

2015
Informe anual
integrado

Impacto económico, social y medioambiental de santalucía



Económico

27,15 M€

Impuesto
de sociedades

1.287 M€

Primas
devengadas

495,9 M€

Pago a
proveedores



Medioambiental

67,35 %

Compra material
de oficina ecológico

5 %

Disminución de
las emisiones de
CO₂

20.000 kg

Ahorro en papel

3,7 %

Ahorro de
consumo eléctrico

santalucía
■ ■ ■ ■ ■ SEGUROS ■ ■ ■ ■ ■



Social

120.000 €

Inversión social
(+40% en relación
a 2014)

585

Empleados

201.289 €

Destinados a la
integración laboral
de personas con
discapacidad

Más de

6.000

colaboradores

2015
Informe anual
integrado

Sumario

1 Visión			
de la Alta Dirección	4	2 Así somos	12
Carta del Presidente	5	2.1 santalucía y su entorno	13
Entrevista al Director General	8	2.2 Principales magnitudes	16
		2.3 Gobierno Corporativo	18
		2.4 La gestión de riesgos	21
		2.5 Perspectivas del sector y visión de futuro	24
		2.6 Hitos 2015	26

Alcance de este Informe:

El presente Informe Integrado tiene como objeto a Santa Lucía, S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros. Se incluyen también los datos relativos a la plantilla de las empresas del Grupo, así como algunas iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa de las mismas.

3 **Cómo gestionamos nuestro negocio**

30

3.1 Modelo de negocio	31
3.2 Nuestra actividad	34
3.3 Visión social del seguro	39
3.4 La Responsabilidad Corporativa en santalucía	40

4 **Creación de valor entre los grupos de interés**

46

4.1 Clientes	47
4.2 Empleados	56
4.3 Agencias	67
4.4 Proveedores	71
4.5 Sociedad	73
4.6 Medioambiente	76
4.7 Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible	79

5 **Cuentas Anuales**

82

6 **Datos de plantilla del Grupo**

96

7 **Sobre este Informe**

108

7.1. Indicadores GRI G4	109
7.2. Indicadores RSC ICEA	116



01

Visión
de la Alta
Dirección

Carta del Presidente de santalucía

Me satisface presentar un año más el Informe anual Integrado de la compañía, con lo más relevante de su actividad durante 2015.

santalucía se caracteriza por su visión a largo plazo, una gestión prudente y su capacidad de innovación. Fruto de ello, este ejercicio se ha cerrado con más de 345.000 nuevas pólizas vendidas, un incremento de las primas del 2,75% y un crecimiento del 11,21% en el ramo de Vida.

El momento actual es de rápido cambio tecnológico, en un contexto de bajos tipos de interés, de exigencia de diversificación y de búsqueda de soluciones personalizadas. En este sentido, **santalucía** ha consolidado nuevas estrategias para seguir alcanzado cotas de excelencia en el futuro, de manera fiel a su visión del negocio, a su vocación de protección y a la cercanía en su modo de relación.

“Estar cerca” de los clientes, para conocer sus necesidades y ofrecerles alternativas de protección, así como de los empleados, proveedores y todas las personas importantes para la actividad de la empresa, supone estar muy atentos a sus preocupaciones, escucharles y ofrecerles respuestas personalizadas.

Uno de los hitos del año ha sido la ampliación del Grupo, con la entrada de empresas tradicionalmente vinculadas a la compañía y que ahora forman parte de este. Esta acción se enmarca en el proceso de transformación en el que está inmerso **santalucía**, impulsado mediante el desarrollo del Plan Estratégico y desde la perspectiva de “cercanía”, que está en la esencia de nuestro modo de hacer las cosas.

También se ha trabajado para reivindicar la función social del seguro, algo que está en la base de la responsabilidad corporativa de la compañía y que define su compromiso con la sociedad. En este sentido, se ha aprobado el nuevo Plan Director “Estamos siempre cerca de ti”, que recoge el marco de actuación para el período 2015-2020. También se han lanzado nuevos productos sobre la base de esa visión social de los seguros, como los nuevos planes de pensiones individuales.

santalucía, además, ha incrementado en un 40% su contribución a proyectos con la sociedad y ha entregado el Premio Solidario del Seguro, por primera vez, gracias a los votos de clientes y seguidores en redes sociales.

Este informe es para **santalucía** un ejercicio de responsabilidad en la divulgación de información fiable y transparente. En él se incluye lo más sustancial del ejercicio, así como indicadores generales y sectoriales, relativos a los ámbitos económico, social y medioambiental.

Al igual que el año anterior, se ha realizado un tratamiento de la información integrado, lo que supone un esfuerzo adicional para sintetizar, priorizar y contextualizar, así como dar coherencia a la información. En este sentido, se ha utilizado el International Integrated Reporting Council (IIRC), marco internacional para informes integrados así como el estándar para la elaboración de memorias de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4 en la elaboración del informe.

Espero, junto a todos los profesionales que integran **santalucía**, que les resulte de interés.

Carlos Álvarez Navarro
Presidente de **santalucía**



Entrevista al Director General

Andrés Romero, Director General de **santalucía**

1. En 2015 santalucía ha crecido en número de empresas que forman parte del Grupo y en solidez de los resultados con relación al sector ¿Qué aspectos han sido más destacables?

2015 ha sido un año tremendamente satisfactorio, aunque no exento de dificultades. **santalucía** ha crecido como Grupo, en resultados, en cuota de mercado y en volumen de negocio. Se han alcanzado los 1.287 millones de euros en primas devengadas, lo que supone un crecimiento del 2,75%, una cifra por encima de la media del sector, que está en torno al 2%.

En materia de alianzas, se han firmado acuerdos comerciales con Sanitas, para la distribución de cuatro nuevos productos, así como con Evo Banco, para impulsar la venta cruzada y facilitar el acceso a financiación. También, se han escalado posiciones dentro del ranking de entidades aseguradoras, en el que ya ocupamos el noveno lugar.

Con todo, el mayor crecimiento es el experimentado más allá del negocio, en número de proyectos y en personas. Para una empresa eso es señal de que está viva, de que se siguen haciendo cosas, de que hay retos y de que hay una visión de futuro.

2. santalucía ha apostado por la cercanía como su valor de identidad ¿Cómo se vincula ese concepto a la compañía?

Esa “apuesta” por la cercanía, ha sido en realidad un reconocimiento a lo que **santalucía** es, una entidad que siempre ha estado cerca de las personas para permanecer atenta a sus necesidades. La compañía ha generado a lo largo del tiempo un negocio muy próximo (la puesta en valor de una “seña de identidad” propia), por lo que la elección de la cercanía va más allá de identificar un atributo, es el desarrollo de algo muy propio.

En este sentido, se ha profundizado en el enfoque de “cercanía” con los clientes, con los empleados, con los proveedores y el resto de grupos de interés y se han revisado los procesos en los que estos intervienen. Por ejemplo, la digitalización es una apuesta que nos acerca mucho más a las personas, más allá de lo que supone en términos de transformación tecnológica.

Desde siempre hemos apostado por una orientación de prestación de servicio que nos ha permitido estar cerca de quienes tenían una necesidad. Este es un atributo por el que se nos conoce y valora.

3. En numerosas ocasiones ha reivindicado la función social del seguro y su vínculo con las bases de la responsabilidad corporativa ¿Cómo se integra esta visión en la compañía?

El seguro tiene una función clara dentro de la sociedad. Garantiza que haya crecimiento económico, que se desarrollen numerosas actividades en el día a día, que haya gente que pueda iniciar un negocio..., es decir, permite transferir el riesgo hacia terceros, hacia las entidades aseguradoras, que lo reciben y lo mutualizan.

Hoy, más que nunca, el seguro es un elemento de cohesión en un contexto en el que muchos están poniendo en duda las bases del Estado del Bienestar. El seguro puede contribuir a tener una pensión digna o una atención sanitaria adecuada. Esa es la esencia de la actividad aseguradora y es clave que se le reconozca su función social.

4. Para materializar esa visión social del seguro tenéis el Plan Director de Responsabilidad Corporativa

Los retos y los deseos hay que plasmarlos en algo tangible que se pueda comunicar adecuadamente y con un compromiso de hacer cosas.

El Plan Director de Responsabilidad Corporativa “Estamos siempre cerca de ti” pretende asentar los compromisos y los valores que identifican a la compañía en el día a día. No es una apuesta aislada de la entidad, sus accionistas o el equipo directivo, sino que aspira a involucrar a la gente de **santalucía**, que además quiere formar parte activa de esos retos.

Una de las claves es que la cultura de responsabilidad la crean en gran medida los propios trabajadores. Ellos deciden cuál es la orientación de las ayudas a proyectos sociales o hacia dónde debe enfocarse la entidad en su contribución a la sociedad.

5. santalucía está inmersa en un proceso de transformación organizativa como parte del Plan Estratégico DOCE/16 ¿Cómo se ha concretado en línea con lo antes mencionado: visión social del seguro y responsabilidad corporativa?

Mediante proyectos específicos, se ha trabajado para transformar el lenguaje de los seguros. En primer lugar, se ha dado un impulso al “lenguaje claro”, con iniciativas dirigidas a clarificar el lenguaje asegurador, hacerlo próximo, entendible y transparente. También se ha mejorado el acceso a la documentación a través de la web, facilitando las gestiones. Aunque, sin duda, lo más importante es que estamos posibilitando el construir los productos de la mano de los clientes. Cada persona tiene sus propias necesidades, diferentes a las de otra y a las que tendrá dentro de cinco años. Hoy se pueden ofrecer opciones personalizadas y **santalucía** tiene la capacidad para establecer el diálogo y generar los canales de escucha activa necesarios para ello.

También destacaría la Garantía de Derrumbe Accidental, lanzada en 2015. Ante el derrumbe ese año de un edificio en Madrid, **santalucía** decidió asumir la máxima cuantía pese a las especificaciones del contrato. Esa experiencia hoy se ha trasladado a otros productos, de modo

que podemos decir con satisfacción que todos los seguros de comunidades contratados con la compañía disponen de una garantía que les cubre en caso de derrumbe accidental.

Otro hito ha sido la implantación dentro de la política de gestión de siniestros de la mediación como método alternativo para resolver de forma amistosa controversias o discrepancias con sus asegurados y terceros perjudicados. La mediación se realiza online a través de una herramienta informática de sencillo manejo, totalmente gratuita y voluntaria para los asegurados y terceros perjudicados, con el compromiso de la compañía de que la resolución de la mediación no durará más de dos meses. Esta iniciativa de mediación online ha convertido a **santalucía** en el líder en el sector asegurador en materia de métodos alternativos de resolución extrajudicial con asegurados, fortaleciendo con ello su relación con ellos.

6. El Informe Integrado es un estándar avanzado de sostenibilidad. ¿Por qué habéis apostado por un documento de este tipo?

Ya no se puede separar el mensaje exclusivamente cuantitativo, sino que interesa mucho el aspecto cualitativo de “esto es lo que soy y esto es lo que hago”. Claro que interesa cuál es la fortaleza financiera, el resultado de las inversiones, el dividendo que **santalucía** reparte entre sus accionistas..., pero también interesa cada vez más qué hace **santalucía** con esos recursos, por qué está donde está, en qué tipo de siniestros he actuado, cómo se distribuyen las primas que se recaudan...

Es intentar contar en ese Informe Integrado no solo lo que hemos conseguido desde el punto de vista financiero, sino del esfuerzo de lo que hace la gente que trabaja aquí, para quién lo hace y cómo lo hace.



02

Así
somos

2.1 **santalucía** y su entorno

Quiénes somos

santalucía es una empresa líder del sector asegurador, con 94 años de historia como especialistas en protección familiar.

Misión:

Ofrecer mayor y mejor protección a nuestros clientes y a la sociedad a la que servimos, proporcionando en una economía globalizada productos y servicios de calidad que aumenten la seguridad y el bienestar, convirtiéndonos en referente de fiabilidad, innovación y eficiencia.

Valores:

- Integridad
- Protección
- Solvencia
- Servicio
- Responsabilidad
- Vitalidad

La identidad de la compañía se asienta sobre la “cercanía”, un valor diferencial con el que acompañar y dar respuesta a las necesidades y preocupaciones de los clientes.

[GRI G4-17]

Grupo **santalucía**

En 2015 el Grupo **santalucía** ha crecido bajo el enfoque de la orientación hacia los clientes y el objetivo de ofrecerles la más alta calidad de servicio y los mejores productos.

Empresas del Grupo **santalucía**



International SOS España

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



Ballesol

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



Accept@

Empresa encargada de la gestión del *contact center*.



Iris Assistance

Empresa líder en la gestión integral de reparaciones y reformas, así como en la tramitación de siniestros.



GIH

Presta servicios de gestión contable, fiscal, de nóminas y administración de personal, control financiero y *reporting*, así como de gestión de relaciones mercantiles.



PC Amigo

Asistencia informática global para particulares y colectivos, con un soporte especializado y profesional.

[GRI G4-17]



Alpha Plus

Empresa dedicada a gestionar activos y carteras de inversión con vocación de rentabilidad absoluta.



FDF santalucía Argentina

santalucía se expande internacionalmente y traslada su modelo de negocio a nuevos mercados, con la adquisición de FDF en Argentina.

Empresas Vinculadas



Albia

Grupo de referencia a nivel nacional dedicado a la organización y gestión integral de servicios funerarios.



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.

Acuerdos comerciales



Pelayo

A través de Pelayo, santalucía pone a disposición de sus clientes una gama de seguros de automóvil con una garantía de servicio y asistencia de la más alta calidad



EVO Banco

A través de EVO Banco, se ofrecen productos de financiación en las mejores condiciones.



Sanitas

Los clientes de santalucía disfrutan de los servicios de la empresa líder en seguros de salud, con el cuadro médico más completo y prestigioso del mercado.

2.2 Principales magnitudes



Primas devengadas (millones de €)

2014	2015
1.274	1.287



Nº Empleados

2014	2015
547	585



Ahorro gestionado en Vida (millones de €)

2014	2015
1344	1345



Nº Clientes

2014	2015
6.948.160	6.915.731



Total activos gestionados (millones de €)

2014	2015
4.504	4.600



Agencias y Oficinas de Venta

2014	2015
429	430



Activos financieros (millones de €)

2014	2015
4.705	4.921



Pólizas totales (millones)

2014	2015
3,8	3,9



2.3 Gobierno Corporativo

La estructura del Gobierno Corporativo de **santalucía** se corresponde con su visión a largo plazo y la gestión prudente de la compañía.

Consejo de Administración

• Presidente	D. Carlos Álvarez
• Consejero Delegado	D. Modesto Álvarez
• Secretario	D. José Luis Díaz
• Consejero	Inmobiliaria Prico, S.L., D ^a . Natalia Álvarez
• Consejero	D. Jesús Priego

Comité de Dirección

- **Director General**
Andrés Romero Peña
- **Director General Financiero**
José Manuel Jiménez Mena
- **Subdirector General Comercial**
Carlos Fabián Gallego Gómez
- **Subdirector General de Marketing e Innovación**
Emilio David Jiménez Castrillo
- **Subdirector General Financiero**
José Abellán Collado
- **Directora del Área Recursos Humanos**
Mireia García Fernández
- **Director del Área Sistemas de Información, Organización y Procesos**
Edmundo Pico Rodríguez
- **Director de la Unidad de Desarrollo Corporativo**
José Luis Ruiz Bellew
- **Director de Operaciones**
Miguel Aceituno Sánchez
- **Director Técnico**
Sergio Real Campos
- **Director de Supervisión y Gestión de Riesgos**
Fernando Moreno Gamazo

Política de Aptitud y Honorabilidad

De acuerdo con la nueva normativa europea *Solvencia II*, la compañía ha implantado una Política de Aptitud y Honorabilidad a la que se suscriben los miembros del Consejo de Administración, integrantes del Comité de Dirección y directores de las funciones clave en el sistema de gobierno de Riesgos, Cumplimiento Normativo, Auditoría Interna y Revisión Actuarial.

Código Ético y de Conducta

El Código Ético y de Conducta de **santalucía** tiene como objetivo asegurar la aplicación de los más elevados estándares de excelencia en el comportamiento de la compañía y constituye una norma de autorregulación para todos los empleados y directivos.

Principales indicadores Código Ético 2015

Empleados adheridos

95,5%
(+2,75%)



2.4 La gestión de riesgos

Adaptación a Solvencia II

Durante el ejercicio 2015 se ha continuado con la adaptación a la directiva europea Solvencia II, que persigue mejorar la protección de los asegurados mediante una mayor sofisticación del análisis, la medición y la gestión del riesgo asegurador. Entre las principales actuaciones, han destacado las siguientes:

- Cálculos de capital requerido por Solvencia II para los ramos de decesos y vida.
- Desarrollo de la herramienta de valoración del capital de solvencia obligatorio, capital mínimo obligatorio y margen de riesgo de la compañía.
- Diseño del proceso de evaluación prospectiva de riesgos (ORSA).
- Estudio de impacto sectorial para la evaluación del escenario de bajos tipos de interés.
- Evaluación del impacto de los límites de inversiones en el capital de solvencia obligatorio.
- Definición y generación del informe de gestión de riesgos para la Dirección, integrando la función de gestión de riesgos en el proceso de lanzamiento de productos.
- Impulso desde UNESPA y con la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones para la definición del modelo del Seguro de Decesos bajo Solvencia II.
- Informes de autoevaluación interna prospectiva de riesgos (FLAOR).

- Valoración de la información anual a incluir en los informes de carácter cuantitativo (Quantitative Reporting Reports-QRT), en fase preparatoria, y de la información cualitativa, con información preliminar y datos del ejercicio 2014 y del tercer trimestre de 2015.

Actuaciones en materia de Control Interno

La compañía ha revisado y actualizado su marco de Control Interno en 2015, con las siguientes novedades:

- Evolución del sistema de información, incluyendo mejoras en los informes de gestión y la ampliación de las funcionalidades de la aplicación que da soporte al Sistema de Control Interno.
- Evaluación de la situación actual del sistema y su grado de adecuación a las mejores prácticas mediante el envío de cuestionarios de evaluación.
- Implantación de una herramienta específica de flujo de trabajo (SFT) para el seguimiento y la monitorización del cumplimiento de todos los requerimientos regulatorios establecidos por Solvencia II.

Plan de Cumplimiento 2016

De conformidad con la Política de Cumplimiento aprobada por el Consejo de Administración, **santalucía** ha desarrollado la función de Cumplimiento Normativo, de acuerdo a los requerimientos de Solvencia II. Asimismo, se ha dotado de una serie de políticas internas y ha establecido mecanismos de control para asegurar el cumplimiento de las mismas de acuerdo con un plan anual.

Riesgo financiero

Los riesgos financieros son, junto con los riesgos operacionales, inherentes a la actividad de **santalucía**.

Uso de instrumentos financieros

El Consejo de Administración de **santalucía** ha aprobado políticas escritas que proporcionan criterios para la gestión del riesgo global, así como para aquellos más concretos como son el riesgo de mercado, el riesgo de crédito y el de liquidez.

2.5 Perspectivas del sector y visión de futuro

Evolución del sector asegurador en España 2015

56.904,5 M €

Volumen de facturación
(+2,56%)

Ahorro gestionado en vida

167.699,4 M €

Volumen de primas en vida

+1,82%

Facturación en no vida

31.337,8 M € (+2,44%)

Seguros de automóviles

10.045,3 M € (+1,7%)

Seguros de salud

7.368,9 M € (+3,23%)

Seguros multirriesgos

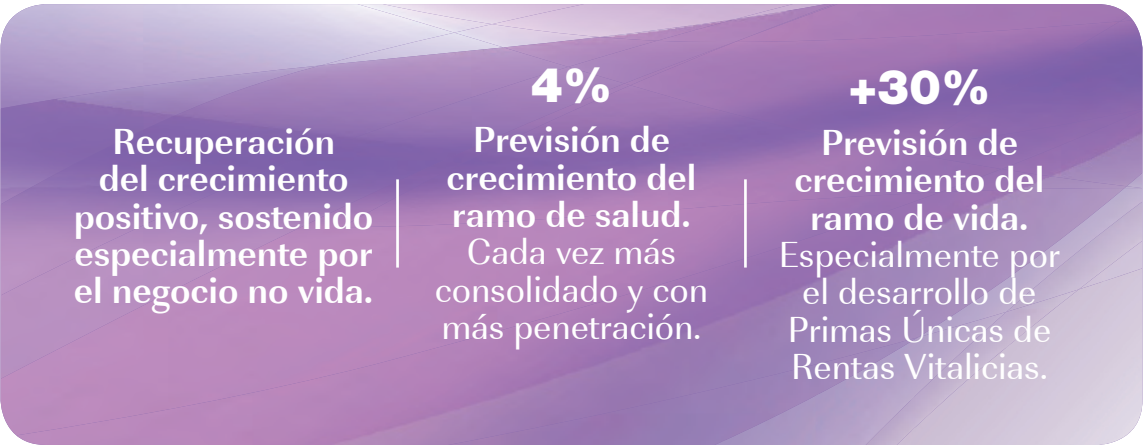
6.658,7 M € (+1,6%)

Seguros de decesos

2.272,8 M € (+3,6%)

Fuente: "Evolución del Mercado Asegurador a diciembre. Año 2015". ICEA y "El Seguro de Decesos. Año 2015". ICEA

Expectativas de futuro del sector



Rankings ICEA 2015: posición de santalucía	
Seguro de Decesos:	1ª posición, con una cuota de mercado del 29,42% y un crecimiento en primas con respecto al año anterior de 1,53%.
Seguro Multirriesgo del Hogar:	5ª posición, con una cuota de mercado del 5,43%.
Seguro No Vida:	8ª posición, con una cuota de mercado del 3,34% y un crecimiento en primas con respecto al año anterior del 0,93%.
Seguro Vida:	18ª posición, con una cuota de mercado del 0,93% y un crecimiento en primas con respecto al año anterior del 11,21%.

2.6 Hitos 2015

Integración en el Grupo **santalucía** de Accept@, IRIS Assistance, GIH y PC Amigo

Adquisición del 100% del capital social de las compañías Iris Assistance, S.L. y de Gestión Integrada Hispana, S.L., y de sus filiales PC Amigo y Accept@, respectivamente, para consolidar su posición estratégica dentro del Grupo **santalucía**.



Adquisición de las acciones de la sociedad Alpha Plus Gestora



En mayo, **santalucía** adquirió una participación significativa y control de esta firma, con un volumen de activos gestionados de 222,6 millones de euros en fondos de inversión, planes de pensiones, SICAV, mandatos de gestión y carteras gestionadas. La adquisición se enmarca dentro del Plan Estratégico de **santalucía** y pretende diversificar su oferta de productos de ahorro.



Alianza con Sanitas para ofrecer nuevos productos

Alianza que contribuye al objetivo de la compañía de seguir creciendo a largo plazo, convirtiendo el ramo de salud en un negocio rentable para **santalucía** y adquiriendo un régimen de venta exclusivo del Seguro de Decesos para los próximos diez años, a través de la red de Sanitas.



Acuerdo con Evo Banco para impulsar la venta cruzada

Mediante un acuerdo de distribución de nuestros seguros a través de la red de oficinas del banco y de otras empresa del grupo (AvantCard y Fracciona) para los próximos 10 años. Asimismo, los clientes de **santalucía** accederán en condiciones preferentes a una oferta de tarjetas de crédito y de financiación al consumo, también durante los próximos 10 años.





Alianza con el Grupo Presidente en México



A través de su filial Ballesol, Grupo **santalucía** ha firmado una alianza estratégica en Méjico con el Grupo Presidente, especializado en la industria hotelera, para desarrollar un concepto único en beneficio de la tercera edad, basado en la atención personalizada y un servicio de máxima calidad.

Nuevo Plan Director de Responsabilidad Corporativa



santalucía ha renovado su marco de gestión de la responsabilidad social corporativa (RSC) con el nuevo Plan Director **“Estamos siempre cerca de ti”** 2015-2020, estructurado sobre cuatro pilares y planes de acción bianuales. Este plan persigue la integración de la RSC en el negocio así como el diálogo y la escucha activa de los grupos de interés sobre la base de la “cercanía” y contempla la medición y la comunicación de manera complementaria y transversal.





Política de Responsabilidad Corporativa



La compañía ha aprobado en 2015 su Política de Responsabilidad Corporativa, un documento marco para comprender la filosofía de la compañía y que recoge cómo se articula la visión responsable del negocio, la función social del seguro y los retos del sector.



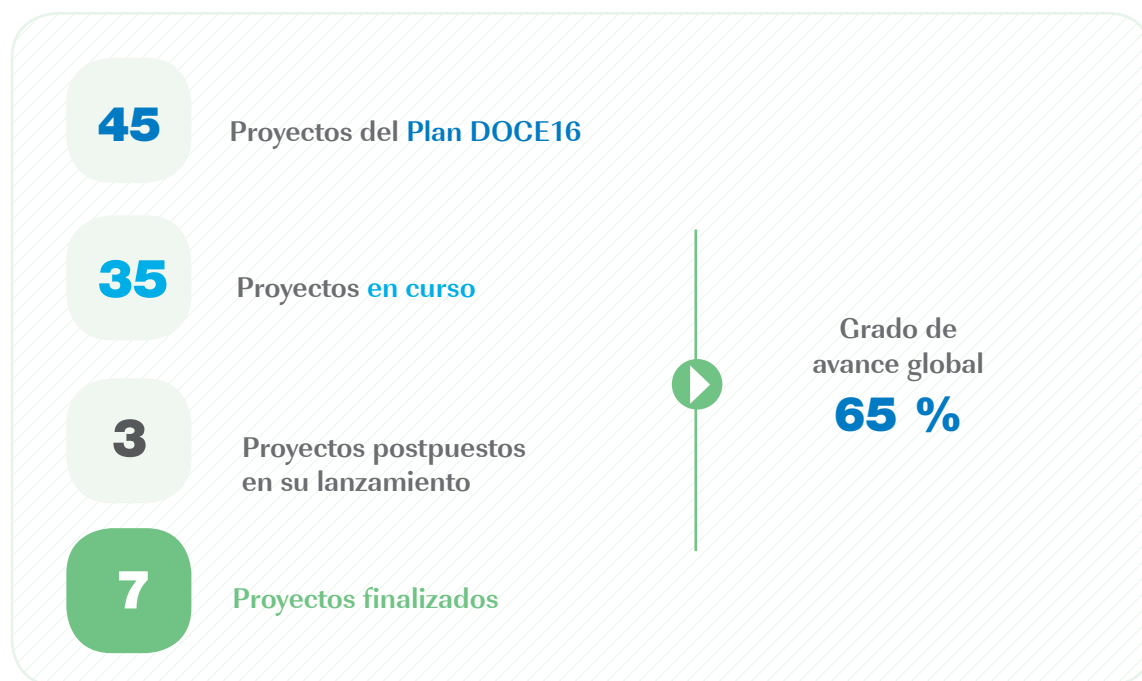
03

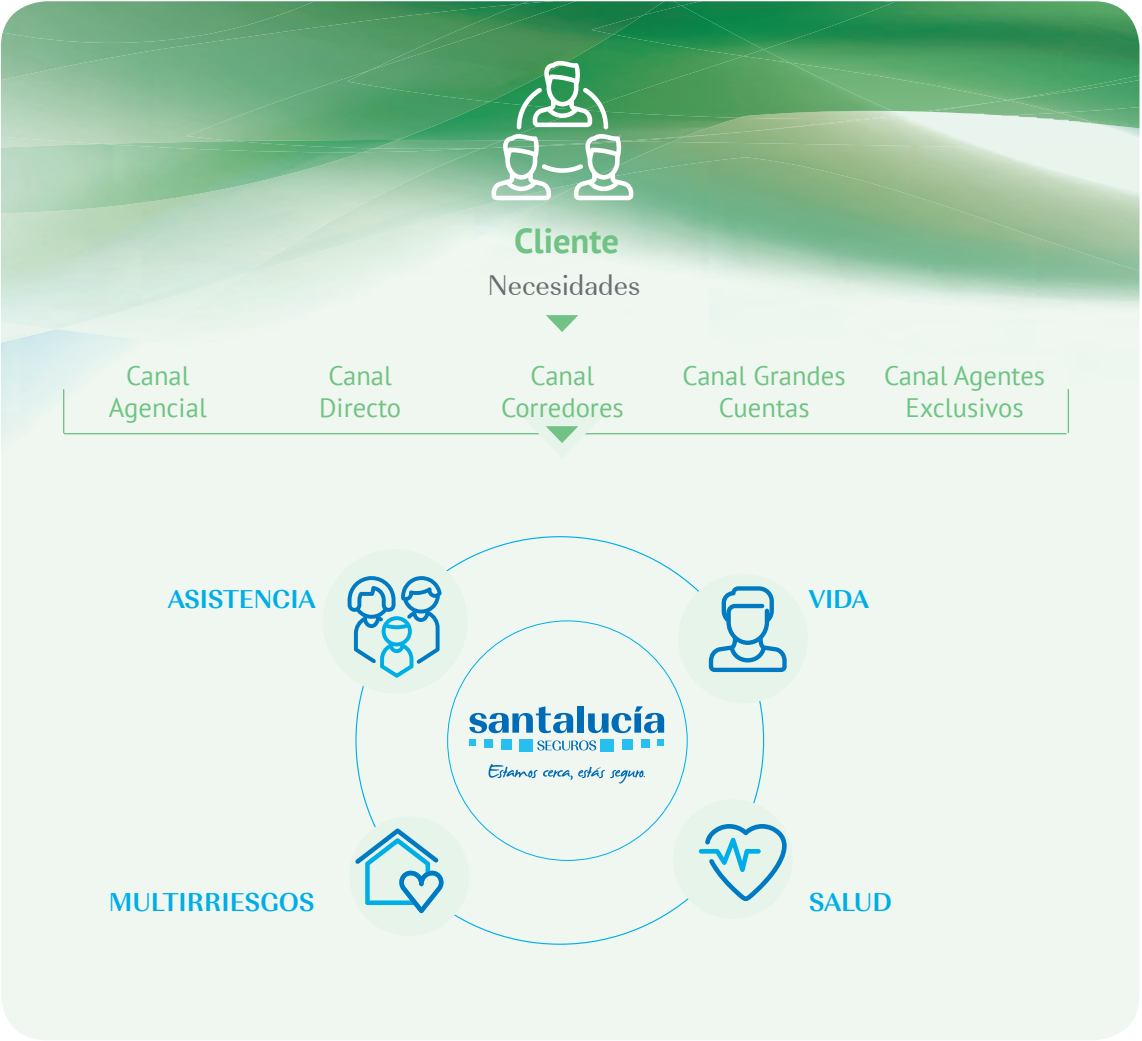
Cómo
gestionamos
nuestro
negocio

3.1 Modelo de negocio

santalucía ha impulsado un proceso transformador de la compañía estructurado en el Plan Estratégico DOCE/16. En 2015 se incorporaron tres proyectos a los 42 ya incluidos en el plan, tras la participación mayoritaria en Alpha Plus Gestora.

Grado de avance del Plan Estratégico en 2015





Nuestra distribución: canales

Canal Agencial

Lo constituyen cinco Sociedades de Mediación y 5 Agentes Exclusivos, que gestionan las 430 agencias y oficinas de venta de **santalucía**. Además se han integrado 150 agentes profesionales con orientación a nuevos nichos de clientes y a la comercialización de productos de difícil distribución masiva.

En su conjunto suponen un 95% de la actividad comercial y gestión de la cartera.

1.306 M € En volumen total de primas

Canal Corredores

Dentro de la estrategia multicanal de la compañía, **santalucía** ha reforzado su posicionamiento en el mercado de corredores con la consolidación del canal a través de nuevas estrategias, estructura territorial, metodología comercial y oferta.

Canal Directo

A través de este canal se exploran nuevos modelos de distribución, como plataformas digitales o telefónicas. En 2015 se ha firmado un nuevo acuerdo para incrementar la producción de seguros de accidentes.

Canal Empresas-Grandes Cuentas

Su misión es explorar nuevos mercados a través de acuerdos de distribución, gestión de grandes cuentas y grupos de afinidad en un contexto de mercado flexible y con una gestión muy ágil.

3.2 Nuestra actividad

Principales magnitudes de negocio

1.287 M €
en primas devengadas
(+2,75%, frente al
+2,06% del sector)

11,21%
Crecimiento del negocio de Vida

345.037
pólizas de nueva producción



Primas devengadas

Seguros	Importe	Variación absoluta	Variación relativa	Estructura
	2015	2015-2014	2015-2014	2015
DECESOS	632.851.770	9.520.373	1,53%	49,16%
ASISTENCIA	93.141.183	-2.579.208	-2,69%	7,24%
ACCIDENTES	33.892.886	-396.852	-1,16%	2,63%
HOGAR	212.675.179	-156.549	-0,07%	16,52%
COMUNIDADES	29.268.621	-1.979.316	-6,33%	2,27%
OTROS MULTIRRIESGOS	13.178.380	-140.058	-1,05%	1,02%
SALUD	25.064.663	4.531.046	22,07%	1,95%
RESP. CIVIL	4.716.704	467.064	10,99%	0,37%
OTROS RAMOS	3.200.769	1.202.104	60,15%	0,25%

Seguros	Importe	Variación absoluta	Variación relativa	Estructura
	2015	2015-2014	2015-2014	2015
TOTAL NO VIDA	1.047.990.155	10.468.606	1,01%	81,42%
TOTAL VIDA	237.511.124	23.934.015	11,21%	18,45%
TOTAL SEGURO DIRECTO	1.285.501.280	34.402.620	2,75%	99,87%
REASEGURO ACEPTADO	1.711.708	27.379	1,63%	0,13%
TOTAL	1.287.212.987	34.429.999	2,75%	100,00%



No vida

34,59%

Cuota de mercado de
seguros de decesos

83%

De productos multirriesgo
son seguros de hogar

Vida

90%

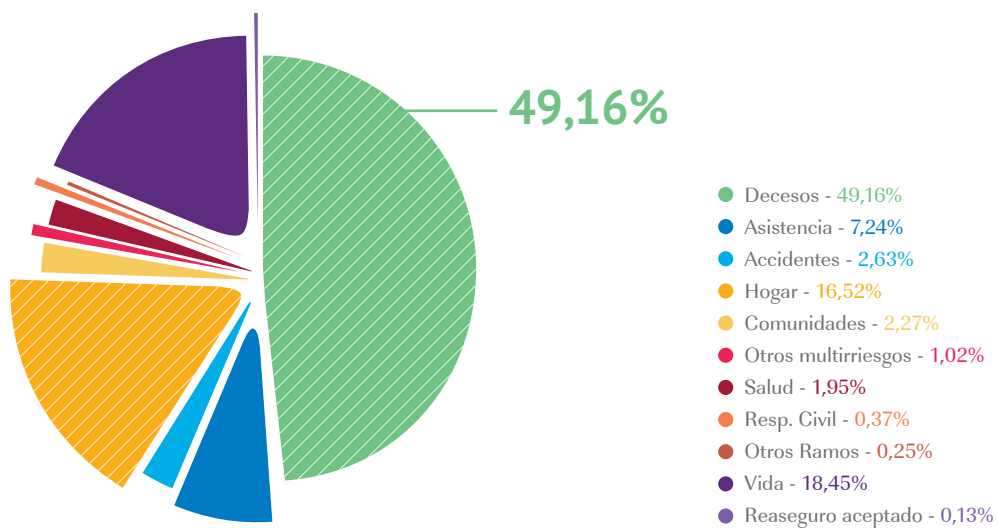
Primas

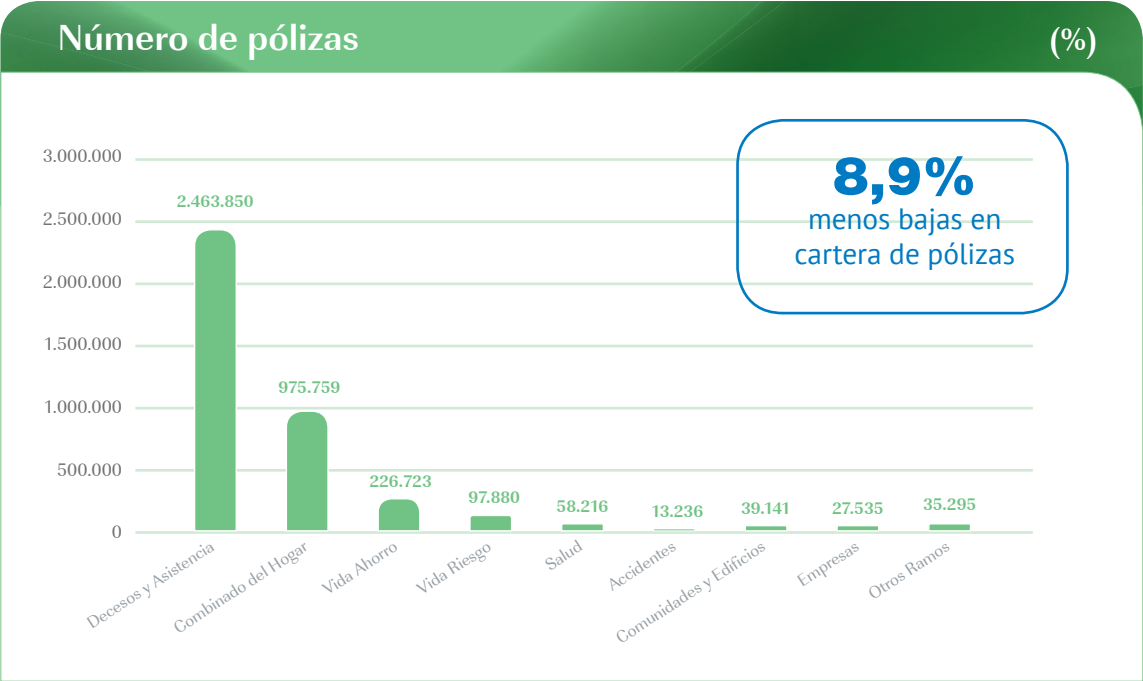
70%

Pólizas
corresponden a seguros de ahorro
(Principal modalidad: "MaxiPlan
Jubilación")

Estructura de cartera: volumen de primas

(%)





Tasa de siniestralidad

La siniestralidad del ejercicio se sitúa en el 47,41% en los ramos de No Vida de **santalucía** frente al 48% del ejercicio 2014, con un ratio combinado del 81% (82% en el ejercicio 2014).

3.3 Visión social de los seguros

santalucía trabaja desde el convencimiento del carácter social de la actividad aseguradora. El seguro es un instrumento de prevención, de tranquilidad y de base sobre la que hacer crecer una sociedad. Desempeña una función social ya que protege ante las circunstancias adversas y distribuye los costes de las mismas, de manera que contribuye a mejorar la economía de las familias y las empresas.

Nueva Garantía de Derrumbe Accidental

En 2015 se ha lanzado la Garantía de Derrumbe Accidental, lo que convierte a **santalucía** en la primera aseguradora española en cubrir el derrumbe por causas accidentales.

Esta iniciativa tiene su origen en la medida excepcional tomada ante el derrumbe de un edificio en el barrio madrileño de Carabanchel en 2015. Motivada por la situación personal de las familias afectadas, la compañía asumió la cobertura máxima estipulada para el inmueble, pese a que la póliza no tenía contratada la cobertura por causas estructurales.

En esa ocasión, se obviaron las exclusiones del contrato de manera solidaria con sus clientes y los problemas que atravesaban, reivindicando así la función social del seguro.

[GRI G4-25; G4-26]

3.4 La Responsabilidad Corporativa en **santalucía**

La vocación natural de **santalucía** es atender las necesidades de protección de las personas. “Estar cerca” de los clientes, empleados, colaboradores y la sociedad en su conjunto es clave en un mundo en vertiginosa transformación, para estar siempre presentes y atentos a sus necesidades, y como base de la Responsabilidad Corporativa de la compañía.

Nuevo Plan Director “Estamos siempre cerca de ti”

santalucía ha aprobado en 2015 su nuevo Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) como continuidad y renovación de la estrategia de responsabilidad de la aseguradora. Se trata de una herramienta para profundizar sobre cómo la compañía actúa, se relaciona, escucha y dialoga con los distintos colectivos que tienen que ver con su negocio y a los que impacta desde diferentes ámbitos.

Este nuevo marco, para el período 2015-2020, se organiza en torno a cuatro pilares que integran aspectos más globales de la gestión y proyectos por grupos de interés, en los que la comunicación y las métricas intervienen como elementos transversales.

Esquema del Plan Director de RSC 2015-2020



Nuevo sistema de gestión de la RSC

En 2015 se modificaron los órganos de gobierno de la Responsabilidad Social Corporativa en **santalucía**:

- **Consejo Consultivo.** Se creó el órgano máximo de decisión y seguimiento en RSC, conformado por un representante del Consejo, miembros del Comité de Dirección y directivos de Empresas del Grupo. La periodicidad de las reuniones es semestral y la primera reunión tuvo lugar en octubre de 2015.
- **Comité Ejecutivo de RSC.** Se dotó a este órgano de una orientación más ejecutiva para promover la gestión vinculada al negocio. Está integrado por responsables de áreas clave de la compañía y representantes de empresas vinculadas.

Política de Responsabilidad Corporativa

La compañía ha aprobado su Política de RSC en 2015, en la que recoge cómo se articula la visión responsable del negocio, la función social del seguro y los retos del sector desde el enfoque de “cercanía” que constituye la identidad corporativa de **santalucía**. La política brinda un marco general para comprender la filosofía de la empresa y definir el horizonte de sus principales ejes de acción. Esta ha sido sometida a la aprobación del Consejo Consultivo y el Comité Ejecutivo de RSC.

Estamos cerca para proteger

Política de Responsabilidad Social Corporativa

I. Nuestro enfoque: en qué creemos

- La función de los seguros en la sociedad
- Retos del sector asegurador
- La Responsabilidad Social en **santalucía**

II. Organización interna: cómo lo hacemos

- Nuestro Sistema de Gestión
- Planificación estratégica
- Herramientas y recursos



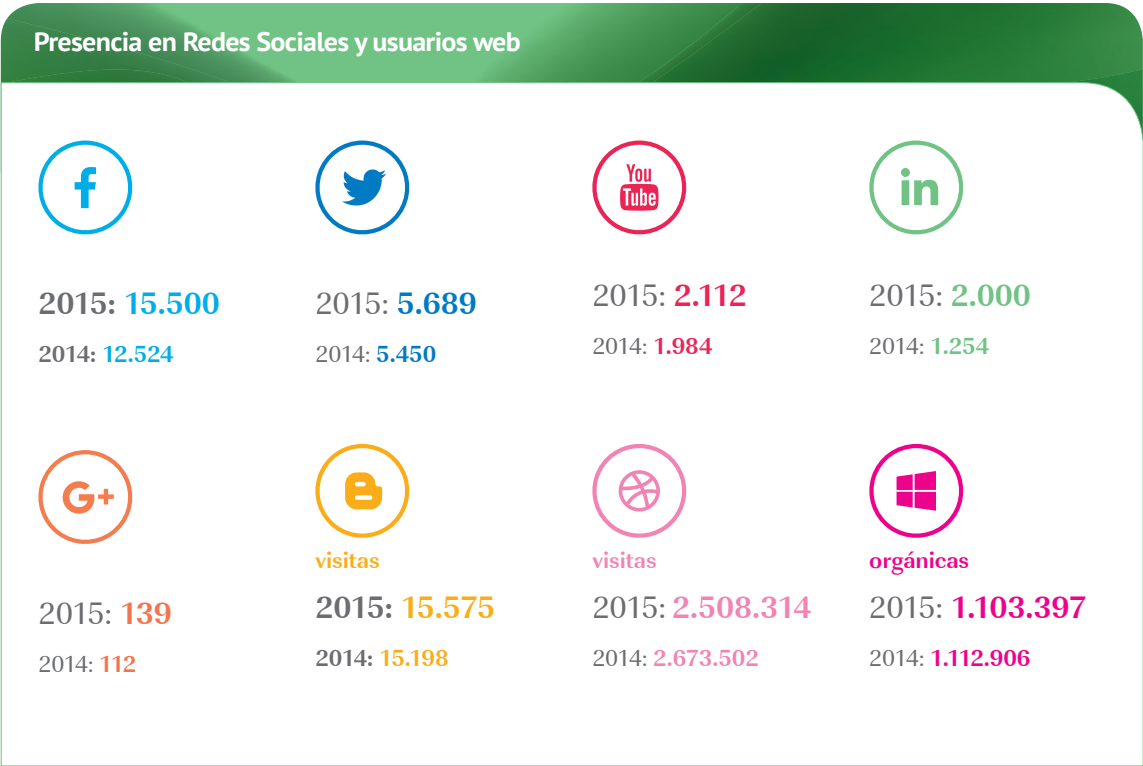
Formación en RSC

Se ha diseñado el primer módulo de formación *online* en RSC para los empleados de **santalucía**, para su integración en la plataforma interna Platón. Se compone de una parte teórica, que reflexiona entorno a los conceptos clave de responsabilidad social, y una parte práctica, que profundiza en el enfoque responsable de la compañía.

[GRI G4-24; G4-26]

Diálogo con nuestros grupos de interés

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+	-	-	-	-	-



04

Creación
de valor entre
los grupos
de interés

4.1 Clientes

Para **santalucía** la protección de sus clientes es lo más importante y constituye la esencia de su negocio. Ellos son el eje central de la actividad aseguradora, por lo que la compañía ha puesto en marcha un modelo de relación basado en la escucha activa, para poder estar muy atenta a sus necesidades y ofrecerles respuestas personalizadas, un compromiso que se resume en el *claim* de **santalucía** “estamos cerca, estás seguro”.

Indicadores clave

Nº de clientes	2015
Decesos	4.608.326
Asistencia	1.695.472
Multirriesgo Hogar	874.621
Vida Ahorro	245.037
Vida Riesgo	136.310
Salud	81.478
Colectivos	17.173
Resto	131.381
Total clientes	6.915.731
Índice de Satisfacción global (0-10)	8,04
Recomendación a familiares/amigos (0-10)	7,86
Nº nuevos productos lanzados	31

En 2015 destaca la orientación 360° hacia el cliente con la puesta en marcha de proyectos estratégicos, como la creación del Departamento de Clientes, el lanzamiento de nuevos productos innovadores y el refuerzo de la comunicación para potenciar la “cercanía” como elemento diferenciador, así como la mediación extrajudicial en conflictos.



Atención al cliente

santalucía pone el foco de la atención a sus clientes en el lenguaje claro y asequible a todos, en conductas de respeto y honestidad, y en la creación de canales y procedimientos que impulsen una comunicación cercana, con el objetivo estratégico de conseguir una experiencia diferencial del cliente en todos los ámbitos de su relación con la compañía.

Servicio de Atención al Cliente: cifras 2015

19 días

Tiempo de respuesta a
quejas y reclamaciones
(plazo legal: dos meses)

3,78 %

Escritos elevados a la
Dirección General de
Seguros

80%

Expedientes que NO
superan el tiempo medio
de respuesta de un mes



Proyecto de Gestión de Segundas Comunicaciones

En **santalucía** entendemos que nuestros Asegurados deben contactar con nosotros una sola vez para comunicar un siniestro o gestionar una modificación en su contrato. A partir del momento en el que el cliente nos comunica algo, debemos actuar como un engranaje perfecto en el que se suceden todas las acciones necesarias para resolver el asunto comunicado por el cliente. Si se produce una segunda llamada, significa que existe un aspecto a mejorar. Todas esas llamadas se registran y tipifican para conocer los motivos de las segundas comunicaciones y en qué punto se generan. Este dato nos permite revisar nuestros procedimientos para mejorarlos día a día.

Adhesión a la Guía de Buenas Prácticas de UNESPA

De cara a 2016 **santalucía** se ha comprometido a dar respuesta a todos los escritos de reclamación en un plazo máximo de 30 días. Dicho compromiso se verá reflejado en la adhesión a la Guía de Buenas Prácticas de Resolución Interna de Reclamaciones editada por UNESPA, así como en la modificación del reglamento interno de la compañía.

Novedades en productos y servicios

En 2015 se ha puesto el foco en la creación de una cultura innovadora dentro de la empresa y en su aplicación al diseño de productos y servicios.

31
Nuevos productos
lanzados

50
Ideas gestionadas
por el Comité de
Productos

20 M €
Primas
generadas

En 2015 destaca el lanzamiento de productos como el **MaxiPlan Rentabilidad Estructurada** o los planes de pensiones individuales **Pardo Decidido y Panda Prudente**, que amplían la gama de acuerdo al nivel de riesgo deseado por el cliente.

Nueva gama del seguro de comunidades

santalucía se ha centrado durante el año en adaptar las condiciones de contratación de los seguros de hogar, comunidades y empresas a los requerimientos del mercado. Como consecuencia, ha desarrollado una nueva gama del seguro de comunidades, cuya ampliación de garantías y ajuste de tarifas persiguen dinamizar las contrataciones.

También como novedad en 2015, la compañía ha ofrecido el nuevo seguro de empresas a todos los establecimientos adheridos al programa “**santalucía contigo**”, en unas condiciones muy ventajosas de contratación.

Garantías y coberturas “Más cerca de ti”



Con el símbolo del corazón azul, **santalucía** ha distinguido aquellas garantías y coberturas que tienen un enfoque especialmente responsable, al ofrecer una solución cercana a las necesidades de sus clientes y que va más allá de las prestaciones esenciales. El corazón azul de **santalucía** distingue aquellas prestaciones que responden a la vocación natural de protección de la compañía desde el enfoque de “cercanía”.

Incluye

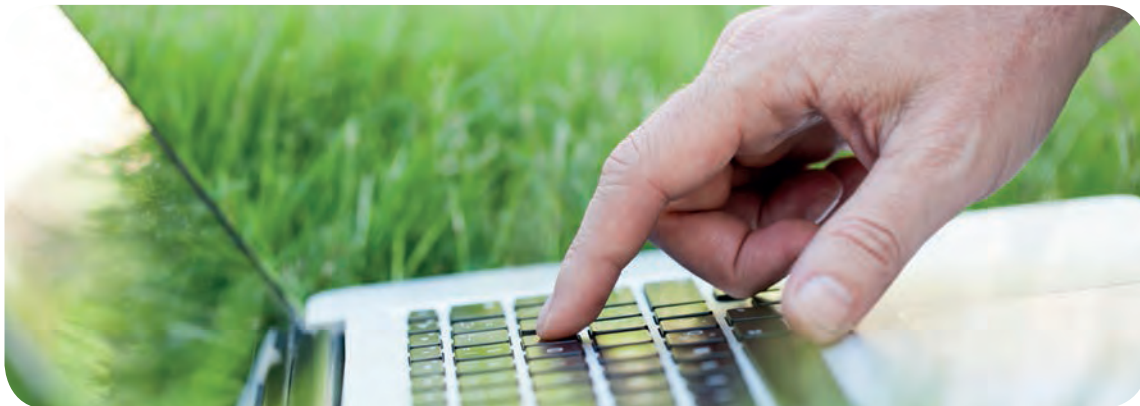
- La asistencia telefónica más completa.
- El acceso a los mejores complejos residenciales en centros Ballesol.
- La tranquilidad de la residencia post-hospitalaria.
- Un capital adicional al del seguro principal en los casos de dependencia severa y gran dependencia.

Transformación Digital

En el marco del proceso transformador, transversal a toda la compañía, **santalucía** ha avanzado en la ejecución de su proyecto de Transformación Digital. En este sentido, en 2015 se han explorado nuevas formas de relación con el cliente a partir de los activos digitales existentes, así como en la implantación de metodologías ágiles y la definición de proyectos concretos.

Nueva web www.santaluciapensionesyahorro.es

De marcado carácter comercial, este nuevo portal especializado ofrece toda la información sobre los diferentes productos así como asesoramiento en línea gracias a la ayuda de un experto y permite la contratación *online*. Las funcionalidades del mismo se han definido en base a las preferencias indicadas por los clientes. Esta iniciativa fortalece el negocio de vida y pensiones, al ofrecer una de las carteras de servicios más amplias del mercado.



Ranking de Presencia en Internet

En el segundo semestre de 2015, **santalucía** ocupó la tercera posición, de un total de 64 compañías, en el Ranking de Presencia en Internet que publica *Innovación Aseguradora*.



Evolución de la distribución *online*

Los principales indicadores del rendimiento de los canales digitales, como las cifras de tráfico, páginas vistas, usuarios únicos, tiempo medio de visita, etc., han continuado aumentando con el apoyo de estrategia SEO y *linkbuilding* y campañas de posicionamiento y publicidad en medios digitales. Uno de los factores clave es la usabilidad, un ámbito en el que se sigue mejorando para que la experiencia de los usuarios y clientes sea satisfactoria.

Comunicación

En 2015 se ha apoyado el proceso transformador de la compañía con planes de comunicación interna y externa de los proyectos de impulso a la evolución natural de **santalucía** y se ha generado un valor publicitario muy por encima de la serie histórica.

5,7 M € Valor publicitario estimado generado



Efecto Zoom en los spots de TV

Lanzamiento de dos nuevos *spots* de TV con una nueva presentación gráfica de efecto *zoom* para potenciar la identidad corporativa de **santalucía**, definida por la “cercanía”, y comunicar la apuesta de la compañía por el ahorro y las pensiones.

Ampliación de la estrategia de patrocinios anual en función de los valores corporativos, repercusión, notoriedad y mejora de su seguimiento.

4.2 Empleados

La misión de **santalucía** con las personas que la integran consiste en asegurar su adecuada gestión, integración, adaptación, compensación y superación, así como identificar el talento interno y externo, captar, formar y desarrollar a profesionales, todo ello, con el objetivo de respaldar la estrategia y la transformación de la compañía, en un entorno global y multinegocio.

Indicadores clave	2014	2015
Total empleados santalucía	547	585
% Mujeres	32,5%	32,82%
% Hombres	67,5%	67,18%
Contratación indefinida	97,6%	98,11%
Edad media hombres	42,9	43,43
Edad media mujeres	43,2	43,3
Rotación media	2,74%	2,74%
% de cumplimiento de la Ley General de Discapacidad	2%	2%
Índice de absentismo	3,82	3,56
Reincorporación bajas	100%	100%
Bajas maternidad	7	8
Bajas paternidad	19	20

Gestión del desempeño

En febrero de 2015 **santalucía** comenzó a medir la gestión del desempeño de todos los empleados de la compañía, a través de una plataforma SAP. Este proceso persigue alinear los objetivos individuales con los de la organización, así como mayor implicación del responsable directo, a través de la evaluación y determinación de objetivos de su equipo, y del empleado, que autoevalúa su desempeño.

Política Retributiva

En 2015 se han incorporado las siguientes novedades:

- Realización de sesiones informativas a los mandos para explicar la política retributiva y capacitarles para dar respuesta a sus equipos.
- Implantación del **Documento de Compensación Total**, que recoge toda la información retributiva en sentido amplio, incluidos los beneficios sociales, (seguros sin coste para el empleado, premios previstos en el acuerdo de empresa, ayudas de estudios para hijos y empleados y préstamos y anticipos), informa de elementos retributivos intangibles, como las medidas de conciliación (flexibilidad horaria, permisos del Plan de Igualdad) y proporciona información relevante relativa a la seguridad laboral (información sobre rotación no deseada de la plantilla y porcentaje de contratos fijos frente a contratos temporales, altas durante el año y antigüedad de la Compañía).

“Plan Elige tu Retribución”

30%

Máximo en concepto de
retribución flexible*

277

Empleados adheridos
en 2015

50%

Plantilla adherida
al Plan

415 €

Ahorro medio

*Los productos que se incluyen son: cheque guardería, la tarjeta transporte, el seguro de salud de santalucía y la formación destinada al reciclaje profesional



Formación en santalucía

En 2015 se han conseguido diversos hitos en materia de formación, como la consolidación del programa Ser Líder, para perfiles directivos, y de los planes Avanza y Accede, para la integración y desarrollo de carrera de las redes comerciales. Asimismo, **santalucía** mantiene una intensa actividad formativa en asesoramiento financiero y productos de vida-ahorro, donde se han especializado 337 comerciales.

Indicadores clave	2014	2015
Horas de formación	8.565	14.726
Media de horas de formación por participante	16	12
Nº de cursos	301	229
Inversión en formación a empleados (en euros)	343.256	321.515,18

Ser Líder

En 2015, 139 personas han participado en el programa Ser Líder, una propuesta integral que aborda la gestión del desempeño, la dirección por objetivos, liderazgo, motivación y el desarrollo de los colaboradores, y emplea técnicas avanzadas como aprendizaje experiencial o sesiones de *coaching*, entre otras.

Gestión del talento y desarrollo profesional

Selecciona

El proyecto Selecciona comenzó su fase piloto en noviembre de 2015. El objetivo es dotar a la compañía de una plataforma que integre la gestión del candidato y los procesos de selección (internos o externos) y que, junto con campañas de marketing en redes sociales y profesionales, ayude a atraer talento y a posicionar la imagen de **santalucía** como empleador. La herramienta permitirá planificar, monitorizar y analizar sus procesos de selección y mejorar su eficacia y eficiencia.

Programa Talento

Iniciativa para mejorar las competencias de los empleados con el objetivo de potenciar su desarrollo profesional, a través de acciones específicas como el Programa Mentor, Programa de Autodesarrollo (DIP), Programa Conoce Plus o formación de inglés. Como parte del programa, la compañía ha suscrito acuerdos de colaboración con tres universidades y centros formativos para la captación y desarrollo de talento joven.

189

Adhesiones voluntarias al
Programa Talento

225

Personas que optan a posiciones de
movilidad interna
(20 de ellas ya están en un nuevo
proyecto)

Salud y bienestar

Primera Semana de la Salud

En 2015 la compañía celebró con éxito su Primera Semana de la Salud en la que los empleados participaron en actividades sobre la importancia de la buena alimentación, del ejercicio físico y el manejo del estrés, con el objetivo de promover unos hábitos saludables en el trabajo. En el contexto de estas acciones, la compañía ha lanzado el proyecto 'Cuida T más', que incluye distintas propuestas e iniciativas cuyo objetivo es fomentar hábitos de vida saludable y proporcionar a los empleados las herramientas necesarias para ello.

En 2015, a través del Servicio de Prevención Propio, se han llevado a cabo, asimismo:

- Servicio de Fisioterapeuta en el centro de trabajo.
- Campañas de prevención de cáncer de piel, colon y mama en colaboración con la AECC.
- Charlas informativas sobre *mindfulness* y donación de órganos.

Comunicación interna

La “cercanía” como valor esencial de la compañía supone una transformación también en el ámbito de la comunicación interna, que apuesta por la transparencia, equidad y fluidez de los flujos de información dentro del Grupo. En 2015 destacan en relación a este ámbito:

- Consolidación de iniciativas como los desayunos y las visitas de la Dirección General.
- Ampliación de los contenidos disponibles para todas las empresas del Grupo.
- Impulso de la cultura innovadora a través de la red social interna Túiddeas.

2 números de la Revista Nosotros

(7 desde el primer número lanzado en 2013)

8 vídeos internos

“Túiddeas”



1.087
Ideas recogidas
en 2015



3.000
Usuarios registrados
en la comunidad de
Túiddeas



3
Ideas premiadas
(seleccionadas por
el Comité de Dirección)



Premios 2015

1º

Seguros para “Erasmus”,
asegurados a largo plazo

Oscar Raya Martos

2º

Multitarificador para hogares

Noemí Carte Sánchez

3º

Conciliación de la vida laboral
y familiar

**José Ángel
Ramos Copado**



Integración de la discapacidad

santalucía ha colaborado con las organizaciones Fundación Adecco, Fundación Pardo Valcarce, Aprocor y Fundación ONCE en el impulso de proyectos de integración laboral de las personas con discapacidad. Asimismo, en el marco de la III Semana de la RSC, entregó ayudas a 16 organizaciones sin ánimo de lucro del ámbito de la discapacidad, a través de la donación correspondiente en relación al cumplimiento de la Ley de Discapacidad.

201.289 €
donaciones a la inserción
laboral de la discapacidad

7
mujeres

3
hombres

Con discapacidad en plantilla

Programa de Voluntariado Corporativo

En 2015 **santalucía** puso en marcha su Programa de Voluntariado Corporativo “**Nosotros somos voluntarios**”, que nace para dar respuesta a la actitud solidaria y sensibilidad manifiesta de los empleados, y en el que han participado más de un centenar de personas. Tras una experiencia piloto en Madrid, celebrada a finales de 2014, el programa se implantó en el ámbito nacional, con propuestas de voluntariado orientadas a los colectivos más importantes para la compañía en materia de compromiso social: niños con enfermedades, personas mayores y personas con discapacidad.

Voluntariado Nacional 2015

42 actividades

Madrid
Cataluña
Valencia
A Coruña
Bilbao
Málaga
Vigo
Zaragoza
Donostia

14 ONG

- AECC
- Fundación Aprocor
- Fundación Theodora
- Fundación Down Madrid
- Fundación Randstad
- Fundación Pardo Valcarce
- Fundación Rafael del Pino
 - Fundación Aldaba
 - Pacto Mundial
- Fundación Juan XII
- Federación Española de Banco de Alimentos
- Asociación Manos de Ayuda Social
- Fundación Amigos de los Mayores
- Fundación Aspanias Burgos

174

voluntarios participantes
de **santalucía**, Empresas
Vinculadas y Agencias

Beneficiarios:

- Niños hospitalizados
- Mayores
- Personas con discapacidad
- Personas en riesgo de exclusión social
- Investigación de enfermedades
- Colegios

Objetivo cumplido: Más de una actividad por zona comercial

Portal de voluntariado “Somos Voluntarios”

La compañía ha creado, además, el Portal de Voluntariado que permite difundir las actividades que ofrece **santalucía**, sensibilizar y también proponer actividades que los empleados puedan realizar de forma individual en función de sus intereses sociales.

III Semana de la RSC

Del 12 al 19 de diciembre de 2015 **santalucía** celebró la **III Semana de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**. Se amplió el foco de esta semana en el voluntariado, con el doble objetivo de aportar sensibilidad para la construcción de una cultura propia de RSC y ofrecer propuestas solidarias a los empleados.

120 participantes en las charlas y coloquios

62 participantes en actividades de voluntariado

La actividad solidaria más valorada

La recogida de alimentos fue la actividad solidaria más valorada por los empleados de **santalucía**, seguida del voluntariado, durante la III Semana de la RSC.

En el acto institucional que cierra la III Semana de la RSC, **santalucía** hizo entrega de sus donativos a las fundaciones y ONG promotoras de los proyectos escogidos a través de “Tú eliges a quién ayudamos”.

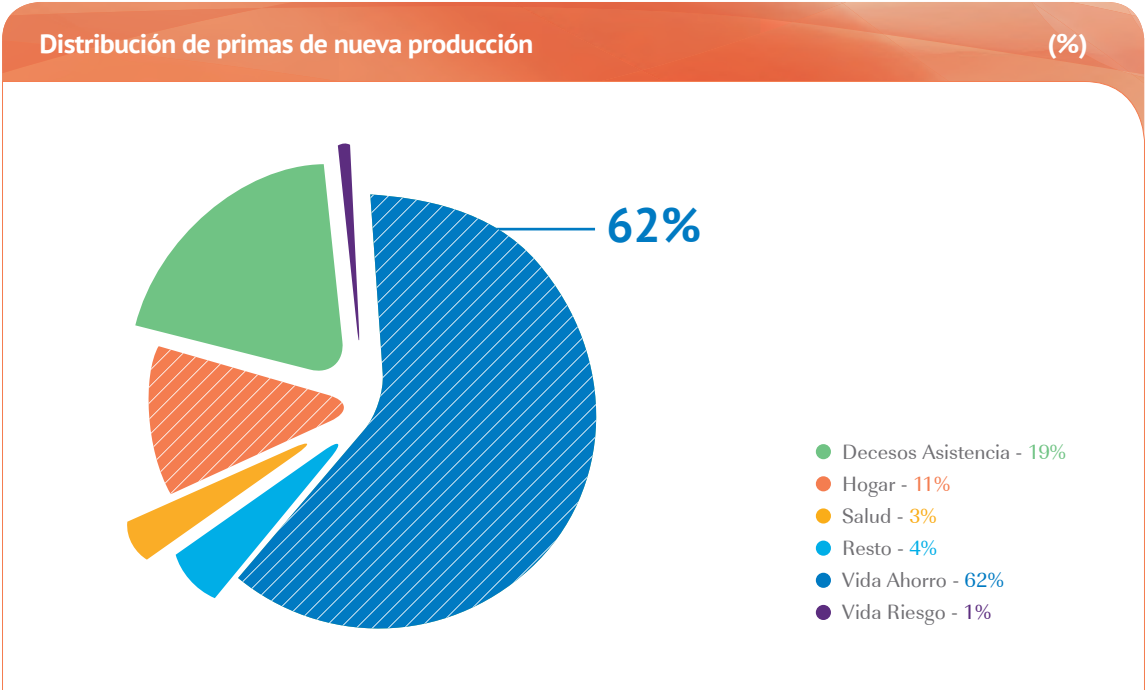
4.3 Agencias

santalucía cuenta con una red de agencias formada por las Sociedades de Mediación AMSUR, ASGECA, ASNOR, ASNORTE y CTAS, así como más de 200 agentes exclusivos, que se extiende por todo el territorio español. Las agencias representan el 92% de la actividad comercial de la cartera de los productos de **santalucía** y son un pilar de la estrategia omnicanal y de la identidad de “cercanía” de la compañía.

En 2015 las agencias de **santalucía** han aumentado su producción respecto al año anterior. Además, se han registrado nuevos logros en el objetivo de la omnicanalidad, un ámbito en el se continúa trabajando para explorar nuevas formas de relación con cada cliente, con nuevos medios y en cada uno de los momentos de su ciclo de vida.

Volumen de ventas

	2015	2014	Variación
Nuevas Pólizas	354.876,00	347.493,00	2,12%
Primas	217.750.589,49 €	183.123.557,29 €	18,91%



Centro de Atención al Mediador

En junio de 2015 comenzó a funcionar el Centro de Atención al Mediador (CAM), creado ante la necesidad de la compañía de contar con un centro de consultas interno, al servicio de la mediación. El centro tiene como objetivo ayudar a las agencias a prestar la mejor atención a los clientes, con un propósito de excelencia en el servicio, mediante la resolución de consultas y dudas relativas a los productos y prestaciones de los seguros, situación de solicitudes, tarificaciones, presupuestos, etc.

El CAM está atendido por profesionales procedentes del *contact center* del Grupo **santalucía**, que han recibido formación presencial de los diferentes equipos de Operaciones y de Cartera, para adquirir los conocimientos necesarios en procesos y productos, además de haber sido formados en las agencias por parte de gerentes, inspectores y administrativos, lo que ha permitido a los profesionales del CAM conocer directamente las necesidades de las agencias y ha sentado las bases de una relación bidireccional basada en la “cercanía”.



250
interacciones
diarias



5.000
llamadas y/o
gestiones mensuales



24 horas
atención vía email



23
personas en
atención telefónica



48 horas
tiempo máximo
de resolución

Asistente Virtual de Salud

santalucía ha puesto en marcha el primer asistente virtual de la compañía, Avatar, a través del que realizar consultar relativas a los seguros de salud en materia de coberturas, cuadro médico, precios de contratación, etc.

Proceso de transformación comercial

El canal agencial ha afrontado en 2015 un proceso de transformación comercial. En concreto, ha definido las líneas de actuación y realizado varios pilotos para abordar la implantación total a lo largo de 2016.

Formación: principales magnitudes

Formación Presencial:	2014	2015
Sociedades de Mediación y Accept@		
Nº Cursos	408	796
Nº Horas lectivas	5.002	6.419
Duración media en horas	12,25	3,9
% contenidos nuevos productos y novedades	6,43%	-

4.4 Proveedores

Estar cerca de los clientes, atento a sus necesidades, supone prestar especial atención a la calidad y sostenibilidad de la cadena de valor. Para ello, **santalucía** establece alianzas sobre la base de unos valores compartidos y la eficacia en la prestación del servicio.

Proveedores de **santalucía**

2015	
Patrimoniales	1950
Decesos	1150
Salud	6
Vida	4
Servicios Generales	50



Satisfacción con nuestros proveedores

santalucía realiza un seguimiento del desempeño de sus proveedores a través de encuestas de satisfacción al asegurado. El Comité de Seguimiento y Evaluación de proveedores se encarga de obtener información sobre la satisfacción de nuestros clientes con el servicio prestado.

Satisfacción de los asegurados

89,15 %

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

87,41 %

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

* Fuente: Cuestionarios de Stiga

4.5 Sociedad

La protección familiar y el cuidado de las personas, en línea con la misión y negocio de **santalucía**, están en la base del compromiso social de la compañía, que no es sino el reflejo de la sensibilidad de sus empleados. En este sentido, el objetivo prioritario es la mejora de la calidad de vida de niños con enfermedades, personas mayores y personas con discapacidad.

Indicadores clave	2015	2014
Nº de empleados del Grupo que participaron en la votación de entidades para colaborar	1.456	1.428
Nº de entidades/proyectos seleccionadas para la colaboración en línea con la protección familiar	67	10
Inversión en proyectos sociales	120.000	74.500
Pago compensación por integración laboral de personas con discapacidad	201.289	239.630
Eventos y campañas con participación de los empleados	14	8

“Tú eliges a quién ayudamos”

La solidaridad de sus empleados es también la de **santalucía**. Estos han participado por tercer año consecutivo en la definición del apoyo de la compañía a proyectos sociales a través del programa “Tú eliges a quién ayudamos”. Esta iniciativa permite a los empleados nominar y escoger los 10 proyectos destinatarios de los fondos anuales para acción social de **santalucía**, siempre que se trate de causas relacionadas con la protección familiar y el cuidado de las personas.

67

Proyectos sometidos
a votación

120.000 €

Donaciones a proyectos
sociales

40%

Incremento del importe
destinado respecto a
2014

Premio Solidario del Seguro

Por primera vez, **santalucía** invitó a sus clientes y seguidores en redes sociales a escoger, entre los tres proyectos más votados, al ganador del Premio Solidario del Seguro:

Ganador: Fundación *Uno entre cien mil*

993 votos

1.800 votaciones recibidas en 3 días



Los diez proyectos más votados por los empleados

Proyecto	Entidad	Votos	
1	Investigación contra la leucemia infantil	Fundación <i>Uno entre cien mil</i>	222
2	Investigación contra el cáncer de mama	GEICAM, Grupo Español en Investigación contra el Cáncer de Mama	145
3	Investigación contra el Alzheimer	CITA Alzheimer, Centro de Investigación y Terapias Avanzadas	123
4	Prevenir, sensibilizar, acompañar a las personas y financiar proyectos de investigación oncológica	Asociación Española de Lucha contra el Cáncer AECC	106
5	Apoyo integral a familias en España en situación de pobreza y más afectadas por la crisis	Cáritas Española	90
6	Investigación contra el osteosarcoma infantil. Pediatría/Oncología del Hospital Universitario La Paz	Fundación <i>Cris contra el Cáncer</i>	73
7	Programa de atención integral para niños y adolescentes enfermos de cáncer y sus familias	Fundación <i>Aladina</i>	68
8	Atención integral para personas afectadas por esclerosis lateral amiotrófica	Asociación Nacional de Enfermos de ELA	58
9	Mejora de la atención asistencial de los afectados de Esclerosis Múltiple y sus familias, y fomento de la investigación científica	Asociación Mostoleña de Esclerosis Múltiple AMDEM	50
10	Pruebas en exoesqueletos en las enfermedades neuromusculares en la infancia	Marsi Bionics	41

4.6 Medioambiente

El objetivo de **santalucía** en el ámbito medioambiental es el control y la reducción de los consumos, a través de medidas de ahorro que minimicen el impacto de la compañía.

Todos los edificios tienen implantadas medidas de mejora, además de que se trabaja con las agencias para que incorporen sistemas de ahorro energético, especialmente en lo relativo a una iluminación y climatización más eficientes.

Indicadores clave	2014	2015
Ahorro de consumos		
Electricidad	7,90%	3,70%
Gas	21,30%	17,30%
Papel	20.000 kg	20.000 kg
Pilas	25 kg	25 kg
Tóner	1.523 kg	1.441 kg

Consumos de energía	2014	2015	Variación
Electricidad (KWh/año)	9.024.431	8.694.656	-329.775
Electricidad equivalente en energía primaria	23.490.594	22.632.190	-858.404
Gas Natural (GWh/año)	3.070.930	2.539.128	531.802
Gas Natural equivalente en energía primaria	3.104.710	2.567.058	-537.652
Emisiones			
Emisiones CO ₂ (t/año)	6.483	6.161	- 5%



67,35%
Compra de material de
oficina ecológico

Compensación huella
de carbono de
sobres especiales



Uso de papel
certificado
FSC y PEFC

Optimización de
horarios
de las instalaciones



Vehículos
ecológicos en el
reparto de valijas

Optimización condiciones
temperatura y
humedad en interiores



Consumos
energéticos
desglosados por
edificios

Calificación B en
certificaciones
energéticas de Alicante y
Palma de Mallorca



Trabajo con agencias para la
incorporación de sistemas
de ahorro

Calificación B en certificaciones energéticas

Los edificios de Alicante y Palma de Mallorca, reformados recientemente, han obtenido la calificación B de certificación energética, equivalente a una reducción del 35-40% de las emisiones de CO₂ respecto al mínimo exigido en la normativa actual.

Compensación de la huella de carbono de sobres especiales

santalucía ha compensado la huella de carbono de los 1.100.000 sobres especiales que emplea entre el material de oficina, que equivale a 4.797 kg de CO₂, mediante la compra de créditos de carbono en un proyecto de reforestación en Tanzania.



4.7 Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Nuestros objetivos y compromisos en materia de sostenibilidad se vinculan con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos por Naciones Unidas en su “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” para dar continuidad y ampliar los Objetivos de Desarrollo del Milenio.



En este sentido, la compañía contribuye directamente a los siguientes objetivos, a partir del desarrollo de su actividad y a través de proyectos estratégicos contemplados en su Plan Director.



Trabajo decente y crecimiento económico

- a) 98,2% de contratación indefinida.
- b) Consolidación de los programas formativos e inversión de 710.000 euros en formación de personal.
- c) 201.289 euros donados en 2015 a la inserción laboral de la discapacidad.
- d) 10 personas con discapacidad en plantilla (7 mujeres y 3 hombres).



Salud y bienestar

- a) 120.000 euros donados en 2015 a proyectos sociales de protección familiar y el cuidado de las personas, centrados en la investigación de enfermedades y la atención integral.
- b) Índice de absentismo, reincorporación de bajas.
- c) Celebración de la Semana de la Empresa Saludable para la promoción de hábitos saludables entre los empleados.



Igualdad de género

- a) Implantación del I Plan de Igualdad de [santalucía](#).



Reducción de la desigualdad

- a) Oferta de seguros de ahorro a largo plazo para incentivar complementos a la pensión de jubilación.
- b) 174 voluntarios de **santalucía** participantes en actividades niños con enfermedades, personas mayores y personas con discapacidad en 2015.



Lucha contra el cambio climático

- a) 5% de reducción de emisiones de CO₂
- b) 3,7% de ahorro en consumo eléctrico respecto a 2014
- c) 17,3% de ahorro en consumo de Gas Natural respecto a 2014
- d) 20.000 kg de ahorro en consumo de papel
- e) 25 kg de ahorro en consumo de pilas
- f) 1.441 kg de ahorro en consumo de tóner



Logro de los objetivos

- a) Adhesión a la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para la promoción de una gestión ética basada en los 10 Principios

05

Cuentas
anuales e
inversiones

5.1 Balance

ACTIVO	Nota	31/12/2015	31/12/2014 (*)
A-1) Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	10	265.073.552,96	208.965.244,17
A-2) Activos financieros mantenidos para negociar		0,00	0,00
I. Instrumentos de patrimonio		0,00	0,00
II. Valores representativos de deuda		0,00	0,00
III. Derivados		0,00	0,00
IV. Otros		0,00	0,00
A-3) Otros activos financieros a valor razonable con cambios en Pérdidas y Ganancias	10	15.894.148,71	7.959.600,00
I. Instrumentos de patrimonio		0,00	0,00
II. Valores representativos de deuda		4.941.500,00	7.959.600,00
III. Instrumentos híbridos		0,00	0,00
IV. Inv cta tomadores seguros vida que asumen riesgo inversión		10.952.648,71	0,00
V. Otros		0,00	0,00
A-4) Activos financieros disponibles para venta	10	3.514.947.147,72	3.307.879.274,71
I. Instrumentos de patrimonio		475.248.669,88	383.829.758,53
II. Valores representativos de deuda		3.039.698.477,84	2.924.049.516,18
III. Inv cta tomadores seguros vida que asumen riesgo inversión		0,00	0,00
IV. Otros		0,00	0,00
A-5) Préstamos y partidas a cobrar	10	982.070.854,70	1.061.160.848,30
I. Valores representativos de deuda		389.856.227,46	381.954.865,99
II. Préstamos		22.158.832,18	34.163.129,33
1. Anticipos sobre pólizas		21.875.040,14	22.511.921,06
2. Préstamos a entidades del grupo y asociadas		283.792,04	374.999,99
3. Préstamos a otras partes vinculadas		0,00	11.276.208,28
III. Depósitos en entidades de crédito		76.000.000,00	150.300.000,00
IV. Depósitos constituidos por reaseguro aceptado		105.355,37	55.539,71
V. Créditos por operaciones de seguro directo		489.710.878,97	491.296.934,26
1. Tomadores de seguro		482.679.384,77	481.476.705,61
2. Mediadores		7.031.494,20	9.820.228,65
VI. Créditos por operaciones de reaseguro		721.699,45	343.149,10
VII. Créditos por operaciones de coaseguro		506.608,07	319.957,14
VIII. Desembolsos exigidos		0,00	0,00
IX. Otros créditos		3.011.253,20	2.727.272,77
1. Créditos con las Administraciones Públicas		120.582,32	19.438,28
2. Resto de créditos		2.890.670,88	2.607.834,49

*Cifras reexpresadas

Continúa >>

Continúa >>

ACTIVO	Nota	31/12/2015	31/12/2014 (*)
A-6) Inversiones mantenidas hasta el vencimiento		0,00	0,00
A-7) Derivados de cobertura		0,00	0,00
A-8) Participación del reaseguro en provisiones técnicas		15.902.656,89	11.916.646,40
I. Provisión para primas no consumidas		8.280.633,38	7.843.997,67
II. Provisión de seguros de vida		786.364,07	694.638,79
III. Provisión para prestaciones		6.835.659,44	3.378.009,94
IV. Otras provisiones técnicas		0,00	0,00
A-9) Inmovilizado material e inversiones inmobiliarias		200.439.208,72	206.383.530,11
I. Inmovilizado material	5	46.304.231,30	47.474.602,54
II. Inversiones inmobiliarias	6	154.134.977,42	158.908.927,57
A-10) Inmovilizado intangible	7	2.340.312,47	2.008.343,04
I. Fondo de comercio		0,00	0,00
II. Derechos económicos de carteras de pólizas adquiridas a mediadores		0,00	0,00
III. Otro activo intangible		2.340.312,47	2.008.343,04
IA-11) Participación en entidades del grupo y asociadas	10.2	143.420.494,59	119.210.996,80
I. Participaciones en empresas asociadas		13.846.273,67	15.100.530,47
II. Participaciones en empresas multigrupo		0,00	0,00
III. Participaciones en empresas del grupo		129.574.220,92	104.110.466,33
A-12) Activos fiscales	13	35.516.749,23	14.507.328,78
I. Activos por impuesto corriente		6.068.806,70	150.525,11
II. Activos por impuesto diferido		29.447.942,53	14.356.803,67
A-13) Otros activos		79.692.025,07	67.468.488,51
I. Activos y derechos de reembolso por retribuciones a largo plazo al personal		0,00	0,00
II. Comisiones anticipadas y otros costes de adquisición		0,00	0,00
III. Periodificaciones	10	79.672.280,56	67.466.349,50
IV. Resto de activos		19.744,51	2.139,01
A-14) Activos mantenidos para venta		0,00	0,00
TOTAL GENERAL ACTIVO		5.255.297.151,06	5.007.460.300,82

*Cifras reexpresadas

PASIVO	Nota	31/12/2015	31/12/2014 (*)
A-1) Pasivos financiero mantenidos p. negociar		0,00	0,00
A-2) Otros pasivos financieros a valor razonable con cambios en Pérdidas y Ganancias		0,00	0,00
A-3) Débitos y partidas a pagar	10	234.835.785,86	238.869.294,32
I. Pasivos subordinados		0,00	0,00
II. Depósitos recibidos por reaseguro cedido		73.591,75	71.576,37
III. Deudas por operaciones de seguro		201.660.958,74	199.739.403,19
1.- Deudas con asegurados		757.658,69	1.010.827,31
2.- Deudas con mediadores		2.316.891,28	1.749.602,76
3.- Deudas condicionadas		198.586.408,77	196.978.973,12
IV. Deudas por operaciones de reaseguro		4.659.576,43	4.440.004,39
V. Deudas por operaciones de coaseguro		0,00	0,00
VI. Obligaciones y otros valores negociables		0,00	0,00
VII. Deudas con entidades de crédito		0,00	0,00
VIII. Deudas por operaciones preparatorias de contratos de seguros		0,00	0,00
IX. Otras deudas		28.441.658,94	34.618.310,37
1.-Deudas con las Administraciones públicas		8.229.348,65	9.446.653,12
2.-Otras deudas con entidades del grupo y asociadas		173.759,39	80.862,00
3.-Resto de otras deudas		20.038.550,90	25.090.795,25
A-4) Derivados de cobertura		0,00	0,00
A-5) Provisiones técnicas	27	3.439.326.594,88	3.167.696.222,50
I.- Provisión para primas no consumidas		365.521.175,56	362.677.203,97
II.- Provisión para riesgos en curso		0,00	0,00
III.- Provisión de seguros de vida		1.464.525.151,39	1.353.488.290,99
1.- Provisión para primas no consumidas		9.346.971,32	8.998.356,98
2.- Provisión para riesgos en curso		0,00	0,00
3.- Provisión matemática		1.444.225.531,36	1.344.489.934,01
4.- Provisiones seguros de vida cuando el riesgo de la inversión la asume el tomador		10.952.648,71	0,00
IV.- Provisión para prestaciones		104.255.307,21	103.856.546,47
V.- Provisión para participación en beneficios y para extornos		0,00	0,00
VI.- Otras provisiones técnicas		1.505.024.960,72	1.347.674.181,07

*Cifras reexpresadas

Continúa >>

Continúa >>

PASIVO	Nota	31/12/2015	31/12/2014 (*)
A-6) Provisiones no técnicas	15	122.463.289,21	109.571.937,64
I. Provisión para impuestos y otras contingencias legales		105.894.867,29	96.991.503,22
II. Provisión para pensiones y obligaciones similares		9.333.561,92	8.963.004,42
III. Provisión para pagos por convenios de liquidación		0,00	0,00
IV. Otras provisiones no técnicas		7.234.860,00	3.617.430,00
A- 7) Pasivos fiscales	13	83.980.453,40	105.750.238,44
I. Pasivos por impuesto corriente		29.861,36	9.683.705,39
II. Pasivos por impuesto diferido		83.950.592,04	96.066.533,05
A-8) Resto de pasivos		68.754.671,94	28.601.000,00
I. Periodificaciones		0,00	0,00
II. Pasivos por asimetrías contables	27	68.754.671,94	28.601.000,00
III. Comisiones y otros costes de adquisición		0,00	0,00
A-9) Pasivos vinculados con activos mantenidos para la venta		0,00	0,00
TOTAL PASIVO		3.949.360.795,29	3.650.488.692,90

*Cifras reexpresadas

PATRIMONIO	Nota	31/12/2015	31/12/2014 (*)
B-1) Fondos propios	11	1.136.700.560,88	1.102.743.817,45
I. Capital o fondo mutual		300.600.000,00	300.600.000,00
1. Capital escriturado o fondo mutual		300.600.000,00	300.600.000,00
2. (Capital no exigido)		0,00	0,00
II. Prima de emisión		0,00	0,00
III. Reservas		787.144.529,44	739.021.247,24
1. Legal y estatutarias		60.120.000,00	60.120.000,00
2. Reserva de estabilización		765.280,34	589.529,95
3. Otras reservas		726.259.249,10	678.311.717,29
IV. (Acciones propias)		0,00	0,00
V. Resultados de ejercicios anterior		0,00	0,00
1. Remanente		0,00	0,00
2. (Resultados negativos de ejercicios anteriores)		0,00	0,00
VI. Otras aportaciones de socios y mutulistas		0,00	0,00
VII. Resultado del ejercicio		64.161.781,83	78.268.456,49
VIII. (Dividendo a cuenta y reserva de estabilización a cuenta)		-15.205.750,39	-15.145.886,28
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto		0,00	0,00
B-2) Ajustes por cambios de valor:		169.235.794,89	254.227.790,47
I. Activos financieros disponibles para la venta		217.585.865,63	273.137.697,54
II. Operaciones de cobertura		0,00	0,00
III. Diferencias de cambio y conversión	12	3.215.933,21	2.541.092,93
IV. Corrección de asimetrías contables		-51.566.003,95	-21.451.000,00
V. Otros ajustes		0,00	0,00
B-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos		0,00	0,00
TOTAL PATRIMONIO NETO		1.305.936.355,77	1.356.971.607,92
TOTAL PASIVO y PATRIMONIO NETO		5.255.297.151,06	5.007.460.300,82

*Cifras reexpresadas

5.2 Cuenta de pérdidas y ganancias

	2015	2014
1 Primas imputadas, netas de reaseguro	1.006.336.723,52	997.745.690,43
2 Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	67.506.114,35	67.411.634,20
3 Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	477.176.142,35	474.924,7
4 Variación de otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	157.350.779,65	145.038.458,07
5 Participación en beneficios y extornos	0	0
6 Gastos de explotación netos	326.811.104,72	333.464.239,45
7 Otros gastos técnicos	12.404.026,91	7.380.082,85
8 Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	10.881.561,52	10.096.204,08
A) RESULTADO DE LOS SEGUROS NO VIDA	89.219.222,72	94.253.576,41
9 Primas imputadas al ejercicio, netas de reaseguro	235.824.904,27	212.102.974,03
10 Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	78.274.591,09	72.167.125,22
11 Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	175.894.084,07	191.471.854,68
12 Variación otras provisiones técnicas, netas de reaseguro	120.506.415,22	55.816.769,81
13 Participación en beneficios y extornos	0	-1.461.328,37
14 Gastos de explotación netos	16.948.391,49	18.244.238,44
15 Otros gastos técnicos	18.244.238,44	18.244.238,44
16 Gastos de las inversiones	18.244.238,44	771.869,06
B) RESULTADO DEL SEGURO DE VIDA	-4.704.969,36	18.467.918,91
17 Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	29.223.844,19	19.535.791,43
18 Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	12.047.044,05	3.115.370,58
19 Otros Ingresos	3.569.272,30	9.385.917,71
20 Otros Gastos	13.940.280,36	14.223.158,09
D) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	91.320.045,44	124.304.675,79
21 Impuesto sobre beneficios	-27.158.263,61	-46.036.219,41
E) RESULTADO DEL EJERCICIO	64.161.781,83	78.268.456,38

5.3 Inversiones

4.600 M €

Valor de los activos gestionados por santalucía
(4.388 M € en 2014, + 4,83%)

Perfil inversor

La política de inversiones de **santalucía** está dirigida por el principio fundamental de la cobertura adecuada de las provisiones técnicas. La gestión de estas se orienta en todo momento por las características en tiempo y en 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.

Valor de las inversiones

Valor de Balance	2015		2014	
	Valor	%	Valor	%
Liquidez	266	5,78%	209	4,6%
Renta fija	3.556	77,3%	3.548	78,8%
Gestión Alterna	210	4,57%	148	3,3%
Renta variable	373	8,11%	283	6,3%
Financieras	4.406	95,76%	4.189	93%
Inmuebles	195	4,24	200	7%
Total	4.716	100%	4.504	100%

Inversiones financieras

La cartera de inversiones financieras de **santalucía** tiene un enfoque global, que permite minimizar los riesgos derivados de la concentración en emisores y zonas geográficas, y la obtención de una mayor rentabilidad.

95,76%

Inversiones financieras (+5,8% en 2015)

Renta Fija
77,3%

Renta Variable
8,1%
(+90M€ en 2015)

Gestión Alternativa
4,5%
(+62M€)

Composición de las inversiones financieras

COMPOSICION DE LAS INVERSIONES	2015		2014		Increment.
	Valor	%	Valor	%	2015/2014
Liquidez	266,04€	6,04%	208,97€	4,99%	27,31%
Depósitos, pagarés y activos monetarios	102,31€	2,32%	156,79€	3,74%	-34,75%
Instrumentos de Deuda	3.418,17€	77,58%	3.307,47€	78,96%	3,35%
Fondos Inversión RF	34,76€	0,79%	71,86€	1,72%	-51,62%
Préstamos	0,98€	0,02%	12,35€	0,29%	-92,03%
Renta Fija	3.822,27€	86,75%	3.757,44€	89,71%	1,73%
Empresas del Grupo	143,42€	37,03%	104,11€	36,77%	37,76%
España	60,04€	15,50%	69,29€	24,47%	-13,35%
No cotizada	0,24€	0,06%	0,23€	0,08%	4,35%
Otras Acciones Cotizadas	14,76€	3,81%	4,90€	1,73%	201,22%
Fondos Inversión RV	168,84€	43,59%	104,58€	36,94%	61,45%
TOTAL	387,30€	100,00%	283,11€	100,00%	36,80%
Gestión Alternativa	196,61€	4,46%	148,07€	3,54%	32,78%
TOTAL	4.406,18€	100,00%	4.188,62€	100,00%	5,19%

Instrumentos de Deuda

INSTRUMENTOS DEUDA	2015		2014		Increment.
	Valor	%	Valor	%	2015/2014
Gobiernos y Supranacionales	932,76€	27,29%	1.012,84€	30,62%	-7,91%
Otros Títulos Públicos	357,52€	10,46%	408,81€	12,36%	-12,55%
Colateralizados	758,48€	22,19%	744,42€	22,51%	1,89%
Financieros	646,52€	18,91%	510,11€	15,42%	26,74%
Corporativos	722,89€	21,15%	631,28€	19,09%	14,51%
TOTAL	3.418,17€	100,00%	3.307,47€	100,00%	3,35%

Inversiones inmobiliarias

194,57 M €
Valor de balance
de los inmuebles

310 M €
Valor de mercado según
tasaciones

114 M €
en plusvalías
latentes

Nuevo edificio de oficinas en Barcelona

En 2016 se ha comprado un edificio en la Avenida Diagonal de Barcelona, en el número 648, por un importe de 16,5 millones de euros. El inmueble será un edificio emblemático de oficinas para la Compañía, incorporará la imagen corporativa de **santalucía** en la cubierta y generará una rentabilidad aproximada del 5% anual.

5.4 Gastos

Gastos totales de 2015 (*)

128,02 M €

Incremento del
2,71%

(*) No se ha tenido en cuenta la partida de impuestos



5.5 Resultado

Resultado Financiero

En 2015 el resultado financiero se ha incrementado significativamente.

149,2 M €
de resultado financiero

2%
superior a 2014

56,63 M €
de resultado financiero de la cuenta
técnica del negocio de No Vida

75,4 M €
de resultado financiero de la cuenta
técnica del negocio de Vida

06

Datos de
plantilla
del Grupo

6.1 Datos de plantilla del Grupo

Ballesol y sus trabajadores

Ballesol, empresa del Grupo **santalucía**, está dedicada a la prestación de servicios de atención residencial y asistencial a las personas mayores, desde sus Centros Residenciales y mediante Servicios de Atención Domiciliaria, con el compromiso de dotar a sus clientes de los mejores cuidados y atenciones para que se sientan confiados, seguros y satisfechos.

Empleados por tipo de contrato, edad y sexo

	Total Trabajadores	Tipo de Contrato		Edad			Sexo	
		Temporal	Indefinido	18-45	46-55	Mayores	Mujer	Hombre
Centro-Norte	1541	259	1282	936	405	200	1415	126
Mediterráneo	930	357	573	623	185	122	821	109
Sur	387	143	244	324	54	9	360	27
Total	2858	759	2099	1883	644	331	2596	262
Porcentaje		26,55%	73,44%	65,88%	22,53%	11,59%	90,83%	9,17%

Nacionalidad

	Española	Peruana	Dominicana	Argentina	Colombiana	Ecuatoriana	Cubana	Rumana	Otras
Centro-Norte	1398	20	4	1	22	14	6	33	43
Mediterráneo	865	7	3	4	7	8	2	11	23
Sur	381	-	1	2	-	-	2	-	1
Total	2644	27	8	7	29	22	10	44	67
Porcentaje	92,51%	0,94%	0,28%	0,24%	1,01%	0,77%	0,35%	1,54%	2,34

Nuevas contrataciones

	Nuevas contrataciones	Edad			Sexo	
		18-45	46-55	Mayores de 55	Mujer	Hombre
Centro-Norte	1385	1171	186	28	1142	143
Mediterráneo	1471	1187	193	91	1283	188
Sur	778	690	84	4	715	63
Total	3634	3048	463	123	3140	394
Porcentaje		83,87%	12,74%	3,38%	86,41%	13,59%

Igualdad y diversidad

	2014	2015
Nº mujeres	2.913	3.140
Nº trabajadores mayores de 45 años	475	58
Nº personas con discapacidad	51	51

Absentismo

	2014	2015
Tasa de absentismo anual (%)	5,85%	6,34%
Siniestralidad anual (%)	5,57%	5,17%
Enfermedades profesionales	0,20%	0

Bajas y reincorporación al trabajo

	2014	2015
Total bajas maternidad	114	76
Total bajas paternidad	7	11
Trabajadores reincorporados	99	74
Hombres	6	11
Mujeres	93	63

International SOS

International SOS es una empresa del Grupo **santalucía** especializada en ofrecer asistencia internacional frente a cualquier situación, poniendo a las personas en primer lugar y con todas las garantías.

	Hombres	Mujeres	Total
Número de empleados tipo por contrato			
Indefinidos	53	125	178
Temporales	10	5	15
TOTAL Empleados	63	130	193
Número de empleados centro de trabajo			
Empleados central	63	129	192
Empleados sucursal	0	1	1
TOTAL Empleados	63	130	193
Número de empleados a tiempo parcial	11 1	8	29
Número de empleados de nacionalidad extranjera	2	5	7
Número de empleados según centro de trabajo			
Edad media	43,62	40,71	41,84
Antigüedad media	10,59	8,79	9,48

Altas, bajas y transformación

	Hombres		Mujeres		Total
	Indefinidos	Temporales	Indefinidos	Temporales	
Altas	9	4	4	4	21
Bajas	3	1	6	3	13
Transformación de Temporales en Indefinidos	3		9		12

Número de empleados afectados

Motivos de las bajas

Terminación de Contrato	3
Voluntarias	5
Despido	3
Jubilación	0
Muerte/Incapacidad	1
Otras	1
Total bajas	13

Contratación a través de ETT

Periodo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
	Hombres	Mujeres	
Menor que 1 mes	1	0	1
Entre 1 y 6 meses	8	13	21
Entre 6 y 12 meses	5	5	10
Mayor que 12 meses	0	0	0
Total contratos	14	18	32

Horas de formación

	F. Presencial	F. Distancia	F. Elearnig	Total Formación
Horas (en horario laboral)	3.509	138	83	3.730
Horas (en horario no laboral)	437	114	0	551
Total horas Formación	3.946	252	83	4.281

Absentismo

	Maternidad / Paternidad	
Permiso de Maternidad/Paternidad	Mujeres	Hombres
Número de empleados	8	3
Número de horas	212	3.743

Alpha Plus Gestora

Alpha Plus Gestora es una Sociedad Gestora de Instituciones de Inversión Colectiva (SGIIC) perteneciente al Grupo [santalucía](#). Integrada por profesionales del sector financiero, la compañía combina la búsqueda de oportunidades atractivas de inversión con la máxima protección del capital y el control del riesgo en todos los entornos de mercado.

Nº Trabajadores	Tipo Contrato		Edad			Sexo	
	Temporal	Indefinido	18-45	46-55	> 55	Hombre	Mujer
Alpha plus							
14	0	14	12	1	1	11	3

Nuevas Contrataciones Alpha Plus 2015

Edad	Sexo
25	Hombre
25	Hombre
36	Mujer

Porcentaje total de:		
	Mujeres	> 45
	21,43%	7,14%
		Discapacidad
		0%
	Absentismo	Siniestralidad
	0%	0%
		Enferm. Profesional
		7,14%

Porcentaje bajas y reincorporaciones al trabajo		
	B. Maternidad	B. Paternidad
	0%	0%
		Total Reincorporados
		0%

PC Amigo

Compañía especializada en asistencia informática para el hogar y perteneciente al Grupo **santalucía**, cuya misión es la satisfacción de sus clientes a través de la calidad del servicio.

Total trabajadores		59
Tipo contrato	Temporal	1
	Indefinido	58
Edad	De 18-45 años	52
	De 46-55 años	6
	Mayores de 55 años	1
Sexo	Hombres	44
	Mujeres	15
Nuevas contrataciones en 2015	De 18-45 años	5
	Hombre	4
	Mujer	1
Total de	Mujeres	15
	Mayores de 45 años	7
	Personas con discapacidad	0
Porcentaje de	Absentismo	1,06%
	Siniestralidad anual	4,17%
	Enfermedades profesionales	0
Bajas y reincorporación al trabajo	Bajas maternidad	0
	Bajas paternidad	0
	Total trabajadores reincorporado	0

Accept@

Compañía del Grupo especializada en la gestión de contactos, con una alta capacidad de superación e innovación y una cultura de servicio orientada al cliente y sus necesidades.

Total trabajadores		1.830
Tipo contrato	Temporal	811
	Indefinido	1.019
Edad	De 18-45 años	1.415
	De 46-55 años	313
	Mayores de 55 años	102
Sexo	Hombres	192
	Mujeres	1.638
Nuevas contrataciones en 2015		1.436
Edad	De 18-45 años	1.415
	De 46-55 años	313
	Mayores de 55 años	102
Sexo	Hombres	192
	Mujeres	1.638
Total de:	Mujeres	2.885
	Trabajadores mayores de 45 años	646
	Personas con discapacidad	24
Porcentaje de	Absentismo	6,65%
	Siniestralidad anual	0,18%
	Enfermedades profesionales	0%
Bajas y reincorporación al trabajo	Bajas maternidad	99
	Bajas paternidad	77
Total trabajadores reincorporado		100%

Iris Assistance

Empresa del grupo, líder en la gestión integral de reparaciones y reformas, así como en la tramitación de siniestros, para empresas y particulares. El pilar fundamental de la compañía es prestar un servicio excelente, bajo normas de calidad y plazo de prestación excepcionales.

Total trabajadores		545
Tipo contrato	Temporal	26
	Indefinido	519
Edad	De 18-45 años	269
	De 46-55 años	184
	Mayores de 55 años	92
Sexo	Hombres	271
	Mujeres	274
Nuevas contrataciones en 2015		23
Edad	De 18-45 años	15
	De 46-55 años	7
	Mayores de 55 años	1
Sexo	Hombres	7
	Mujeres	16
Total de:	Mujeres	281
	Trabajadores mayores de 45 años	279
Porcentaje de	Personas con discapacidad	15
	Absentismo	6,88%
	Siniestralidad anual	0,33%
	Enfermedades profesionales	0%
Bajas y reincorporación al trabajo	Bajas maternidad	9
	Bajas paternidad	4
Total trabajadores reincorporado		100%

GIH

Empresa del Grupo **santalucía** dedicada a servicios jurídicos, servicios financieros y contables, y servicios de gestión administrativa.

Total trabajadores		63
Tipo contrato	Temporal	0
	Indefinido	63
Edad	De 18-45 años	44
	De 46-55 años	12
	Mayores de 55 años	7
Sexo	Hombres	28
	Mujeres	35
Nuevas contrataciones en 2015		6
Edad	De 18-45 años	4
	De 46-55 años	2
	Mayores de 55 años	0
Sexo	Hombres	3
	Mujeres	3
Total de:	Mujeres	36
	Trabajadores mayores de 45 años	19
Porcentaje de	Personas con discapacidad	0
	Absentismo	1,45%
	Siniestralidad anual	0,25%
	Enfermedades profesionales	0%
Bajas y reincorporación al trabajo	Bajas maternidad	1
	Bajas paternidad	1
Total trabajadores reincorporado		100%



07

Sobre este
Informe

[GRI G4-17; GRI G4-18]

Este es el segundo Informe Integrado que **santalucía** ha elaborado de acuerdo al Marco del IIRC (International Integrated Reporting Council) con el objetivo de trasladar la creación de valor de una manera global, promover un enfoque más coherente y mejorar la comprensión de la información disponible.

El Informe permite la comparabilidad respecto al Informe Integrado 2014 y a la Memoria de RSC 2013. El contenido está centrado en los temas que son relevantes para la compañía y sus grupos de interés e incluye indicadores del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, con el objetivo de proporcionar información significativa en los ámbitos económico, social y medioambiental. Asimismo, se incluyen indicadores de RSC del sector asegurador elaborados por ICEA.

Perfil y alcance

El presente Informe Integrado tiene periodicidad anual y hace referencia al ejercicio 2015. El objeto del mismo es **santalucía**: su desempeño, visión y perspectiva, resultados, actividades y compromisos, así como determinados indicadores de empresas del Grupo que permiten contextualizar la información o que son relevantes para el reporte.

Los estados financieros incluidos se corresponden con los de **santalucía** e incluyen el Balance, la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, así como información sobre las inversiones de la compañía y su resultado.

Materialidad

El análisis de materialidad de **santalucía** se ha actualizado para determinar los temas a incluir en el informe en función de su relevancia tanto para la compañía como para sus grupos de interés, y de los progresos, novedades y principales magnitudes de la gestión.

El análisis determina en torno a qué cuestiones clave se debe elaborar el informe, para lo cual se realiza una revisión de los temas comunicados el año anterior, documentación corporativa y resultados de las consultas con los grupos de interés. Entre las fuentes analizadas para el análisis de materialidad de **santalucía** se encuentran el Plan Estratégico, las propuestas del Comité de Empresa, los resultados de la Encuesta de Clima, información obtenida por el Observatorio de Clientes y principales sugerencias de empleados y colaboradores en el nuevo espacio de participación, así como Indicadores de RSC sectoriales y Memorias del Sector.

Asimismo, se ponderó la relevancia de los temas en función de la importancia que tiene para la empresa y cada uno de sus grupos de interés.

Para su actualización, se ha tenido en cuenta el Informe anual integrado 2014 y el Plan Director de responsabilidad corporativa 2015-2020, así como las noticias corporativas de la compañía.

[GRI G4-19; G4-20; G4-21; G4-27]

Grupos de interés	Asuntos relevantes Análisis materialidad	Temas reflejados en la Memoria RSC
CLIENTES	Calidad y eficiencia en la atención al cliente	Orientación 360º al cliente Atención al Cliente
	Nuevos productos	Novedades en productos y servicios
	Innovación en procesos	Transformación digital
	Gestión de quejas y reclamaciones	Atención al cliente

Continúa >>

[GRI G4-19; G4-20; G4-21; G4-27]

Continúa >>

Grupos de interés	Asuntos relevantes Análisis materialidad	Temas reflejados en la Memoria RSC
EMPLEADOS Y COLABORADORES	Innovación en procesos	Gestión del desempeño Gestión del talento y desarrollo profesional
	Clima laboral	Estudio de Clima y Compromiso
	Motivación y reconocimiento empleados	Gestión del talento y desarrollo profesional Programa de Voluntariado Corporativo
	Formación y desarrollo profesional	Formación en santalucía
	Comunicación interna	Comunicación interna
	Conciliación de la vida personal y laboral	Indicadores clave Empleados
	Salud y seguridad de los empleados	Primera Semana de la Salud
	Voluntariado corporativo	Programa de Voluntariado Corporativo
MEDIADORES	Innovación en procesos	Proceso de transformación comercial
	Relación y comunicación con los mediadores	4.3 Agencias
SOCIEDAD	Contribución a la sociedad	“Tú eliges a quién ayudamos”
PROVEEDORES	Criterios RSC en la gestión de proveedores	4.4 Proveedores
MEDIOAMBIENTE	Política de gestión medioambiental	4.6 Medioambiente
TEMAS TRANSVERSALES TODOS LOS GRUPOS DE INTERES	Cercanía	Quiénes somos Política de Responsabilidad Corporativa Modelo de negocio 4.1 Clientes
	Ética y Valores	Quiénes somos Código Ético y de Conducta Actuaciones en materia de control interno
	Reputación y marca	Grupo santalucía Hitos 2015 Reconocimientos
	Prevención y blanqueo de capitales	
	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	2.3 Gobierno Corporativo
	Tecnología	Transformación digital

7.1. Indicadores 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	Pág. 5-6 Carta del Presidente	NO
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	Pág. 2 Alcance de este Informe	NO
G4-4	Págs. 14-15 Grupo santalucía	NO
G4-5	Pág. 118 Contacta con nosotros	NO
G4-6	Págs. 14-15 Grupo santalucía	NO
G4-7	Pág. 2 Alcance de este Informe	NO
G4-8	Págs. 14-15 Grupo santalucía	NO
G4-9	Pág. 16 Principales magnitudes	NO
G4-10	Pág. 16 Principales magnitudes	NO
G4-11	El 100% de empleados de santalucía están cubierto por convenio colectivo	NO
G4-12	Pág. 71 Proveedores	NO
G4-13	Pág. 26 Hitos 2015	NO
G4-14	Pág. 21-22 La gestión de riesgos	NO
G4-15	Págs. 79-81 Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible	NO
G4-16	Pag. 50 Adhesión a la Guía de Buenas Prácticas de UNESPA Pág. 52 Novedades en productos y servicios: club “ santalucía contigo”	NO

Contenidos básicos generales	Página/sección/información	Verificación externa
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	Págs. 14-15 Grupo santalucía Pág. 109 Perfil y alcance	NO
G4-18	Pág. 108 Sobre este informe	NO
G4-19	Págs. 110-111 Asuntos relevantes	NO
G4-20	Págs. 110-111 Asuntos relevantes	NO
G4-21	Págs. 110-111 Asuntos relevantes	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	Pág. 44 Diálogo con nuestros grupos de interés	NO
G4-25	Pág. 40 La Responsabilidad Corporativa en santalucía	NO
G4-26	Pág. 40 La Responsabilidad Corporativa en santalucía Pág. 44 Diálogo con nuestros grupos de interés	NO
G4-27	Pág. 110-111 Asuntos relevantes	NO
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4-28	Pág. 109 Perfil y alcance	NO
G4-29	Pág. 109 Sobre este Informe	NO
G4-30	Pág. 109 Perfil y alcance	NO
G4-31	Pág. 118 Contacta con nosotros	NO
G4-32	Págs. 112-113 Índice de contenido GRI	NO
G4-33	No se ha realizado verificación externa	NO
GOBIERNO		
G4-34	Pág. 18 Gobierno Corporativo	NO
G4-36	Pág. 42 Nuevo sistema de gestión de la RSC	NO
G4-48	Pág. 42 Nuevo sistema de gestión de la RSC	NO
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	Pág. 20 Código Ético y de Conducta	NO

Contenidos básicos específicos

Aspectos materiales	Enfoque de gestión e Indicadores GRI	Omisiones	Verificación externa
Calidad y eficiencia en la atención al cliente	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 47 Clientes G4-PR5 Pág. 47 Indicadores clave y pág. 48 Orientación 360° al cliente		NO
Nuevos productos	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 51 Novedades en productos y servicios G4-PR1 Págs. 51-52 Novedades en productos y servicios		NO
Innovación en procesos	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 51 Novedades en productos y servicios y págs. 62-63 Comunicación interna G4-PR1 Págs. 51-52 Novedades en productos y servicios G4-LA11 Pág. 57 Gestión del desempeño		NO
Gestión de quejas y reclamaciones	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 49 Atención al Cliente G4-PR5 Pág. 47 Indicadores clave y pág. 48 Orientación 360° al clientee		NO
Clima laboral	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 56 Empleados G4-LA1 Pág. 56 Indicadores clave		NO
Motivación y reconocimiento empleados	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 57 Gestión del desempeño y pág. 57 Política Retributiva G4-LA11 Pág. 57 Gestión del desempeño		NO
Formación y desarrollo profesional	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 59 Formación en santalucía y pág. 60 Gestión del talento y desarrollo profesional G4-LA9 Pág. 56 Principales Indicadores G4-LA10 Pág. 59 Formación en santalucía y pág. 60 Gestión del talento y desarrollo profesional		NO
Comunicación interna	ENFOQUE DE GESTIÓN Págs. 62-63 Comunicación interna G4-24 Pág. 44 Diálogo con nuestros grupos de interés		NO
Conciliación de la vida personal y laboral	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 56 Empleados G4-LA3 Pág. 56 Indicadores clave		NO
Salud y seguridad de los empleados	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 61 Salud y bienestar G4-27 Pág. 110-111 Asuntos relevantes		NO
Voluntariado corporativo	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 64-65 Programa de Voluntariado Corporativo G4-27 Pág. 110-111 Asuntos relevantes		NO

Aspectos materiales	Enfoque de gestión e Indicadores GRI	Omisiones	Verificación externa
Relación y comunicación con los mediadores	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 69 Centro de Atención al Mediador G4-27 Pág. 110-111 Asuntos relevantes		NO
Contribución a la sociedad	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 73 Sociedad G4-SO1 Pág. 73 Indicadores clave y pág. 73 “Tú eliges a quién ayudamos”		NO
Criterios RSC en la gestión de proveedores	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 72 Satisfacción con nuestros proveedores G4-SO9 Pág. 72 Satisfacción de los asegurados		NO
Política de gestión medioambiental	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 76 Medioambiente G4- EN3, G4-EN6, G4-EN15 y G4-EN19 Pág. 76 Indicadores clave		NO
Cercanía	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 31 Modelo de negocio G4-26 Pág. 40 La Responsabilidad Corporativa en santalucía		NO
Ética y Valores	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 13 Quiénes somos y pág. 20 Código Ético y de Conducta G4-56 Pág. 20 Código Ético y de Conducta		NO
Reputación y marca	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 13 Quiénes somos y pág. 40 Nuevo Plan Director “Estamos siempre cerca de ti” G4-26 Pág. 40 La Responsabilidad Corporativa en santalucía		NO
Prevención y blanqueo de capitales	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 20 Código Ético y de Conducta G4-SO4 Pág. 20 Principales indicadores Código Ético 2015		NO
Transparencia	ENFOQUE DE GESTIÓN Págs. 110-111 Asuntos relevantes G4-13 Pág. 26-29 Hitos 2015 G4-26 Pág. 40 La Responsabilidad Corporativa en santalucía		NO
Buen Gobierno	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 18 Gobierno Corporativo G4-56 Pág. 20 Código Ético y de Conducta		NO
Tecnología	ENFOQUE DE GESTIÓN Pág. 53 Transformación Digital G4-27 Pág. 110-111 Asuntos relevantes		NO

7.2. Indicadores RSC de ICEA

Grupo de Interés	Indicadores	Página
Clientes	Índice de Satisfacción	48
	Número de nuevos productos o mejoras en los existentes	51-52
	Características nuevos productos o mejoras realizadas	51-52
Distribuidores	Formación a mediadores	69-70
	Índice de satisfacción	n/a
	Existencia de procedimientos o códigos deontológicos	42
Empleados	Composición de la plantilla	56
	Temporalidad	56
	Antigüedad media de la plantilla	56
	Existencia y descripción del plan de Igualdad	n/a
	Formación adicional a la establecida por la ley	59
	Discapacidad % que supera la LISMI	64
Sociedad	Existencia de una política medioambiental	76-77
	Voluntariado Corporativo	64-65-66
	Porcentaje sobre primas para contribución a la sociedad	2-16
	Contribución a la sociedad	2 y 73-74-75
Proveedores	Selección de proveedores bajo criterio de RSC	71
	Índice de Satisfacción	72

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

