes Individuales y Colectivos, Incendios, Responsabilidad Civil, Riesgos Nucleares, Agrarios, Salud Individual y Salud Colectivos.

26.781.923 €
Volumen de facturación

Incremento
respecto a 2013*

25,48%

*Este notable crecimiento viene motivado principalmente por el aumento significativo de primas en el ramo de Salud.

Prestaciones

Seguro de Vida

En materia de prestaciones es preciso valorar separadamente cada uno de los conceptos propios del seguro de **Vida Ahorro**:

Tipo de siniestro	Nº Siniestros			Total Pagos		
	2014	2013	Variación	2014	2013	Variación
Vencimientos	5.312	4.730	12,30%	94.924.453	89.736.623	5,78%
Rescates	15.923	16.737	-4,86%	75.134.314	61.217.780	22,73%
Disposiciones Anticipadas	431	501	-13,97%	2.052.456	1.672.952	22,68%

- **Vencimientos de pólizas de ahorro:** El aumento de siniestros en 2014 ha venido motivado por el aumento del 102,95% de los vencimientos del MaxiPlan Ahorro y del 24,31% los del MaxiPlan Inversión Depósito Flexible.
- **Rescates:** Disminuyen un 31,77% los rescates del MaxiPlan Jubilación 6.000 y un 24,58% los correspondientes al MaxiPlan Jubilación, aumentando, por el contrario, los rescates del MaxiPlan Inversión Depósito Flexible en un 73,72% en 2014 respecto al año anterior.
- En cuanto a la siniestralidad de las pólizas de Vida-Riesgo, se atendieron un total de **210 siniestros** respecto los 189 atendidos en el ejercicio anterior, **incrementándose en un 11,11%**. Respecto al total de **pagos para esta modalidad de siniestro en 2014** se observa un total de **10.038.803 euros**, lo que supone un incremento del **41,39%** respecto al año anterior.

Seguros No Vida

Seguros Multirriesgos

Disminución cercana al **5%**
de la tasa de siniestralidad

Tasa de Siniestralidad

	2014	2013
Combinado del Hogar	63,42%	69,17%
Combinado de Comercios y Oficinas	44,33%	69,76%
Combinado de Edificios y Comunidades	56,44%	54,41%
Combinado de Talleres e Industrias	4,43%	5,71%
Combinado de Pymes	54,43%	29,49%
Combinado de Animales de Compañía	61,34%	61,26%
Combinado de Cazador	204,09%	50,57%
Tasa de Siniestralidad	61,80%	66,74%

Seguros Salud

La tasa de siniestralidad se mantiene superior al 100%, aunque
presenta un descenso superior a **15 puntos** respecto a 2013

3. Nuestra forma de entender los seguros | 3.3 Nuestra actividad

Evolución de las siniestralidades de las diferentes modalidades.

	2014	2013
Asistencia Sanitaria	97,97%	119,53%
Reembolso de Costos	68,76%	96,28%
Asistencia Sanitaria SaludCor	115,07%	133,43%
Salud integral	105,51%	85,76%
Salud Iplus	69,07%	38,85%
SaludMed	13,50%	
Salud Colectivos Asistencia Cerrado	38,49%	115,15%
Salud Colectivos Asistencia Abierto	145,98%	132,17%
Salud Dental	8,64%	
Total	108,43%	124,21%

Seguros de Asistencia Familiar

Tasa de siniestralidad del
39,92%

1,41 puntos superior a 2013, pero dentro de los márgenes técnicos del seguro y con una tasa de mortalidad del **12,59%** de nuestros asegurados.

Siniestralidad del seguro de Decesos en primas imputadas

2014
59,10%*

2013
56,09%

* Incluye la dotación de la provisión específica de este seguro en todas sus modalidades. Este aumento es debido al incremento de las prestaciones y de la provisión, principalmente de la cartera anterior al ROSSP.

3.4 Nuestra Responsabilidad Social Corporativa

Nuestra vocación natural es atender las necesidades de protección de las personas. Lo llevamos haciendo desde hace más de 90 años. En **santalucía** trabajamos para estar cerca de nuestros clientes, nuestros empleados, colaboradores y de la sociedad en su conjunto.

Mantener esta cercanía en un mundo en vertiginosa transformación como el actual, con riesgos y oportunidades que se multiplican, requiere mantenernos muy atentos a las demandas y necesidades de las personas, como base de nuestra responsabilidad para estar siempre ahí.

La estrategia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que **santalucía** viene desarrollando desde 2013 se basa en ese enfoque y busca potenciar la relación con nuestros grupos de interés, como un reto que nos hace ser mejores y nos diferencia.

Plan Director de RSC 2013-2014

El Plan Director de RSC 2013-2014 **Protección y bienestar familiar** se articula desde la visión 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:



Sistema de gestión



Programas destacados a nivel corporativo

Sensibilización en RSC

A nivel interno hemos continuado con una comunicación proactiva y promoción de la participación de los empleados para la sensibilización en la materia y la mayor integración de nuestro enfoque en el día a día de las personas que forman parte de la Compañía.

Indicadores internos



Segunda Memoria RSC

En 2014 **santalucía** publicó su segunda Memoria de Responsabilidad Social Corporativa con una importante evolución en la rendición de cuentas voluntaria:

- Indicadores propios: mayor cuantificación y trazabilidad de resultados.
- Reporte sectorial: Indicadores RSC ICEA.
- Adhesión Pacto Mundial: la Memoria como informe de progreso.
- El Informe ha pasado el proceso de Materiality Disclosures Service del Global Reporting Initiative (GRI)



Red Pacto Mundial España

3. Nuestra forma de entender los seguros | 3.4 Nuestra RSC

[GRI G4-24; G4-25; G4-26]

Participación asociativa

En 2014 continuamos participando en el Grupo de trabajo de RSC de ICEA, y en las actividades del Pacto Mundial y Fundación SERES.

En 2014 **santalucía** se adhirió a:

- DIRCOM, Asociación de Directivos de Comunicación, como un impulso a esta área y función.
- AEDIPE, Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas, para promover la gestión del talento.

Cuadro de Mando RSC

Durante el 2014 se desarrolló una herramienta interna para la Evaluación del Desempeño en RSC, con más de 120 indicadores que integran métricas propias y también indicadores sectoriales de ICEA y de GRI.

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.

Canales de comunicación	Clientes	Empleados	Agencias	Proveedores	Sociedad
Observatorio de clientes	■				
Web	■	■			■
Atención telefónica	■		■	■	
Envío postal	■		■	■	
Focus Group	■	■			■
Email	■	■	■	■	
Intranet		■	■		
Revista Nosotros		■	■		
Encuesta de Clima y Compromiso		■			
Cuestionarios de satisfacción	■	■	■	■	
Votación proyectos sociales		■	■		
Representación Comité RSC	■	■	■	■	■
Redes Sociales					
Blog	■	■			■
Facebook	■	■			■
Twitter	■	■			■
YouTube	■	■			■
LinkedIn	■	■			
Google+	■	■	■	■	■

Presencia en Redes Sociales



2013: **5.519**
 2014: **12.524**
 Dif 13-14: **7.005**



2013: **2.811**
 2014: **4.449**
 Dif 13-14: **1.638**



2013: **542**
 2014: **721**
 Dif 13-14: **179**



2013: **595**
 2014: **1.254**
 Dif 13-14: **659**



2013: **n/a**
 2014: **112***
 Dif 13-14: **n/a**

* Dato acumulado a 2015

3. Nuestra forma de entender los seguros | 3.4 Nuestra RSC

Objetivos	Cumplimiento 2014	Objetivos 2015
CORPORATIVOS		
Implantar el Plan Director de RSC	✓	Integración de la RSC en el negocio (productos, lenguaje, etc.)
Funcionamiento del sistema de gestión de la RSC	✓	Diferenciar los órganos consultivos de los ejecutivos
Aprobar y difundir el Código Ético y de Conducta	✓	Incrementar el uso de los canales de consulta
Incluir la ética como módulo de formación	Formación sobre el Código	Integrar los contenidos en Plataforma online
Elaborar el Informe de Progreso	✓	Elaborar el reporte 2014
Adhesión al Código de Buen Gobierno de UNESPA	Pendiente	Adhesión al Código
Consolidar el proceso de materialidad del Informe	✓	Pasar nuevamente por el Materiality Disclosures Service de GRI
CLIENTES		
Mejora continua en productos, servicios y soluciones	✓	Continuar en la mejora de productos y garantías
Lanzar un nuevo producto ligado a la RSC	Revisión de cláusulas	Garantías y/o productos para necesidades especiales
Potenciar la participación en campañas	Definición objetivos productos	Implicar a los clientes en campañas sociales
EMPLEADOS		
Fomentar el orgullo de pertenencia	✓	Puesta en marcha del Plan de Acción derivado del primer Estudio de Clima
Realizar la 2ª encuesta de Clima y Compromiso	✓	Puesta en marcha del Plan de Acción derivado del primer Estudio de Clima
Lanzar el Programa de Voluntariado Corporativo	Piloto de Voluntariado en Madrid	Desarrollo del Programa a nivel nacional
Reforzar los canales de diálogo bidireccional	✓	Implantación de nuevos formatos de diálogo
Incorporar la RSC a la formación	Pendiente	Integrar la formación en la plataforma <i>online</i>





Objetivos	Cumplimiento 2014	Objetivos 2015
AGENCIAS		
Encuestas de satisfacción como elemento motivador de la red	✓	Integrar la gestión del desempeño para agencias
Continuar avanzando con la consolidación de la estructura comercial del Canal Agencial	✓	Consolidación estructura comercial
Formación para Gerentes de las Sociedades de Mediación dentro de la Escuela de Negocio, a través del "Programa Hoy"	✓	Continuar con el Programa
Implantación Plan Avanza para las nuevas incorporaciones	✓	Continuar con el Plan
SOCIEDAD		
Consolidar alianzas a largo plazo para la protección familiar	✓	Integración de proyectos conjuntos con Ballesol
Elegir junto con los empleados nuevas colaboraciones en proyectos sociales	Revisión de cláusulas	Nueva edición con votación de empleados y clientes
PROVEEDORES		
Elaborar el Mapa de Proveedores con su categorización según nivel de riesgo y requerimientos a solicitar	✓	Integración del enfoque responsable en la cadena de valor
Sensibilización e implicación interna para la sostenibilidad de la cadena de valor	✓	Formación interna en las áreas clave
MEDIOAMBIENTE		
Control y reducción del consumo de energía en las instalaciones	✓	Consolidar indicadores de medición
Implantar medidas que minimicen el impacto ambiental de nuestro negocio	✓	Plan medioambiental en edificios

4 Nuestros compromisos

4.1 Clientes

El cliente es el eje central de nuestras actuaciones y el fundamento de nuestro comportamiento. Queremos continuar ofreciendo nuestra protección y cercanía a los clientes, con calidad en el servicio en un entorno de mercado de “precio”.

Nuestros compromisos

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.

4. Nuestros compromisos | 4.1 Clientes

Indicadores clave

Nº Clientes	2014	2013	Dif 13-14
Decesos	4.782.968	5.012.159	-229.191
Asistencia	1.559.785	1.438.680	121.105
Multirriesgo Hogar	852.939	897.214	-44.275
Vida Ahorro	257.936	238.822	19.114
Vida Riesgo	137.151	176.432	-39.281
Salud	49.346	27.802	21.544
Colectivos	20.614	11.622	8.992
Otros	131.418	140.170	117.401
TOTAL	6.948.160	7.011.580	-63.420
Índice de Satisfacción global (0-10)	8,21	7,19	1,02
Recomendación a familiares/amigos (0-10)	8,07	6,44	1,63
Nº quejas y reclamaciones recibidas	6.345	6.311	34
Nº quejas y reclamaciones resueltas	6.345	6.311	34
Tiempo medio respuesta	17,08 días	17,4 días	- 0,32
Nº nuevos productos lanzados	6 *	5	1

* Asistencia Senior a Prima Única; SaludMed; Renta Óptima (4 modalidades); Salud Dental; PPI [santalucía](#) Polar Equilibrado; Cuatro líneas de Empresas (Agropecuarias, Factory, ServiOcio, SegurCompras).

1,02

puntos crece el índice
de satisfacción

1,63

puntos aumentan las
recomendaciones de
nuestros clientes

Nuevos productos y servicios

- En 2014 se han hecho diferentes análisis de mercado sobre la Tercera Edad y sus necesidades.
- Lanzamiento del seguro de **Asistencia Senior a Prima Única**, con el que se trata de cubrir las necesidades de otros clientes de la tercera edad. Además cuenta con coberturas innovadoras, como el otorgamiento de testamento notarial.
- Se ha lanzado un nuevo **Seguro de Empresas**, con cuatro líneas diferentes que sustituyen a nuestros seguros de Comercios y de Pymes. Además con estas cuatro líneas y como consecuencia del test de mercado realizado, nos hemos acercado de forma más específica a las necesidades de cada perfil de comercio.
- Se ha lanzado **Salud Dental**, producto de complemento para nuestra red de nuevos clientes de salud.
- Se ha lanzado el nuevo producto de rentas vitalicias **Renta Óptima** (gama de 4 modalidades), orientados principalmente a la etapa pasiva de las personas (tercera edad). Este producto supone un complemento a las pensiones públicas de jubilación y disfruta de un excelente tratamiento fiscal, especialmente a partir de los 70 años.

4. Nuestros compromisos | 4.1 Clientes

- Hemos entrado en el negocio de Vida y Pensiones con un nuevo **PPI, santalucía Polar Equilibrado**, que nos permite ofrecer una inversión mixta al 50% de Renta Variable y 50% de Renta Fija, lo que nos posibilita acceder a clientes con perfiles de mayor tolerancia al riesgo.
- En Salud, se ha creado un sistema de renovación de cartera, diferenciado en función de su comportamiento siniestral y de las características propias de cada póliza.

Comunicación con clientes

Nueva web

En 2014 se ha publicado la nueva Web, incluyendo como principales novedades:

- Nueva arquitectura de contenidos, primando la orientación comercial.
- Diseño adaptativo para dispositivos móviles.
- Optimización de procesos de contratación, incluyendo pago con tarjeta en el Seguro de Hogar.
- Diseño basado en la experiencia de usuario.

Además, se han incluido nuevos productos disponibles:

- Salud Dental. Presupuesto. contratación y formulario.

- Polar Equilibrado. Información y formulario.
- Asistencia *Senior* Prima Única. Presupuesto. contratación y formulario.
- Gama seguros de Empresa. Información y formulario.

Uso de la web entre los clientes

	2014	2013	Dif 13-14
Mis Pólizas	146.058	114.202	31.856
Mis Recibos	45.154	35.491	9.663
Consulta de siniestros	11.968	5.365	6.603
Comunicaciones	9.818	3.715	6.103
Club Joven	16.979	24.399	-7.420
Mis datos de registro	25.856	27.215	-1.359
Mis Anticipos	753	698	55
Total	256.586	211.355	45.501

En 2014 utilizaron la web
para gestiones **45.501**
clientes más que en 2013

4. Nuestros compromisos | 4.1 Clientes

Redes sociales

Nuestra estrategia de redes sociales en el 2014 está orientada a generar cultura aseguradora y transparencia, para ello se han difundido:

- “Letra Pequeña” de los condicionados, resaltando las garantías de los seguros.
- *Tuits* sobre seguros, creando el hashtag **#seguropedia** para resolver dudas sobre seguros y tuitear sobre la terminología del sector asegurador. Todo ello unido a una atención directa, rápida y eficaz de cualquier seguidor, cliente o no, que tuviera dudas sobre la compañía o sus seguros. La atención y resolución de temas han sido agradecidas en numerosas ocasiones en las propias redes sociales de **santalucía**.

Otras acciones

Además, se han realizado las siguientes mejoras:

- Revisión de los textos de los seguros para que sean más sencillos y de fácil comprensión por los usuarios.
- Creación de una nueva sección de Atención al Cliente, accesible directamente desde la *home*, que recoge todos los formularios necesarios y las formas de contacto con **santalucía** de forma sencilla y clara.
- Nuevas aplicaciones móviles para optimizar la tramitación de siniestros, acceso a comercios del programa **santalucía contigo** y consulta del cuadro médico mediante geolocalización.
- Código QR en el Condicionado general para facilitar el registro como Cliente Web.
- Nuevo diseño de la *newsletter* genérica y de **santalucía contigo VIP**.

4.2 Empleados y Colaboradores

Queremos que nuestros empleados y colaboradores trabajen con orgullo de pertenencia y compromiso en **santalucía**, sintiéndose parte esencial de la Compañía.

Nuestros compromisos

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 lleva al 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 mejorar las medidas existentes para una adecuada conciliación de la vida profesional y personal.

19

Bajas de paternidad
en 2014

Entorno profesional seguro

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

Indicadores clave

	2014	2013	Dif 13-14
Nº total de empleados santalucía	547	518	29
% Mujeres	32,5%	30,5%	2%
% Hombres	67,5%	69,5%	-2%
Contratos indefinidos	97,6%	98,8 %	-1,2%
Edad media Hombres	42,9	42,5	0,4
Edad media Mujeres	43,2	43,9	-0,7
Rotación media	2,74%	3,31%	-0,57%
Porcentaje de cumplimiento Ley General de Discapacidad	2%	2%	2%
Índice de absentismo	3,82	3,64	4,95%
Reincorporación bajas	100%	100%	-
Bajas maternidad	7	5	40,00%
Bajas paternidad	19	13	46,15%

Estudio de Clima y Compromiso

Tras el primer Estudio de Clima y Compromiso realizado en 2013 se implantaron las siguientes mejoras y nuevos proyectos:

Política retributiva

Se realizó una auditoría del estado de las retribuciones y a continuación diseñamos la nueva política retributiva en materia de retribución fija, retribución variable y beneficios sociales, y comenzamos su implantación.

Esta política se elabora sobre la base de los siguientes principios rectores:

- Competitiva: Retribuir a los trabajadores estimulando su permanencia y compromiso con **santalucía** y la consecución de los retos estratégicos.
- Justa: Contemplar una mayor remuneración para aquellos trabajadores con una aportación del puesto o de la persona superior.
- Prudente: Tener en cuenta la situación del mercado y el proceso de cambio estratégico en el que está inmerso **santalucía**.
- Equitativa: Identificar y resolver problemas de equidad interna.
- Segmentada: Considerar la existencia de colectivos con mayor impacto y criticidad en el negocio.
- Alineada con la estrategia de riesgos.

Retribución flexible “Plan Elige tu Retribución”

La empresa pone a disposición de sus trabajadores un sistema de retribución flexible, de carácter voluntario y con vigencia anual. Les permite percibir parte de su retribución dineraria a través de la entrega de bienes y servicios. Las cantidades destinadas a la contratación de estos productos están exentas de tributación.

En 2014 se ha podido contratar el Seguro de Salud de **santalucía**, y los gastos de guardería, transporte colectivo y formación. Con la entrada en vigor de la nueva ley del IPRF dejamos de ofrecer, dentro del sistema, la entrega de equipos informáticos.

Se ha invitado a participar a 509 empleados y de ellos se han adherido 234, un 46% de la plantilla.

Definición del Sistema de Gestión del Desempeño, Dirección por Objetivos, Identificación y Gestión del Talento

En el primer trimestre del año 2014 se realizan varios pilotos con algunos empleados.

Con las conclusiones se definen los sistemas con los que se trabajará con todo el resto de empleados para ir introduciéndolos de forma escalonada durante 2015.

Tecnología para agilizar procesos

Creación de un nuevo Departamento de Procesos y Tecnología de Recursos Humanos en julio de 2014.

Comunicación interna

	2014	2013
Nº de comunicaciones enviadas (correos y SMS)	612	540
Número de sugerencias recibidas (Buzón Portal + Tuiddeas)	87 + 694 Tuiddeas	138 + 762 Tuiddeas

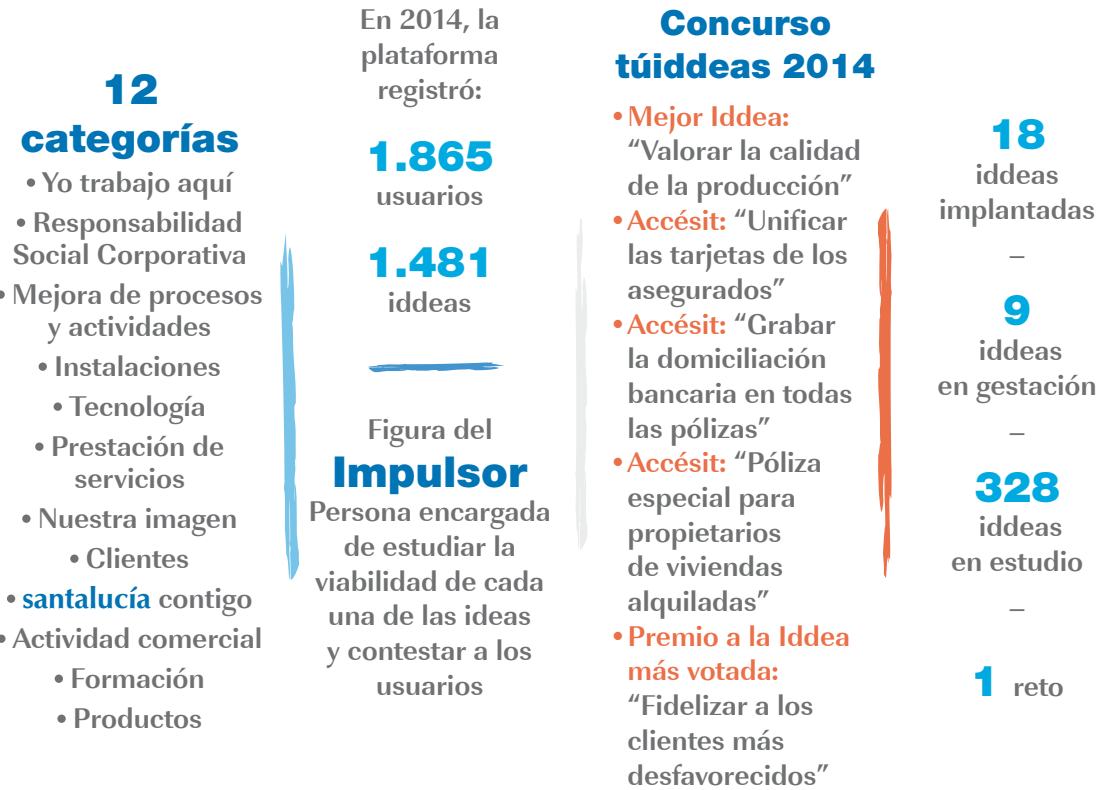
- **Mejoras en la Intranet de la Compañía.** Durante 2014 hemos continuado con la actualización del Portal de Comunicación, además de trabajar en la ampliación de contenidos del apartado “Comunicación”. Asimismo, se ha puesto en marcha el apartado “Personas” con la incorporación de espacios como “Normativa laboral”, “Seguridad y Salud” o “Mis gestiones” dedicado a los trámites que se realizan de manera habitual con Recursos Humanos.

- **Tuiddeas**

Red social interna para la innovación en [santalucía](#), creada en 2013. Está abierta a todos los empleados y colaboradores dispuestos a innovar y proponer desafíos a la Compañía o sencillamente apoyar otras ideas, votarlas y comentarlas.



4. Nuestros compromisos | 4.2 Empleados y Colaboradores



- **Vídeos internos:** durante 2014 se han publicado un total de 13 vídeos en nuestros canales internos.
- **Revista Nosotros.** Publicación de 2 números. Suman en total 5 números desde el primero que se lanzó en 2013.
- **Nuevos Agentes de Comunicación** para impulsar la comunicación en la Compañía. Celebración de una reunión de trabajo con todos ellos para detectar deficiencias de comunicación y posibles soluciones, además de recoger ideas para la revista Nosotros.

- **Consolidación de la Misión y Valores de la Compañía**, que se redefinieron en 2013, por medio de un concurso de fotografía. Los empleados participaron con sus fotografías, asociadas a cada uno de los valores de la Compañía, y votaron aquellas que mejor los representaban.

Publicaciones

- Código Ético y de Conducta
- Plan de Igualdad de **santalucía**

Segundo Estudio de Clima y Compromiso

A finales de 2014 se realizó el segundo Estudio de Clima y Compromiso, destacando la elevada participación (71%) y la mejora en todas las materias respecto al primer estudio.

Nuestros empleados valoran de forma positiva:

- Compromiso sostenible, que engloba la satisfacción, el nivel de energía para aportar valor a la Compañía y la percepción sobre los medios que esta pone a su disposición, con una puntuación del 83%.
- Buena imagen de **santalucía** en el mercado, con el 81%.
- Buena percepción del Jefe, en su forma de comunicar, dirigir al equipo, su implicación en el desarrollo de los colaboradores, y el reconocimiento al trabajo bien hecho, con el 79%.

4. Nuestros compromisos | 4.2 Empleados y Colaboradores

- Se perciben oportunidades de desarrollo, de formación, y la objetividad en la evaluación del desempeño, en un 63%.

Además se destacan como áreas de mejora:

- Compensación: se demanda más información sobre el método para determinar la compensación.
- Condiciones laborales: disponibilidad de sistemas informáticos necesarios para hacer el trabajo y condiciones ambientales del lugar de trabajo.
- Organización: mayor conocimiento de funciones y proyectos emprendidos por otras Áreas.

Tras el análisis de los resultados se está diseñando el Plan de Acción para 2015.

Formación

	2014	2013	Dif 13-14
Horas de formación	8.565	6.141	2.424
Media de horas de formación por participante	16	10	6
Nº de Cursos	301	214	87
Inversión en formación a empleados (en euros)	343.256	349.199	-5.943

Plan de Formación

La empresa contó con el Plan de Formación 2014, con los siguientes objetivos:

Formar a empleados y nuevas incorporaciones, para el **desempeño eficiente** de su trabajo

Implantar la formación **e-learning** como una solución real, fiable y complementaria para todo el conjunto de empresas

Disponer de un **Plan de Formación Corporativo** que permita la cohesión entre el conjunto de empresas

Consolidar los proyectos que generan **Visión compartida** y desarrollo del negocio

Favorecer la **Igualdad de oportunidades** y la promoción personal y profesional

Hacer de la formación un método de **Integración y motivación** en la empresa

Establecer mecanismos y apostar por la **medición** de la formación y el retorno de la inversión en el puesto de trabajo

4. Nuestros compromisos | 4.2 Empleados y Colaboradores

ESCUELA DE HABILIDADES DIRECTIVAS: PROGRAMA “Ser Líder”



Se dirige a miembros del equipo directivo y perfiles responsables identificados. Tiene por objetivos:

- Asentar las bases y principios de la gestión de personas.
- Perfeccionar las habilidades directivas.
- Consolidar las habilidades desde una guía individual.

Han asistido un total de 70 personas.

ESCUELA DE FORMADORES

Se dirige a perfeccionar sistemas de trabajo y habilidades de formadores internos de la Compañía, diferenciando entre formadores a tiempo completo y los que compaginan actividades de formación con otras tareas.

PLATAFORMA PLATÓN



El 20 de enero de 2014 consolidamos la implantación de la plataforma e-learning, y durante este año hemos logrado el reto propuesto en su inicio de conseguir que el acceso a la formación sea más sencillo, con un mayor catálogo de cursos y con mayor difusión.

más de **3.700**
empleados y colaboradores
se han formado a través
de PLATÓN

Implantar la formación
e-learning
Como una solución real y fiable

3 ediciones de
formación voluntaria

—

Catálogo de cursos *online*:

5 cursos de
habilidades.
970 inscripciones
de media

1 curso de
ofimática (Excel,
Word y Power
Point, en sus
tres niveles).
864 inscripciones
de media

8 acciones
formativas
asociadas al puesto

—

Cursos de creación
propia, empezando
en enero con
“Nuestros Valores”
y cerrando el año
con “Nuestro
Código Ético”

8 cursos
de apoyo al
lanzamiento de
productos

Asimismo hemos
dado apoyo a
la formación
presencial,
colaborando con
los Planes Avanza,
el Programa
“Ser Líder” y el
“Programa Hoy”

PLATÓN también ofrece una biblioteca con diferentes contenidos (productos, legislación, venta y competencia).

La valoración media de los cursos y documentación ha sido muy positiva, un acceso medio de 2.000 usuarios/mes y más de 3.500 comentarios de los participantes.

Salud y seguridad de nuestros empleados

Este ha sido el primer año de funcionamiento del Servicio de Prevención Propio de **santalucía**, se ha creado un sistema de gestión para toda la gestión de la organización, estableciendo el modo en que se llevan a cabo las actividades relacionadas con la prevención, las responsabilidades del personal que interviene en las mismas y los registros que general las actividades desarrolladas.

La Política de Prevención de Riesgos, aprobada por la Dirección General, es conocida por todos. Se han incluido manuales de prevención, recomendaciones preventivas e información, además de planes de autoprotección de los edificios, en el apartado “Personas” del Portal de Comunicación.

En 2014 se han llevado a cabo las siguientes campañas de Prevención de la Salud:

- Prevención de la diabetes tipo II, con 19 participantes.
- Campaña de donación de sangre de la Cruz Roja que consiguió 39 donaciones.
- Deshabituación tabáquica, con 6 participantes.
- Curso de seguridad y salud en oficinas en el que han participado 393 personas.
- Prevención del cáncer de colon a los trabajadores mayores de 40 años. Se realizó un estudio a 81 trabajadores.
- Curso recordatorio para equipos de primera intervención de prevención de incendios y emergencias.
- Campaña de prevención del cáncer de piel, en la que se realizaron análisis personalizados de piel a 126 trabajadores.
- Curso sobre riesgos y medidas preventivas en la manipulación manual de cargas para el personal de archivo con 14 asistentes.
- Campañas de vacunación antigripal con más de 100 personas.

Además se realizaron varios talleres:

- Higiene postural, ergonomía y gestión del estrés, con 79 participantes.
- Taller recordatorio de utilización del desfibrilador y reanimación cardiopulmonar con 37 asistentes.
- Talleres de autoexploración mamaria en el edificio de Julián Camarillo, con 234 participantes. También se realizó una conferencia-taller en la sede de Plaza de España, con 54 asistentes.

Plan de Igualdad

En marzo de 2014 se firmó el Plan de Igualdad de **santalucía**, con vigencia durante 2014-2016. Asimismo, han entrado en vigor las medidas de conciliación previstas en el plan, así como un protocolo de acoso. A través de la plataforma de e-learning Platón, se ha puesto a disposición de los empleados una píldora formativa sobre los contenidos del Plan.

Las medidas de conciliación aprobadas en el plan son las siguientes:

- En los supuestos de discapacidad del hijo recién nacido, el permiso será ampliado a tres semanas.
- Se facilitará una plaza de aparcamiento, a disposición de los trabajadores con hijos hospitalizados tras el parto, en cada uno de sus centros que dispongan de dichas plazas, siempre que sea posible.
- Crédito horario de 15 horas anuales por cada hijo menor de 14 años o persona dependiente a cargo del trabajador, para asistencia a consulta médica especialista (excepto consultas al dentista) o prueba médica que requiera acompañante.
- Ausencia del trabajo por asuntos particulares hasta un máximo de 40 horas al año.

Integración de la discapacidad

santalucía ha firmado en 2014 un acuerdo con la Fundación ONCE en el marco del Programa Inserta, para la inclusión de personas con discapacidad en nuestra Compañía y empresas colaboradoras. Asimismo, se ha suscrito un acuerdo con la Fundación Adecco para realizar acciones de *mentoring* con universitarios con discapacidad. Se incorporará a 40 personas en cuatro años.

Por otra parte, dentro de los programas de voluntariado y discapacidad, **santalucía** participó en el campeonato inclusivo de Fútbol-7 para empresas solidarias, organizado por Fundación Down Madrid, y en el torneo Inclusión CUP 2014, con personas con discapacidad intelectual, a través de Fundación Aprocor. **santalucía** colabora con esta fundación desde hace años en el programa “Empleo con Apoyo”, con el que se han incorporado cuatro personas que continúan trabajando en la Compañía.

Voluntariado Corporativo

Entre noviembre y diciembre de 2014 se realizó un Piloto de Voluntariado en Madrid, con el objetivo de ganar en conocimiento e identificar los mejores socios para expandir el Programa a nivel nacional en 2015. **santalucía** tiene presencia en toda España y quiere promover este tipo de actividades solidarias demandadas por los empleados y colaboradores.

Piloto Voluntariado Madrid 2014

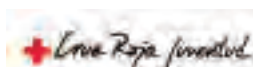
10 | Actividades entre
noviembre y diciembre 2014

112 | Inscritos

70 | Voluntarios participantes
santalucía, Empresas
vinculadas y Agencias

230
beneficiarios | Niños Hospitalizados
Mayores
Personas con discapacidad
Niños en riesgo de exclusión

5
ONG



randstad fundación



Objetivo cumplido

5% participación

69 empleados

Relaciones Institucionales

- Asistencia al Congreso 2014 de Aedipe, Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas, para promover la gestión del talento.
- Patrocinio de UGR Orienta (Universidad de Granada) para la orientación laboral de estudiantes en último año de carrera.

4.3 Agencias

santalucía cuenta con una red exclusiva de agencias compuesta por cinco Sociedades de Mediación: AMSUR, ASGECA, ASNOR, ASNORTE y CTAS, extendidas en todo el territorio español. Representan más del 98% de la comercialización y mantenimiento de cartera de los productos ofrecidos.

También se integran en esta red agentes exclusivos en Albacete, Cartagena, Girona, Ibiza, Miranda de Ebro, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife. La profesionalización y desarrollo comercial de esta red de distribución es esencial para el sostenimiento y crecimiento de nuestro negocio.

Sociedades de Mediación

Empleados laborales			Total	2.212 personas
			Funciones	Directores Comerciales, Directores de Área, Gestores de Desarrollo, Gestores Comerciales Multiproducto, Gerentes, Inspectores, Monitores y Administrativos
Auxiliar Externo	Accept@	Total		1.542
		Funciones		Venta telefónica
Colaboradores	Total		Más de 3.000	
	Funciones		Venta presencial	

Nuestros compromisos

Uno de los compromisos clave con nuestras agencias es el apoyo para el desarrollo de las mejores prácticas comerciales, primando la atención al cliente y el desarrollo comercial establecido en los objetivos anuales.

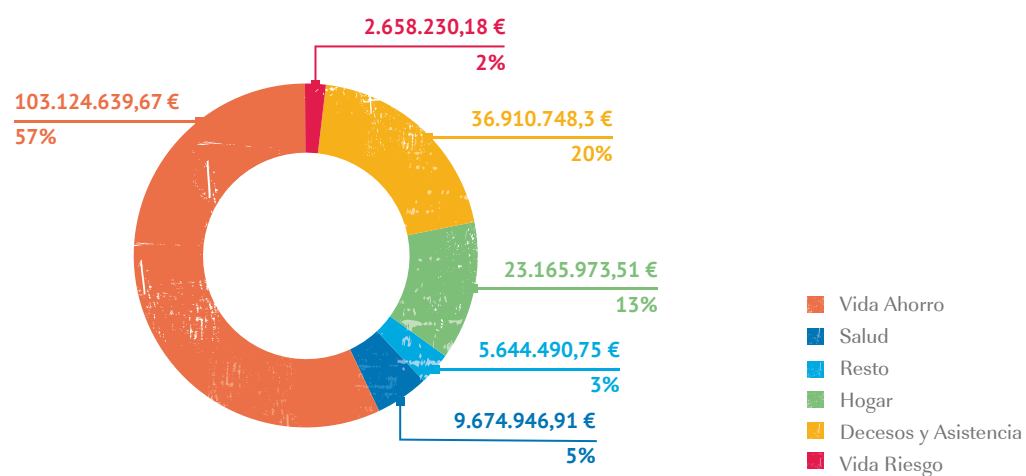
Asimismo, nos comprometemos en la formación de los colaboradores comerciales para su profesionalización y consecución de objetivos por agencia.

Volumen de ventas

	2014	2013	Variación
Nuevas Pólizas	342.571	335.860	6.711
Primas (en miles €)	181.179,029	189.672,536	-8.493,507

En los datos de 2014 no se han incluido las pólizas realizadas de Agrarios, Pelayo, Asistencia en Viaje y PPI: 5.118 pólizas.

Distribución de primas de nueva producción



Formación

Los trabajadores de las agencias reciben formación bajo diferentes formatos y contenidos según las necesidades identificadas. Asimismo, algunos directivos han participado en la formación de Habilidades Directivas dentro de las Escuelas de formación de **santalucía**.

Tipo de formación y cursos

	2014	2013
Formación Presencial: Sociedades de Mediación y Accept@ División Seguros		
Nº Cursos	408	399
Nº Horas lectivas	5.002	3.927,7
Media cursos/año	-	2,5
Duración media en horas	12,25	4
% contenidos nuevos productos y novedades	6,43%	31%
Cursos en sede social: Desarrollo Planes de Carrera		
Nº Cursos Aspirantes a Responsables	3	4
Nº Cursos Inspectores	8	4
Nº Cursos Administrativos	3	2
Nº Cursos Aspirantes a Inspectores	2	5
Media satisfacción	8,5/10	8,8/10
Cursos en Zona: formación de formadores		
Media de cursos por formador	23,33	37
Media de horas por curso	6,87	4
Media de asistentes por curso	11	12
Cumplimiento legislativo		
Nº Personas Formación Inicial (colaboradores comerciales)	5.577	2.500
Nº Horas Formación inicial auxiliar externo	50	50
% Participantes que finalizaron formación	-	90%
Nota media	-	9/10

Escuelas Formación Corporativa

	2014	2013
Escuela Habilidades Directivas		
Nº Cursos Gestión del Desempeño	4	9
Nº Asistentes	22	85

Nuevos cursos

- “Programa Hoy”: 285 asistentes.
- “Ser Líder” (Programa de habilidades directivas): 44 asistentes.

Comunicación

Existen diferentes vías de comunicación con las sociedades de mediación. Por un lado la comunicación presencial, en las diferentes reuniones que se realizan en las zonas comerciales: reuniones trimestrales, presentación de productos, campañas, etc., así como el evento anual de la Convención Comercial, donde se plasman los objetivos y estrategias de la Compañía.

También existe una comunicación fluida gracias a los Directores Comerciales y de Área, a través de quienes se traslada cualquier información relacionada con la actividad comercial de las Agencias. Por parte de la Dirección de la Compañía existen otros medios, como la Revista Nosotros, Intranet y email, donde se informa de todo tipo de novedades relacionadas con la actividad comercial.

4.4 Proveedores

En 2014 se elaboró el mapa de proveedores de **santalucía** para analizar en conjunto la cadena de valor de la Compañía: tipología de proveedores y gama de servicios a los diferentes ramos, características de la relación y evaluación, así como los principales riesgos y mecanismos de gestión.

Esto permitió integrar la información sobre la amplia gama de empresas y profesionales con los que se trabaja y definir medidas de mejora para una gestión responsable con cada uno de ellos, lo que repercute en toda nuestra cadena de suministro y en la calidad de servicio a los clientes.

Proveedores **santalucía**

2014	
Patrimoniales	2.129
Decesos	1.006
Salud	6
Vida	3
Servicios Generales	61

Política y Diálogo con Proveedores

En 2014 el Comité de Seguimiento y Evaluación de los proveedores del Área de Operaciones, encargado de decidir las altas y bajas de reparadores y peritos, que prestan servicio a dicho ramo, ha integrado también a los proveedores de Decesos.

Se ha trabajado con los proveedores para mejorar la integración de los mismos en **santalucía** y fomentar que compartan los valores de la Compañía. Y este año también se ha realizado una encuesta a toda la red de proveedores para que aporten su punto de vista sobre las áreas de mejora en su relación con **santalucía**.

Nueva plataforma de compras

La principal novedad de 2014 en el ámbito de los procedimientos de compra es la utilización de la nueva herramienta de e-sourcing de **santalucía** donde los proveedores registrados pueden ser invitados a participar en las diferentes negociaciones llevadas a cabo por el Departamento de Compras y Servicios Generales.

Esta herramienta proporciona transparencia en las licitaciones y trazabilidad de todos los procesos llevados a cabo en la misma. Por otro lado, permite la gestión integral de los proveedores incluyendo la validación de sus datos, su clasificación por categorías y su homologación de una forma rápida y eficiente.

La RSC en nuestra cadena de suministro

Con el objetivo de analizar a los proveedores también con criterios sostenibles, se ha creado un formulario adicional al de registro donde se le solicita a cada proveedor información sobre los siguientes temas:

Organización

- Certificado de estar al corriente de obligaciones con Hacienda y la Seguridad Social.
- Código de Conducta.

Clientes

- Certificados de calidad.
- Encuestas de satisfacción.
- Canales de comunicación.

Proveedores

- Criterios de compras responsables.

Entorno medioambiental

- Políticas y sistemas de gestión ambiental.

Empleados

- Políticas de seguridad y salud laboral.
- Políticas de igualdad.
- Políticas de respeto de los derechos humanos.

Transparencia

- Publicación de cuentas anuales.

Competencia

- Participación en iniciativas sectoriales, sin denuncias por competencia desleal.

Este formulario de RSC, incluido en la nueva plataforma, ha sido contestado por el 72% de los proveedores registrados.

Uno de los requisitos solicitados a los nuevos proveedores de santalucía es la adhesión o aceptación del Código Ético y de Conducta vigente en la Compañía.

Seguimiento de nuestros proveedores

El Área de Operaciones ha creado un Comité de Seguimiento y Evaluación, y tiene implantados mecanismos de medición del desempeño de sus proveedores. Se realizan encuestas para evaluar la satisfacción del asegurado con la reparación en la que han intervenido reparadores o peritos. Para decesos, la División Call Center de Accept@ realiza encuestas en todos los siniestros.

85,32%

de los asegurados de los ramos de Patrimoniales se mostraron satisfechos con las intervenciones en reparaciones

91,98%

de asegurados se mostraron satisfechos o muy satisfechos con el servicio, tras un siniestro de Decesos

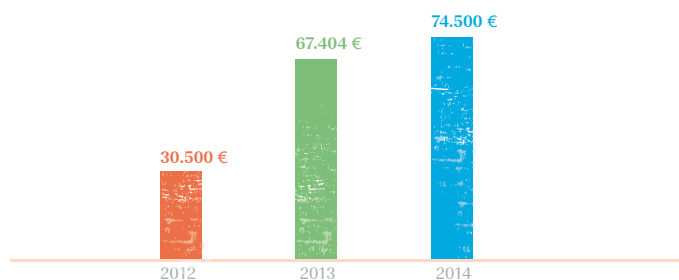
4.5 Sociedad

santalucía continúa durante 2014 con su firme compromiso con la sociedad, a través del Programa “Tú eliges a quién ayudamos”, donde nuestros empleados proponen y votan los proyectos sociales en los que **santalucía** colabora.

Indicadores clave

	2014	2013
Nº de empleados del Grupo que participaron en la votación de entidades para colaborar	1.428	730
Nº de entidades/proyectos seleccionadas para colaboración en línea con la protección familiar	10	3
Inversión en proyectos sociales	74.500 €	67.404 €
Pago compensación por integración laboral de personas con discapacidad	239.630 €	182.000 €
Eventos y campañas con participación de los empleados	8	7

Inversión en proyectos sociales



Beneficiarios 2014

Con el aporte realizado a finales de 2013 a las tres entidades más votadas por nuestros empleados, se ha podido generar un impacto positivo en más de 600 familias, junto con Cáritas y Asociación Española Contra el Cáncer, además de ofrecer meriendas durante todo el año a 70 niños, junto con Cruz Roja.



Nueva edición “Tú eliges a quién ayudamos”

Novedades en 2014:

1. Los empleados propusieron primero proyectos concretos.
2. Estos fueron valorados por el Departamento de RSC y seleccionados en función de los principios de **santalucía**.
3. Los empleados votaron los proyectos seleccionados.

4. Nuestros compromisos | 4.5 Sociedad

Principios para seleccionar un proyecto social nominado por los empleados:

- Que esté alineado con el eje estratégico de la Compañía: **la cercanía y la protección familiar.**
- Que gire en torno a la salud, prevención y lucha contra enfermedades, apoyo y bienestar de las personas, vida saludable y otras temáticas similares.
- Que se limite única y exclusivamente a **España**, aunque la organización tenga presencia mundial.

En 2014 han participado 1.428 empleados, que han elegido 10 proyectos sociales, con los que se trabajará a lo largo de 2015.

2014 = 1.428 empleados

78 Proyectos
presentados

44 Proyectos
enviados por
empleados

34 Proyectos
enviados por ONG

10 Proyectos seleccionados

Proyectos “Tú eliges a quién ayudamos”

Proyecto	Entidad
Investigación oncológica orientada al paciente, con financiación de programas de investigación biomédica y formación de científicos, estudiantes y profesionales	Asociación Española Contra el Cáncer, AECC
Apoyo integral a familias en España en situación de pobreza y más afectadas por la crisis	Cáritas
Proyecto Mójate, sensibilización social y de solidaridad con las personas que padecen Esclerosis Múltiple en España, más de 46.000 personas	Federación Esclerosis Múltiple, FELEM
Remodelación y equipamiento del centro de educación especial “San Juan de Dios”, centro de atención temprana y educación	APACE Toledo
Apoyo psicológico, cuidados paliativos y actividades lúdicas con niños con cáncer	Fundación Aladina
Ayuda a niños y adolescentes en riesgo, con teléfonos de atención especializada, hogares de acogida, formación en colegios e institutos y otros proyectos de protección al menor	Fundación ANAR
Proyectos de investigación oncológica en diferentes ámbitos y formación de investigadores	Fundación CRIS contra el Cáncer
“Sonrisas aseguradas”, visita semanal de los “Doctores Sonrisa” a niños ingresados en 5 hospitales de Madrid	Fundación Theodora
Proyectos de investigación, promoción y colaboración en el diseño y realización de ensayos clínicos	AECC (ídem 1ª)
Rehabilitación activa de enfermedades neuromusculares mediante exoesqueletos para pacientes con lesiones medulares en niños y adultos	CSIC

Eventos y campañas

Además del Proyecto “Tú eliges a quién ayudamos”, nuestros empleados han participado en numerosos eventos y campañas sociales:

Fútbol Solidario
Torneo Aprocor.
10 asistentes

—
Torneo Down
Madrid: 12
asistentes

Camino de la integración
4 directivos de **santalucía** han
participado en el camino de Santiago
con personas con discapacidad

Apoyo al
emprendimiento
en niños y jóvenes

—
ExpoKids,
Fundación Create:
7 participantes

Recogida de
tapones con
Fundación Seur
apoyo a
niños con
enfermedades

Campaña
Donación
de sangre

Apoyo y formación a personas con
discapacidad, a través del
proceso de mentoring
realizado por directivos de **santalucía**

Campaña “Regala un socio” de la AECC

REGALAMOS 10 SOCIOS DE LA AECC

¿Quieres contribuir en la lucha contra el cáncer?

Coincidiendo con el **Día Mundial Contra el Cáncer**, **santalucía** se unió a la campaña **“Regala un socio”** de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) y promovió un nuevo sorteo entre los empleados interesados en apoyar la causa. La condición era responder a la pregunta sobre la cifra aproximada de personas que han sobrevivido a un cáncer en España.

Más de 100 empleados participaron en el sorteo brindando la respuesta correcta y se incorporaron como socios de la AECC con un año de cuota abonado por **santalucía**.

4.6 Medioambiente

El objetivo principal en materia medioambiental es el control y reducción de los consumos de energía mediante la implantación de medidas de ahorro que minimicen nuestros impactos. Para ello se establecen periódicamente medidas de mejora en las instalaciones de los edificios de oficinas de **santalucía**. También se trabaja con las agencias para implantar medidas de ahorro energético, en especial apostando por tecnologías de iluminación y climatización más eficientes.

La implantación de medidas relacionadas con la optimización de horarios de funcionamiento de las instalaciones y de cambios en las condiciones de temperatura y humedad en el interior de los edificios ha contribuido a mejorar considerablemente los ahorros energéticos en comparación con el ejercicio anterior.

Se ha cumplido nuestro objetivo prioritario para 2014 de tener desglosado y controlado el consumo de energía por cada uno de los 11 edificios de oficinas, así como los consumos de la Sede Central de la Compañía en Madrid.

Indicadores clave

	2014	2013	Variación
Electricidad	9,02 GWh/año	9,8 GWh/año	-0,78 GWh/año
Equivalente en energía primaria	23,49 GWh/año	25,50 GWh/año	-2,02 GWh/año
Gas Natural	3,07 GWh/año	3,9 GWh/año	-0,83 GWh/año
Equivalente en energía primaria	3,1 GWh/año	3,94 GWh/año	-0,84 GWh/año
Emisiones			
Emisiones CO ₂ (t/año)	6.483	7.220	-9,4%

Los consumos corresponden a los edificios de la Sede Central **santalucía** y a edificios de oficinas arrendados a terceros.

Indicadores clave

	2014	2013
Ahorro de consumos		
Electricidad	7,9%	2%
Gas Natural	21,3%	2,5%
Papel	20.000 kg	14.000 kg
Pilas	25 kg	50 kg
Tóner	1.441 kg	1.000 kg

Mejora de impacto medioambiental

- Ahorro del 7,9% de consumo eléctrico.
- Ahorro del 21,3 % del consumo de gas natural.
- Disminución del 9,4 % de las emisiones de CO₂.

Avances en 2014

- Durante 2014 se han llevado a cabo una serie de avances en la gestión medioambiental en las diferentes instalaciones y edificios de **santalucía**:
- **Sede Central:** Control y reducción de los consumos de energía mediante la implantación de medidas de ahorro energético que minimicen el impacto medioambiental.
- **Edificios en explotación:** Control de los consumos de energía en las instalaciones centrales o comunes de los inmuebles de oficinas, así como implantación periódica de medidas de mejora en las instalaciones que nos permitan optimizar dichos consumos.
- **Agencias:** Implantación de medidas de ahorro energético en las instalaciones sobre las que tiene control **santalucía**, como la climatización o iluminación, mediante el uso de tecnologías limpias.

Medidas de mejora

Durante 2014 se han implantado una serie de mejoras en línea con el objetivo de reducir el consumo energético y las emisiones de gases de efecto invernadero.

Se ha optimizado el ciclo de funcionamiento de las unidades de climatización y se han establecido nuevos valores de temperatura y humedad: 22°, 35-55% en calefacción y 25°, 35-55% en refrigeración en todos los edificios de la Compañía. En los edificios localizados en Madrid se ha mejorado la eficiencia del sistema de iluminación utilizando tecnología LED en las zonas comunes y en la iluminación exterior de las fachadas.

En Agencias se han realizado trabajos de mejora en el aislamiento de las fachadas y de los vidrios en las agencias, para reducir el coeficiente de transmisión y aumentar el factor solar. Se han instalado nuevos rótulos basados en tecnología LED, excepto en aquellos casos que la

4. Nuestros compromisos | 4.6 Medioambiente

normativa sobre contaminación lumínica no lo permitía. Aproximadamente el 70% de las agencias ya han instalado la nueva iluminación LED en los rótulos. Todas las nuevas agencias han sido dotadas con nuevas luminarias basadas en tecnología LED, más eficiente y respetuosa con el medioambiente. Se ha mejorado la eficiencia de las unidades de climatización de las agencias, utilizando equipos con calificación energética A++ y A+++.

Objetivos 2015

Está previsto realizar el estudio modificado de calificación energética en los edificios de Oviedo, Madrid Iris y el Edificio de Lugo con uso residencial, puesto que se va a actuar sobre las instalaciones térmicas de estos edificios para conseguir una mejora en la certificación energética de cada edificio. Se va a comenzar a trabajar internamente en relación con los tres inmuebles propiedad de la Compañía con uso dotacional y que están destinados a residencias de mayores con la empresa que los explota.

4.7. Nuestro Grupo: Ballesol y SOS

Ballesol y sus trabajadores

Indicadores clave

	Total Trabajadores	Tipo de Contrato		Edad			Sexo	
		Temporal	Indefinido	18-45	46-55	Mayores	Mujer	Hombre
Centro-Norte	1.560	232	1.328	971	445	144	1.425	135
Mediterráneo	889	344	545	629	184	76	805	84
Sur	363	246	117	310	47	6	339	24
Total	2.812	822	1.990	1.910	676	226	2.569	243
Porcentaje	-	29,23	70,77	67,93	24,03	8,04	91,36	8,64

Nacionalidad

	Española	Peruana	Dominicana	Argentina	Colombiana	Ecuatoriana	Cubana	Rumana	Otras
Centro-Norte	1.389	26	4	1	33	18	8	28	53
Mediterráneo	819	14	2	5	11	5	-	9	24
Sur	356	-	-	1	-	-	3	-	3
Total	2.564	40	6	7	44	23	11	37	80
Porcentaje	91,18	1,42	0,21	0,25	1,56	0,82	0,39	1,31	2,84

4. Nuestros compromisos | 4.7 Nuestro Grupo: Ballesol y SOS

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.

Nuevas contrataciones

	Nuevas contrataciones	Edad			Sexo	
		18-45	46-55	Mayores de 55	Mujer	Hombre
Centro-Norte	1.212	1.042	150	20	1.065	147
Mediterráneo	1.396	1.156	197	43	1.200	196
Sur	705	640	64	1	648	57
Total	3.313	2.838	411	64	2.913	400
Porcentaje	-	85,67	12,40	1,93	87,93	12,07

2014

Nº mujeres	2.913
Nº trabajadores mayores de 45 años	475
Nº personas con discapacidad	51

Formación

La ratio de horas se mantiene en la media de formación de 2013 (15,9 horas/año/empleado). Respecto a los contenidos, además de haber seguido incidiendo durante 2014 en la formación de desarrollo de habilidades para dirección y mandos intermedios, se ha dado continuidad a la vinculada con las campañas en materia de prevención (especialmente la relativa a los riesgos psicosociales y ergonómicos) y se han dedicado mayores recursos a la formación vinculada a la obtención del certificados de profesionalidad para el personal gerocultor de los centros de Madrid.

Comunicación interna

Durante 2014 se ha continuado trabajando en el desarrollo de la red social interna -Entorno Profesional Ballesol (EPB)-. Durante el segundo semestre se han impartido sendas sesiones formativas a los usuarios de la primera fase, así como también al equipo de dirección para sensibilizar respecto al objetivo del nuevo entorno de profesional de trabajo en red (facilitar la comunicación interna, compartir conocimiento, experiencia y buenas prácticas, al tiempo que cultivar valores y fomentar espíritu de colaboración).



Salud y Seguridad

En 2014 se ha dado continuidad a la planificación de la actividad preventiva, se ha realizado la auditoría externa reglamentaria -de carácter cuatrienal- con resultado favorable y apreciando madurez en el sistema implantado, sin perjuicio de aspectos en los que seguir trabajando.

El Servicio de Prevención de Ballesol ha dedicado en 2014 una especial atención a la formación y a las campañas para reducir la accidentabilidad entre el personal gerocultor, en un año en el que se ha producido un ligero incremento, si bien dentro de los parámetros normales para la actividad y aun manteniéndonos por debajo de esta ratio en el CNAE.

También se ha prestado atención a la realización e impulso de los planes de acción de las evaluaciones de riesgos psicosociales y ergonómicos iniciadas el año anterior. El servicio de prevención ha formado durante el año 2014 a más de 1.000 trabajadores dentro de la campaña de riesgos psicosociales.

Absentismo

2014	
Tasa de absentismo anual (%)	5,85%
Siniestralidad anual (%)	5,57%
Enfermedades profesionales	0,20%

Bajas y reincorporación al trabajo

2014	
Total bajas de maternidad	114
Total bajas por paternidad	7
Trabajadores reincorporados	99
Hombres	6
Mujeres	93

Hitos 2014

Primer Código Ético y de Conducta

- En mayo de 2014 el Consejo de Administración aprobó el primer Código Ético y de Conducta de Ballesol, que fue suscrito por los trabajadores de los diferentes niveles de responsabilidad de la Compañía durante el mes de septiembre y comunicado a todos los trabajadores de Ballesol durante el mes de octubre.
- Desde entonces se entrega a los nuevos empleados dentro de su Plan de Acogida debiendo asumir de manera expresa su compromiso a ajustar su actuación profesional en Ballesol a lo previsto en el mismo.
- El Código Ético y de Conducta se configura como una guía para la actuación profesional y responsable de todos los que desarrollan y hacen posible la actividad de Ballesol, asegurando un comportamiento ético en el desempeño de sus tareas, de manera acorde a la normativa legal aplicable, con respeto a la cultura y valores básicos de la sociedad y ajustado a la diversidad de las áreas y regiones en las que Ballesol está presente.
- El Código se complementa con políticas y procedimientos vigentes en la Compañía que interrelacionan con él, sin perjuicio de los que puedan desarrollarse en el futuro.

SOS y sus trabajadores

SOS SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.

Principales datos

	Hombres	Mujeres	Total
Número de empleados según tipo de contrato			
Contratos indefinidos	51	116	167
Contratos temporales	3	14	17
TOTAL Empleados	54	130	184
Número de empleados según centro de trabajo			
Empleados en central	54	129	183
Empleados en sucursal	-	1	1
TOTAL Empleados	54	130	184
Número de empleados contratados a tiempo parcial	10	17	27
Número de empleados de nacionalidad extranjera	-	-	7
Número de empleados según centro de trabajo			
Edad media	42,95	39,95	40,81
Antigüedad media	10,27	8,83	9,25

Altas, bajas y transformación

	Hombres		Mujeres		Total
	Indefinidos	Temporales	Indefinidos	Temporales	
Altas	0	3	1	12	16
Bajas	6	1	6	5	18
Transformación de Temporales en Indefinidos					5

Número de empleados afectados

Motivos de las bajas

Terminación de Contrato	4
Voluntarias	12
Despido	1
Jubilación	-
Muerte/Incapacidad	-
Otras	1
Total bajas	18

Contratación a través de ETT

	Hombres	Mujeres
Menor que 1 mes	-	-
Entre 1 y 6 meses	7	9
Entre 6 y 12 meses	1	4
Mayor que 12 meses	-	-
Total contratos	8	13

4. Nuestros compromisos | 4.7 Nuestro Grupo: Ballesol y SOS

Horas de formación

	F. Presencial	F. Distancia	F. Elearnig	Total Formación
Horas (en horario laboral)	430,5	-	-	430,5
Horas (en horario no laboral)	-	799,5	-	799,5
Total horas Formación	430,5	799,5	0	1.230

Absentismo

	Maternidad / Paternidad	
Permiso de Maternidad/Paternidad	Mujeres	Hombres
Número de empleados	9	4
Número de horas	4.018	297

Ballesol y la sociedad

- **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 Fundación Alzheimer Asturias, Fundación Alzheimer España, FAFAL, Federación AFA nacional (y sus sedes en Málaga, Valencia, Pozuelo de Alarcón y Alcobendas), Asociación Familiares con Pákinson, ATAM Telefónica y ONCE. La cantidad total recaudada y/o donada se sitúa en torno a 25.000 euros.

- Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas con el correspondiente Informe de Progreso.

SOS y la sociedad

Camino de la Integración

- En el año 2014 y por quinto año consecutivo organizamos junto con el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros, el “Camino de la Integración”, iniciativa solidaria en la que se invita y acompaña a un grupo de personas con discapacidad a recorrer varias etapas del Camino de Santiago asistidos por empleados-voluntarios.
- Participaron personas con discapacidad intelectual de la Asociación Aspanias, acompañados por voluntarios, así como del Consejo General de los Colegios de Mediadores, de International SOS (en España SOS Seguros y Reaseguros y SOS Assistance España, S.A.) y de **santalucía**. Se recorrieron de forma ejemplar las últimas tres etapas del Camino de Santiago Francés y una última etapa hasta Finisterre.
- El objetivo de esta iniciativa es dar la oportunidad a personas con discapacidad de desarrollar una actividad en grupo fuera de su entorno habitual acompañados por voluntarios/empleados de la compañía, fomentando valores como el compañerismo, la solidaridad y el trabajo en equipo.
- La iniciativa tuvo una amplia repercusión en los medios del sector seguros, así como en medios nacionales y locales de Galicia, promoviendo la sensibilización y difusión para una mayor integración de las personas con discapacidad.



5 Cuentas anuales e inversiones

5.1 Balance

ACTIVO	2014	2013
A-1) Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	208,97	234,41
A-2) Activos financieros mantenidos para negociar	0,00	0,00
A-3) Otros activos financieros a valor razonable con cambios en Pérdidas y Ganancias	7,96	10,94
a) Valores representativos de deuda	7,96	10,94
A-4) Activos financieros disponibles para venta	3.307,88	2.912,65
a) Instrumentos de patrimonio	383,83	315,59
b) Valores representativos de deuda	2.924,05	2.597,06
A-5) Préstamos y partidas a cobrar	1.018,46	946,72
a) Valores representativos de deuda	381,95	303,30
b) Préstamos	34,16	36,24
c) Depósitos en entidades de crédito	150,30	168,40
d) Depósitos constituidos por reaseguro aceptado	0,06	0,04
e) Créditos por operaciones de seguro directo	448,60	435,71
f) Créditos por operaciones de reaseguro	0,34	0,32
g) Créditos por operaciones de coaseguro	0,32	0,03
h) Otros créditos	2,73	2,68
A-8) Participación del reaseguro en provisiones técnicas	11,91	13,03
A-9) Inmovilizado material e inversiones inmobiliarias	206,38	211,53
a) Inmovilizado material	47,47	49,00
b) Inversiones inmobiliarias	158,91	162,53
A-10) Inmovilizado intangible	2,01	1,07
A-11) Participación en entidades del grupo y asociadas	119,21	124,17
A-12) Activos fiscales	14,51	2,45
a) Activos por impuesto corriente	0,15	0,15
b) Activos por impuesto diferido	14,36	2,30
A-13) Otros activos	67,47	64,09
TOTAL GENERAL ACTIVO	4.964,76	4.521,06

(Datos en millones de euros).

5. Cuentas anuales e inversiones | 5.2 Cuenta de pérdidas y ganancias

PASIVO	2014	2013
A-3) Débitos y partidas a pagar	224,18	227,16
a) Depósitos recibidos por reaseguro cedido	0,07	0,07
b) Deudas por operaciones de seguro	185,05	189,83
c) Deudas por operaciones de reaseguro	4,44	4,34
d) Otras deudas	34,62	32,92
A-5) Provisiones técnicas	3.153,26	2.974,00
a) Provisión para primas no consumidas	348,24	359,58
b) Provisión de seguros de vida	1.353,49	1.307,96
c) Provisión para prestaciones	103,86	102,36
d) Provisión para participación en beneficios y para extornos	0,00	1,46
e) Otras provisiones técnicas	1.347,67	1.202,64
A-6) Provisiones no técnicas	31,75	34,95
A-7) Pasivos fiscales	105,75	72,52
a) Pasivos por impuesto corriente	9,68	12,86
b) Pasivos por impuesto diferido	96,07	59,66
A-8) Resto de pasivos	28,60	0,00
TOTAL PASIVO	3.543,54	3.308,63
PATRIMONIO NETO		
B-1) Fondos propios	1.166,99	1.078,78
a) Capital o fondo mutual	300,60	300,60
b) Reservas	771,73	680,49
c) Resultado del ejercicio	109,81	109,82
d) (Dividendo a cuenta y reserva de estabilización a cuenta)	-15,15	-12,13
e) Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00	0,00
B-2) Ajustes por cambios de valor:	254,23	133,65
a) Activos financieros disponibles para la venta	273,14	134,97
b) Diferencias de cambio y conversión	2,54	-1,32
c) Corrección de asimetrías contables	-21,45	0,00
TOTAL PATRIMONIO NETO	1.421,22	1.212,43
TOTAL PASIVO y PATRIMONIO NETO	4.964,76	4.521,06

(Datos en millones de euros).

5.2 Cuenta de pérdidas y ganancias

	2014	2013
1 Primas imputadas, netas de reaseguro	1.033,56	1.000,61
2 Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	67,41	82,03
3 Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	474,92	466,18
4 Variación de otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	145,04	130,63
5 Participación en beneficios y extornos	0,00	0,00
6 Gastos de explotación netos	340,82	326,53
7 Otros gastos técnicos	7,38	26,92
8 Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	10,10	11,20
A) RESULTADO DE LOS SEGUROS NO VIDA	122,71	121,19
9 Primas imputadas al ejercicio, netas de reaseguro	212,10	228,89
10 Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	72,17	81,42
11 Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	191,47	169,66
12 Variación otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	55,82	80,29
13 Participación en beneficios y extornos	-1,46	0,24
14 Gastos de explotación netos	18,24	14,65
15 Otros gastos técnicos	0,96	5,59
16 Gastos de las inversiones	0,77	5,46
B) RESULTADO DEL SEGURO DE VIDA	18,47	34,42
C) RESULTADO DE LA CUENTA TÉCNICA	141,18	155,61
17 Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	19,54	4,16
18 Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	3,12	4,54
19 Otros Ingresos	9,39	11,13
20 Otros Gastos	11,14	2,73
D) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	155,85	163,63
21 Impuesto sobre beneficios	46,04	53,79
E) RESULTADO DEL EJERCICIO	109,81	109,84

(Datos en millones de euros).

5.3 Inversiones

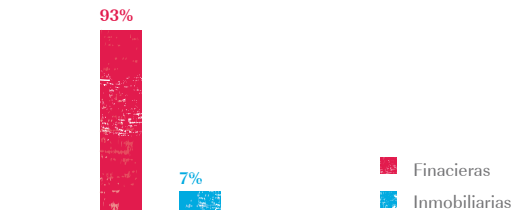
Valor de los activos gestionados
por **santalucía**, en 2014:
4.503,94 M €

↑ 9,83%
respecto al ejercicio 2013

Valor de las inversiones	2014	2013	% Var. 14-13
Inversiones inmobiliarias uso propio	41,03	41,62	-1,42%
Inversiones inmobiliarias uso terceros	158,91	162,53	-2,23%
Plusvalías no contabilizadas	115,38	129,30	-10,77%
Total Inmuebles	315,32	333,45	-5,44%
Renta Fija	3.649,96	3.227,00	13,11%
Renta Variable	210,48	181,92	15,70%
Tesorería	208,97	234,41	-10,85%
Sociedades participadas	119,21	124,17	-3,99%
Total Inversiones Financieras	4.188,62	3.767,50	11,18%
Total Inversiones	4.503,94	4.100,95	9,83%

(Datos en millones de euros).

Inversiones en %



Perfil Inversor

La política de inversiones de **santalucía** está dirigida por el principio fundamental de **cobertura de provisiones técnicas**. La gestión de las inversiones está orientada, en todo momento, por las características en tiempo y cuantía de los compromisos derivados de las pólizas de seguros, y en base a los principios de **rentabilidad, diversificación y congruencia monetaria**.

Bajo estos principios se realiza un **seguimiento continuo de los riesgos asumidos en las diferentes carteras** para adecuarlos a la estrategia de negocio y garantizar los compromisos asumidos.

Solvencia II

La directiva de Solvencia II ha tenido un **elevado impacto en las políticas y estrategias seguidas** en las que se ha considerado, además del impacto en el **binomio rentabilidad-riesgo**, el **consumo de capital** que supondrán las distintas clases de inversión.

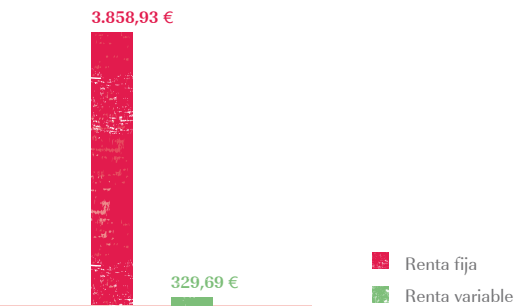
Durante 2014, hemos continuado desarrollado **sistemas y procedimientos de control de riesgos** que permitan una vigilancia constante de los riesgos de mercado y su impacto en el SCR de **santalucía**.

Inversiones Financieras

Las inversiones financieras de **santalucía** continuaron incrementando su peso relativo dentro de la totalidad de las inversiones.

- Los activos de renta fija están formados por instrumentos de deuda, tesorería, depósitos bancarios, fondos de inversión y préstamos.
- Las inversiones en renta variable están formadas por acciones, participaciones en empresas del grupo y asociadas, y fondos de inversión.

Inversiones en % (cifras en millones de euros)



Los activos de renta fija representan el **92,13%** del total de la inversión financiera

La renta variable representa el **7,87%** del total de la cartera

Renta Fija

La **renta fija es el activo predominante en la cartera de inversiones**, en coherencia con el perfil de los pasivos cuyos compromisos se deben cubrir de acuerdo con los criterios establecidos en la política de inversiones.

Composición de las inversiones de Renta Fija

	2014		2013		Increment.
	Valor	%	Valor	%	2014/2013
Liquidez y Activos monetarios	215,46€	5,14%	269,19€	7,15%	-19,96%
Depósitos	150,30€	3,59%	168,40€	4,47%	-10,75%
Instrumentos de Deuda	3.307,47€	78,96%	2.876,53€	76,35%	14,98%
Fondos de Inversión RF	173,35€	4,14%	133,67€	3,55%	29,68%
Préstamos	12,35€	0,29%	13,62€	0,36%	-9,32%
Renta Fija	3.858,93€	92,13%	3.461,41€	91,88%	11,48%

(Datos en millones de euros).

Instrumentos de Deuda

Instrumentos deuda	2014		2013		Increment.
	Valor	%	Valor	%	2014/2013
Gobiernos y Supranacionales	1.012,84	30,62%	964,43	33,53%	5,02%
Otros Títulos Públicos	408,81	12,36%	320,64	11,15%	27,50%
Colateralizados	741,30	22,41%	550,70	19,14%	34,61%
Financiero	513,23	15,52%	451,85	15,71%	13,58%
Corporativos	631,28	19,09%	588,90	20,47%	7,20%
TOTAL	3.307,47	100,00%	2.876,53€	100,00%	14,98%

(Datos en millones de euros).

El volumen más significativo de la cartera lo constituyen los instrumentos de deuda.

Instrumentos de deuda
3.307,47 M €

Representan el
78,98%
de la cartera

Crecimiento significativo
de **instrumentos de deuda**
y **fondos de inversión**
respecto a 2013

En detrimento
de posiciones de
liquidez y depósitos*

*Consecuencia de la menor remuneración de estas posiciones a corto plazo

Durante 2014 se han revisado las estrategias de distribución de activos para cada una de las líneas de negocio con el objetivo de adecuar el perfil y los objetivos de rentabilidad al nuevo entorno de mercado y de tipos de interés.

Respecto a las inversiones asignadas al negocio de Vida, se ha alargado la duración de los activos asignados a estos compromisos con el objetivo de una óptima gestión de los riesgos de ALM de la compañía, en consonancia con la nueva legislación de Solvencia II.

Renta Variable

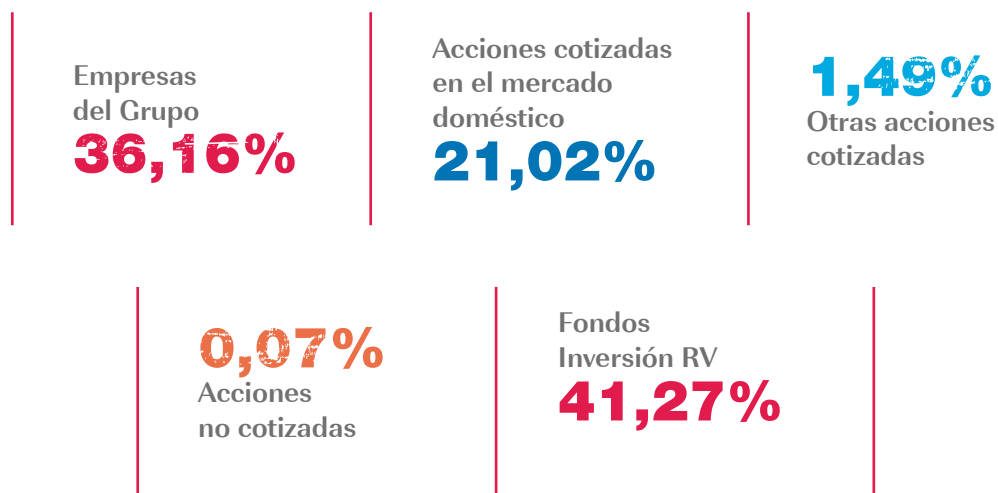
Estructura en renta variable

Estructura renta variable	2014		2013		Increment.
	Valor	%	Valor	%	2014/2013
Empresas del Grupo	119,21	36,16%	124,17	40,57%	-3,99%
España	69,29	21,02%	58,97	19,26%	17,51%
No cotizada	0,23	0,07%	0,22	0,07%	5,65%
Otras Acciones Cotizadas	4,90	1,49%	2,58	0,84%	90,01%
Fondos Inversión RV	136,06	41,27%	120,16	39,26%	13,23%
TOTAL	329,69	100,00%	306,09	100,00%	7,71%

(Datos en millones de euros).

5. Cuentas anuales e inversiones | 5.3 Inversiones

Distribución del importe invertido en renta variable:



El objetivo del significativo incremento de la **renta variable internacional** ha sido seguir **diversificando riesgos** hacia otras áreas geográficas tanto fuera del mercado doméstico como de la zona euro y aumentar posiciones en divisas ante la mayor debilidad del euro.

Respecto de las **participaciones estratégicas en empresas del grupo y asociadas** cabe destacar que durante el año 2014 se produjeron dos reducciones de nominal en Inmoalemania por importe total de 4,80 millones de euros.

Inversiones Inmobiliarias

200,34 M €

Valor de balance de las
inversiones inmobiliarias

Valor de mercado que
se desprende de las
tasaciones realizadas:

315,32 M €

115,38 M €

Plusvalías latentes

La cartera está constituida por inmuebles de uso propio, edificios de oficinas y viviendas, locales comerciales destinados a la actividad de nuestras Agencias, residencias de mayores y residualmente, locales comerciales arrendados a terceros ajenos a **santalucía**.

Adicionalmente, **santalucía** mantiene **posiciones por valor de 15,10 millones de euros**, a través de sociedades recogidas en el epígrafe de **empresas asociadas**, con las que complementa la diversificación internacional de sus inversiones inmobiliarias.

5. Cuentas anuales e inversiones | 5.3 Inversiones

	2014		2013		Variación
	Valor	%	Valor	%	2014/2013
Uso Propio	41,03	13,01%	41,62	12,48%	-1,40%
Uso Terceros	159,31	50,53%	162,53	48,74%	-2,00%
Plusvalías Latentes	114,98	36,46%	129,3	38,78%	-11,10%
TOTAL	315,32	100,00%	333,45	100,00%	-5,40%

(Datos en millones de euros).

Cabe resaltar **la finalización de las implantaciones en el Edificio de Julián Camarillo** del personal de Accept@, Iris Assistance y el Grupo Albia, así como la incorporación de un centro de transformación de energía eléctrica en el edificio que permitirá grandes ahorros en el consumo de energía.

Se han iniciado las obras del cambio de los equipos de climatización y de los sistemas de protección y detección contra incendios del edificio de oficinas de Oviedo, consiguiendo de este modo ampliar los contratos de arrendamiento principales.

En línea con la **mejora en los ahorros de consumos energéticos**, se ha seguido implantando iluminación LED en los rótulos de las nuevas agencias y se está implantando una nueva política de mejora de la imagen corporativa de las mismas.

Se han inaugurado, por último, **dos nuevos centros para Accept@** en los que se está procediendo a la concentración territorial de sus empleados, uno en Albolote (Granada) y otro en Badalona, teniendo previstos para 2015 la apertura de otros 10 nuevos centros de trabajo.

Rendimiento de las Inversiones

Rendimiento neto
de las inversiones

145,66 M €

142,22 M €

correspondientes
a inversiones
financieras

3,44 M €

correspondientes
a inversiones
inmobiliarias, una
vez descontadas
las amortizaciones

Desglose de los rendimientos obtenidos

Rendimientos Inversiones Financieras	2014	2013	Incremento
Ingresos Valores	116,46	120,66	-3,48%
Bcios/Pdas. Realizadas	25,76	23,13	11,37%
TOTAL Inversiones Financieras	142,22	143,79	-1,09%

(Datos en millones de euros).

5. Cuentas anuales e inversiones | 5.3 Inversiones

Rendimientos inmuebles	2014	2013	Incremento
Ingresos/Gastos	8,13 €	8,86 €	-8,24%
Bcios/Pdas. Realizadas	-0,42 €	-2,43 €	-82,72%
Amortizaciones	-4,27	-3,35 €	20,28%
Total Inmuebles	3,44 €	2,88 €	19,44%

5.4 Gastos

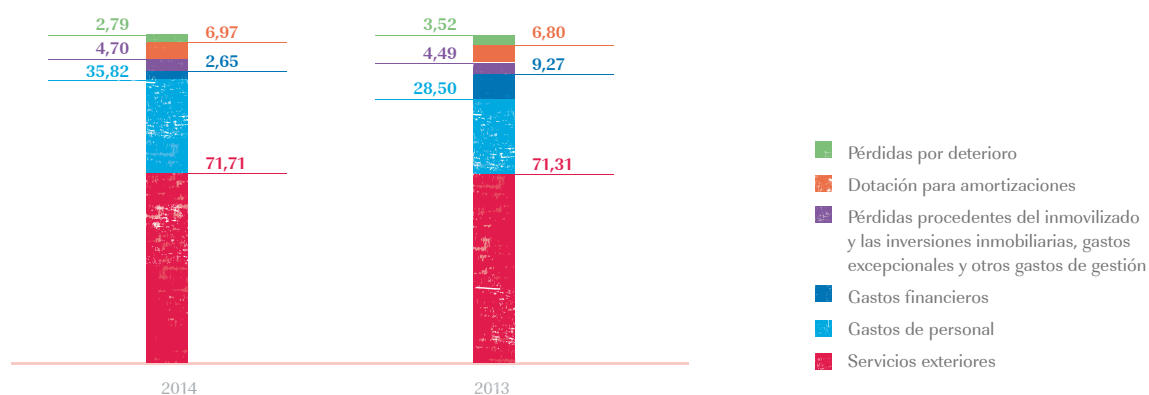


*No se ha tenido en cuenta la partida de impuestos



Estructura de gastos, distribuidos por naturaleza

en millones de euros



5.5 Resultado

El resultado de la Sociedad en el ejercicio 2014 es de **155,84 millones de euros**, del cual procede dotar para el pago del Impuesto de Sociedades **46,04 millones de euros**.

6 Elaboración del Informe e indicadores

Este es el primer año que **santalucía** publica un Informe Integrado conforme al Marco del IIRC (International Integrated Reporting Council) con los siguientes desafíos:

- Comunicar de forma integrada el beneficio a los grupos de interés poniendo de manifiesto la habilidad de la organización para crear valor a lo largo del tiempo, incluyendo los empleados, clientes, agencias, proveedores, y la sociedad en su conjunto
- Mantener la comparabilidad de los diferentes indicadores claves de sostenibilidad de **santalucía** presentes en el Informe Anual 2013 y la Memoria de RSC 2013.
- Informar sobre los temas relevantes en 2014, incluyendo indicadores del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, que reflejen los efectos significativos en los aspectos económicos, sociales y medioambientales.
- Informar sobre Indicadores de RSC del sector elaborados por ICEA.

6.1 Perfil y alcance

El Informe Integrado 2014 reemplaza al Informe Anual y la Memoria de RSC de **santalucía**, ambos de periodicidad anual. Este Informe comprende al ejercicio 2014. El alcance del mismo corresponde al desempeño de **santalucía**, visión y perspectiva, resultados, actividades y compromisos así como ciertos indicadores de las empresas del Grupo: Ballesol y SOS.

Los estados financieros incluidos en este informe se corresponden con los de **santalucía** e incluyen el Balance, la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, así como información sobre las inversiones realizadas y los rendimientos de las mismas.

[GRI G4-20; G4-21; G4-26]

6.2 Materialidad

El análisis de materialidad de **santalucía** se ha actualizado para abordar en el Informe los temas relevantes con impacto significativo en el negocio y en los grupos de interés, incluyendo los progresos y novedades en dicha gestión.

Este análisis 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 con los grupos de interés. Para este proceso, se han analizado una gran diversidad de fuentes internas y externas: Plan Estratégico **santalucía**, 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; Indicadores RSC sectoriales y Memorias del sector.

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

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 N° quejas recibidas y resueltas





Grupos de interés	Asuntos relevantes Análisis materialidad	Temas reflejados en la Memoria RSC
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

6.3 Índice de Contenido GRI G4



El Informe reporta los Indicadores de la Guía GRI versión G4 en la opción de conformidad “esencial”, manteniendo el nivel de comparabilidad con la Memoria de RSC 2013.

Contenidos básicos generales

Contenidos básicos generales	Pagina/seccion/informacion	Verificación externa
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4-1	Pag. 5 -6 Carta del Presidente	NO
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	Pag. 11 Nuestra historia	NO
G4-4	Pag. 11-12 santalucía y su entorno	NO
G4-5	Pag. 7 Nuestra historia	NO
G4-6	Pag. 11 Quienes somos	NO
G4-7	Pag. 7 Nuestra historia	NO
G4-8	Pag. 43 3.2 Nuestro negocio ‘Estamos cerca, estás seguro’	NO
G4-9	Pag. 18 Cifras clave	NO
G4-10	Pag. 18 Cifras clave	NO
G4-11	El 100% de empleados de santalucía están cubierto por convenio colectivo	NO
G4-12	Pag. 90 4.4 Proveedores	NO
G4-13	No ha habido cambios significativos durante el periodo objeto de análisis	NO
G4-14	Pag. 24 2.4 La gestión de riesgos y control interno	NO
G4-15	Pag. 59-60 Pacto Mundial y Participación asociativa	NO
G4-16	Pag. 39 Pacto Mundial y Participación asociativa	NO





Contenidos básicos generales	Pagina/seccion/informacion	Verificación externa
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	Pag. 11 Quiénes somos	NO
G4-18	Pag. 129 Elaboración del Informe e indicadores	NO
G4-19	Pag. 131 Asuntos relevantes	NO
G4-20	Pag. 130 Materialidad	NO
G4-21	Pag. 130 Materialidad	NO
G4-22	No ha habido reexpresión de información respecto a años anteriores	NO
G4-23	No se han realizado cambios significativos respecto al año anterior	NO
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24	Pag. 60 Diálogo con nuestros grupos de interés	NO
G4-25	Pag. 60 Diálogo con nuestros grupos de interés	NO
G4-26	Pag. 60 Diálogo con nuestros grupos de interés / Pag. 130 Materialidad	NO
G4-27	Pag. 131 Asuntos relevantes	NO
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4-28	Pag. 129 6.1. Perfil y alcance	NO
G4-29	Pag. 129 6.1. Perfil y alcance	NO
G4-30	Pag. 129 6.1. Perfil y alcance	NO
G4-31	Ultima página del Informe	NO
G4-32	Pag. 132-133 6.3 Índice de Contenido GRI G4	NO
G4-33	No se ha realizado verificación externa	NO
GOBIERNO		
G4-34	Pag. 20-23 2.3 Gobierno Corporativo	NO
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	Pag. 26 2.5 Código Ético y de Conducta	NO

Contenidos básicos específicos

Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página	Omisiones	Justificación omisión	Motivos omisión	Verificación externa
CATEGORÍA: ECONOMÍA					
ASPECTO MATERIAL: DESEMPEÑO ECONÓMICO					
G4-DMA	Pag. 5 -6 Carta del Presidente	-	-	-	NO
G4-EC1	Pag. 113-127 5. Cuentas anuales e inversiones	-	-	-	NO
ASPECTO MATERIAL: CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS					
G4-DMA	Pag. 18 Principales magnitudes	-	-	-	NO
G4-EC8	Impacto económico, social y medioambiental	-	-	-	NO
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE					
ASPECTO MATERIAL: ENERGÍA					
G4-DMA	Pag. 99 4.6 Medioambiente	-	-	-	NO
G4-EN3	Pag. 99-100 Indicadores clave 4.6 Medioambiente	-	-	-	NO
G4-EN6	Pag. 99-100 Indicadores clave 4.6 Medioambiente	-	-	-	NO
ASPECTO MATERIAL: EMISIONES					
G4-DMA	Pag. 99 4.6 Medioambiente				NO
G4-EN15	Pag. 99-100 Indicadores clave 4.6 Medioambiente				NO
G4-EN19	Pag. 99-100 Indicadores clave 4.6 Medioambiente				NO
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL					
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO					
ASPECTO MATERIAL: EMPLEO					
G4-DMA	Pag. 71 Nuestros compromisos 4.2. Empleados y Colaboradores				NO
G4-LA1	Pag 72 Indicadores clave 4.2. Empleados y Colaboradores				NO





Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página	Omisiones	Justificación omisión	Motivos omisión	Verificación externa
ASPECTO MATERIAL: CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN					
G4-DMA	Pag. 79 Formación				NO
G4-LA9	Pag. 79-81 Formación				NO
G4-LA10	Pag. 79-81 Formación				NO
SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD					
ASPECTO MATERIAL: LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN					
G4-DMA	Pag 90 4.4 Proveedores				NO
G4-SO9	Pag. 92 La RSC en nuestra cadena de suministro				NO
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS					
ASPECTO MATERIAL: INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN					
G4-DMA	Pag. 51 Nuestros compromisos 4.1 Clientes				NO
G4-PR5	Pag. 66-67 Indicadores clave 4.1 Clientes				NO

6.4 Indicadores RSC de ICEA

Grupo de Interés	Indicadores	Página
Clientes	Índice de Satisfacción	67
	Número de nuevos productos o mejoras en los existentes	28/ 67-68
	Características nuevos productos o mejoras realizadas	28/ 67-68
Distribuidores	Formación a mediadores	88
	Índice de satisfacción	77
	Existencia de procedimientos o códigos deontológicos	55-60
Empleados	Composición de la plantilla	72
	Temporalidad	72
	Antigüedad media de la plantilla	72
	Existencia y descripción del plan de Igualdad	83
	Formación adicional a la establecida por la ley	78-81
	Discapacidad % que supera la LISMI	84
Sociedad	Existencia de una política medioambiental	99
	Voluntariado Corporativo	84
	Porcentaje sobre primas para contribución a la sociedad	18-19
	Contribución a la sociedad	19/95-98
Proveedores	Selección de proveedores bajo criterio de RSC	92
	Índice de Satisfacción	93

6. Elaboración del Informe e indicadores I

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

