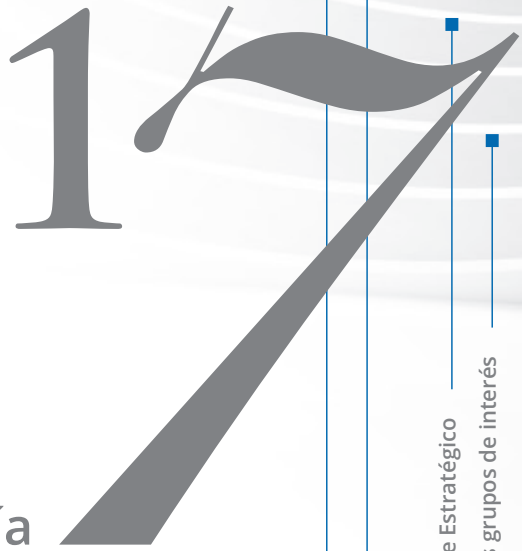


INFORME ANUAL INTEGRADO



Grupo Santalucía
Un año de RETOS Y LOGROS

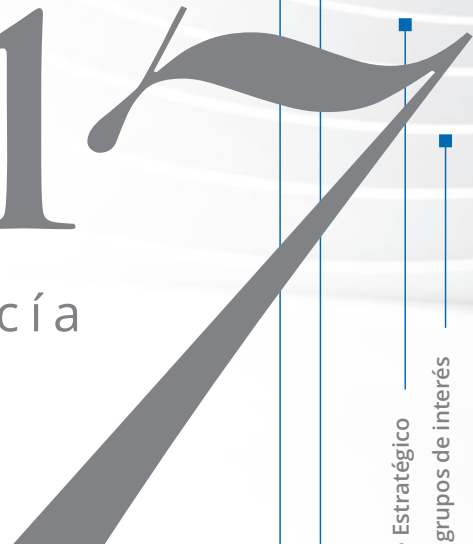
- Carta del Presidente
- Grupo Santalucía
- Enfoque Estratégico
- Nuestro compromiso con los grupos de interés
- Cuentas Anuales Consolidadas Grupo Santalucía
- Indicadores y Principios de este Informe



INFORME ANUAL

1

INTEGRADO
Grupo Santalucía



Carta del Presidente

Grupo Santalucía

Enfoque Estratégico

Nuestro compromiso con los grupos de interés

Cuentas Anuales Consolidadas Grupo Santalucía

Indicadores y Principios de este Informe

Un año de
RETOS Y LOGROS

ÍNDICE

| | | |
|----|---|--|
| 1 | ■ | 1. CARTA DEL PRESIDENTE |
| 2 | | Carta del Presidente |
| 7 | ■ | 2. GRUPO SANTALUCÍA |
| 8 | | Nuestro Grupo |
| 12 | | Principales magnitudes |
| 14 | | Modelo de negocio y resultados |
| 27 | | Retos futuros |
| 29 | | Ética y Gobierno Corporativo |
| 31 | | La gestión de riesgos en el negocio asegurador |
| 36 | | Principales hitos del año |
| 37 | | Reconocimientos 2017 |
| 41 | ■ | 3. ENFOQUE ESTRATÉGICO |
| 42 | | Plan Transforma 2020 |
| 48 | | Referentes en Innovación |
| 53 | | Nuestra Responsabilidad Social Corporativa |
| 59 | ■ | 4. COMPROMISOS CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS |
| 60 | | Compromisos con los Clientes |
| 64 | | Compromisos con los Empleados |
| 70 | | Compromisos con la Sociedad |
| 76 | | Compromisos con el Medioambiente |

| | | |
|----|---|---|
| 81 | ■ | 5. CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS GRUPO SANTALUCÍA |
| 82 | | Balance Consolidado |
| 87 | | Cuenta Consolidada de Pérdidas y Ganancias |
| 89 | ■ | ANEXO |
| 90 | | Principios de elaboración del informe |
| 92 | | Índice de Contenidos Estándares GRI |
| 96 | | Correlación de GRI y Objetivos de Desarrollo Sostenible |



01

Carta del Presidente

1. CARTA DEL PRESIDENTE


Siempre es una satisfacción cumplir con el grato deber de presentar el **Informe Anual Integrado**. El de este año, correspondiente al ejercicio 2017, contiene algunas diferencias y novedades importantes respecto a los anteriores. Por primera vez presentamos una visión integral del **Grupo Santalucía** como conjunto consolidado de empresas.



En ese sentido, este **Informe** recoge lo realizado por las empresas del **Grupo** en 2017: sus resultados, dimensiones, líneas de negocio, estrategias, gobierno, desempeño financiero, así como nuestra contribución al entorno social, económico y ambiental. Se explica todo eso con el propósito de informar con transparencia a nuestros grupos de interés y, de forma destacada, a nuestros clientes, a nuestros socios y también a la sociedad en la que operamos.

Por distintas razones, 2017 ha sido para nuestro **Grupo** un año especial. Lo ha sido por los resultados conseguidos, por las importantes operaciones realizadas, por la nueva dimensión adquirida en cuanto **Grupo**, por los nuevos pasos en la internacionalización y, en general, por la transformación que estamos llevando a cabo para dar respuesta a los cambios y acontecimientos que, previsiblemente, nos traerá el futuro de la economía global y del sector.

En un entorno económico de recuperación mundial y con España creciendo a un ritmo superior al de la Eurozona, el **Grupo Santalucía** ha obtenido unos resultados que han fortalecido nuestro posicionamiento en los sectores y negocios en los que estamos presentes. Somos el 7º Grupo Asegurador de España, hemos aumentado nuestra cuota de mercado siendo el que más ha crecido en cuota dentro del Top 10 de Grupos Aseguradores españoles. Seguimos siendo líderes en el Seguro de Decesos. Ocupamos el 4º puesto en el ranking de Seguro de Hogar y cerramos 2017 ocupando la 6ª posición en el de Vida. A finales del primer semestre



de 2018 hemos ascendido a la 5ª posición en ese último ranking. El ratio de solvencia del negocio asegurador del **Grupo** se sitúa en el 150% sin acogernos a medidas transitorias. Más de 7 millones de clientes confían en nosotros. Nuestros ingresos consolidados alcanzan 2.115 millones de euros. Y el beneficio consolidado después de impuestos es de 127,5 millones de euros, lo que supone un incremento del 26,9% respecto al ejercicio anterior. Tenemos más de 19.000 millones de euros en activos bajo gestión. Atendemos más de un millón y medio de siniestros cada año.

BALLESOL es líder en servicio y atención a las personas mayores. ALBIA ocupa una posición privilegiada y muy destacada en el sector de los servicios funerarios. IRIS ASSISTANCE es líder en la tramitación de siniestros y en la gestión integral de reparaciones y reformas. Gracias al trabajo realizado por ACCEPTA, SANTALUCÍA ha sido reconocida como la aseguradora que ofrece el servicio telefónico de mayor calidad del sector. Nuestra gestora SANTALUCÍA GESTIÓN se ha posicionado durante 12 meses consecutivos en el *Top 3* de la Liga de las Estrellas Morningstar. Podemos decir, por consiguiente, que las empresas de nuestro **Grupo** son referentes de prestigio en sus mercados. Esas cifras transmiten una impresión fiel de los progresos que se van consiguiendo. Debemos, por tanto, felicitarnos por eso, y felicitar especialmente a todos los empleados y colaboradores que han hecho posible esos resultados.


No estamos haciendo nada distinto a lo que hemos estado haciendo durante nuestros casi cien años de existencia: acompañar **adaptativamente** a la sociedad española en sus necesidades y aspiraciones, dar respuesta a las peticiones de protección cambiantes que van surgiendo por los avances de la sociedad, proporcionarles los productos y servicios que les permiten disfrutar de una mayor y mejor protección para que los ciudadanos puedan llevar una vida más segura, más tranquila y con mayor bienestar. Nuestro fin último es ser cada vez más útiles a nuestros clientes. Eso nos obliga a tomar decisiones con el fin de mejorar nuestras capacidades, nuestros servicios y nuestro posicionamiento. Nuestra finalidad ineludible es la de siempre, ofrecer una protección cada vez mejor.

En 2017 hemos consumado proyectos madurados durante mucho tiempo. En primer lugar, un salto cualitativo en el negocio de Vida y Pensiones que se materializó con la compra de la mayor parte del negocio de AVIVA EU en España, incluyendo sus alianzas de bancaseguros con UNICAJA BANCO y ESPAÑADUERO, con el fin de dar respuesta a las crecientes necesidades de ahorro-inversión de los ciudadanos como consecuencia de los retos demográficos a los que se enfrentan todas las sociedades europeas. No cabe duda de que ésta era una línea de negocio en la que teníamos que estar más presentes y nos hemos convertido en uno de los principales operadores de ese ramo.

Este movimiento ha sido un elemento más, relevante pero no único, en la transformación que estamos realizando en nuestro modelo de negocio y que nos debe llevar a una mayor diversificación en nuestra capacidad de distribución, desarrollando o fortaleciendo nuevos canales, y a una expansión de ciertas líneas de negocio a otras geografías y mercados. Nuestra decidida apuesta por la búsqueda de nuevos acuerdos de distribución a través de bancaseguros y nuestro reforzamiento en el canal de corredores y corredurías de seguros, llevado a cabo durante 2017, viene a completar la capacidad de nuestro canal agencial, pilar fundamental en el modelo de distribución del negocio asegurador del **Grupo**.

En todo eso la **innovación** tiene ya y va a tener un papel cada vez más relevante. Todos estamos obligados a buscar soluciones que den respuesta a los retos sociales y medioambientales que se plantean. Es nuestro más firme propósito ofrecer esas soluciones y seguir trabajando para crear valor y contribuir al desarrollo económico y social de las sociedades en las que operamos.

Creo que es también relevante mencionar que el **Grupo Santalucía** ha recibido en 2017 algunos reconocimientos importantes. Por tercera vez, y por segundo año consecutivo, hemos recibido el Premio STIGA de Satisfacción y Experiencia de Cliente en Seguros de Hogar. Este reconocimiento es fruto del excelente trabajo y coordinación de las empresas del **Grupo**, especialmente IRIS ASSISTANCE y ACCEPTA, y de nuestros proveedores, verdaderos socios en el desempeño de nuestra actividad aseguradora. Asimismo, SANTALUCÍA, S.A., empresa matriz del **Grupo**, ha sido distinguida con el certificado de Empresa Familiarmente Responsable



(EFR), lo que no sólo nos llena de satisfacción, sino que nos refuerza en un propósito que consideramos muy importante y que lo tiene que ser cada vez más: la buena y adecuada conciliación entre familia y profesión. Ambas cosas son decisivas: una refuerza y potencia a la otra, y por eso deben preservarse y cuidarse conjuntamente.

Todos estos hitos son frutos recogidos del primer año de puesta en marcha de nuestro Plan Estratégico *Transforma 2020*. Esa transformación está focalizada en hacer mejor lo que hacemos bien, centrarnos en lo importante y ser capaces de anticipar adecuadamente el futuro.

Además, en 2017 hemos renovado nuestro compromiso con una iniciativa tan relevante como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, al que estamos adheridos desde 2013, que nos obliga a mejorar cada año. Durante 2017 hemos continuado con nuestro Plan de Responsabilidad Social Corporativa impulsando aquellas iniciativas que supongan un impacto positivo para la sociedad y los grupos menos favorecidos. Con nuestra actividad diaria contribuimos positivamente a la agenda global de desarrollo sostenible recogida en los 17 Objetivos Mundiales (ODS).

Para finalizar, quiero manifestar mi gratitud y reconocimiento a nuestros clientes y empleados. A nuestros clientes, que un año más han seguido confiando en nosotros ofreciéndonos una muestra de fidelidad incomparable. Y mi gratitud también para las casi 8.000 personas que forman el **Grupo Santalucía** y que trabajan ejemplarmente para hacernos más fuertes. Sin su esfuerzo y dedicación no habría sido posible el actual posicionamiento, ni ser cada vez más relevantes en el mercado, como confirman los datos que se presentan en este Informe Integrado.

Muchas gracias a todos por hacer realidad el propósito del **Grupo Santalucía**: ofrecer a las familias la mejor protección en todas las etapas de su vida. Ese ha sido siempre y sigue siendo nuestro gran reto.

Carlos Álvarez Navarro
Presidente



GRUPO
SANTALUCÍA

02

Grupo
Santalucía

| | |
|--|----|
| Nuestro Grupo | 8 |
| Principales magnitudes | 12 |
| Modelo de negocio y resultados | 14 |
| Retos futuros | 27 |
| Ética y Gobierno Corporativo | 29 |
| La gestión de riesgos en el negocio asegurador | 31 |
| Principales hitos del año | 36 |
| Reconocimientos 2017 | 37 |

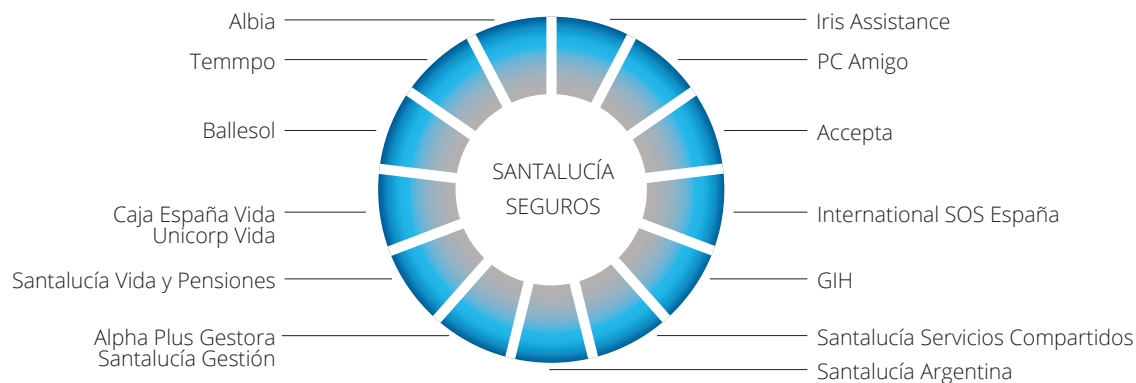
2.1 NUESTRO GRUPO

CREADORES DE PROTECCIÓN Y BIENESTAR

El **Grupo Santalucía**, cuya matriz es Santa Lucía, S.A., Compañía de Seguros y Reaseguros, se compone de una serie de empresas que operan en el negocio asegurador, asistencial, de gestión de activos y de prestación de servicios, que tienen la capacidad de ofrecer un servicio 360°, velando por el bienestar de nuestros clientes y por la excelencia en la calidad de toda la cadena de servicio.

Las principales empresas que forman el **Grupo Santalucía** son las siguientes:

GRUPO SANTALUCÍA



NUESTRAS ÁREAS DE ACTUACIÓN

Desarrollamos nuestra actividad en distintas áreas, de forma que los clientes del **Grupo** vean cumplidas sus expectativas y satisfechas sus necesidades en su relación con nosotros.



EMPRESAS AL SERVICIO DE NUESTROS CLIENTES

NEGOCIO ASEGURADOR



Santalucía SEGUROS

Santalucía es la Compañía Aseguradora origen y matriz del **Grupo Santalucía**.

Con más de 95 años de experiencia en la cobertura de riesgos del ámbito familiar, somos líderes nacionales del sector asegurador en los ramos de Asistencia y Decesos, y 4ª aseguradora en el ranking de Seguros de Hogar, con cerca de un millón de viviendas aseguradas.



International SOS España

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



Santalucía Vida y Pensiones

Especialistas en Seguros de Vida, Pensiones, Ahorro e Inversión. Distribuye sus productos a través de Mediadores de Seguros Profesionales y Acuerdos Institucionales.



Unicorp Vida y Caja España Vida

Aseguradoras que gestionan seguros de vida y pensiones, con canal de distribución bancaseguros.



Santalucía Seguros Argentina

Aseguradora que opera en Argentina, principalmente en el ramo de Decesos.

NEGOCIO ASISTENCIAL



Ballesol

Líder en la prestación de servicios residenciales y asistenciales a personas mayores, bajo un modelo de atención integral y personalizada.



Albia

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



Temppo

A través de un club privado de compras dirigido principalmente a mayores de 55 años, ofrece productos y servicios de valor añadido en salud y belleza, bienestar, viajes y ocio, en condiciones preferentes y con altos estándares de calidad.

GESTIÓN DE ACTIVOS



Alpha Plus Gestora - Santalucía Gestión

Gestoras de activos y carteras de inversión, con vocación de rentabilidad absoluta y consistente a largo plazo, con filosofía de búsqueda de valor, o *value investing*.



OPERACIONES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS



Accepta

Compañía líder en prestación de servicios de venta y atención al cliente a través de canales directos, facilitando asimismo la externalización de procesos de negocio bajo un modelo basado en el rigor, calidad y eficiencia.



Iris Assistance

Empresa líder en tramitación de siniestros, así como en la gestión integral de reparaciones y reformas, con dilatada experiencia en la prestación de servicios a empresas y clientes particulares.



Santalucía Servicios Compartidos

Ofrece a sus socios servicios de soporte financiero, actuarial, de asesoría jurídica, de gestión de riesgos y de recursos humanos, así como diseño y conceptualización de productos.



PC Amigo

Asistencia y soporte informático global para particulares y colectivos, tanto a terceros como a compañías del **Grupo Santalucía**.



GIH

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

2.2 PRINCIPALES MAGNITUDES

CIFRAS CONSOLIDADAS DEL GRUPO SANTALUCÍA EN 2017

El **Grupo Santalucía** ha realizado su actividad en un contexto económico caracterizado por la recuperación económica global. Durante 2017, España continuó creciendo por encima de las tasas de la Eurozona a un ritmo del 3,1% —ligeramente inferior al crecimiento que experimentó la economía nacional en 2016, que fue del 3,3%—. En este contexto, las principales magnitudes de negocio alcanzadas en 2017 por el **Grupo** son las siguientes:

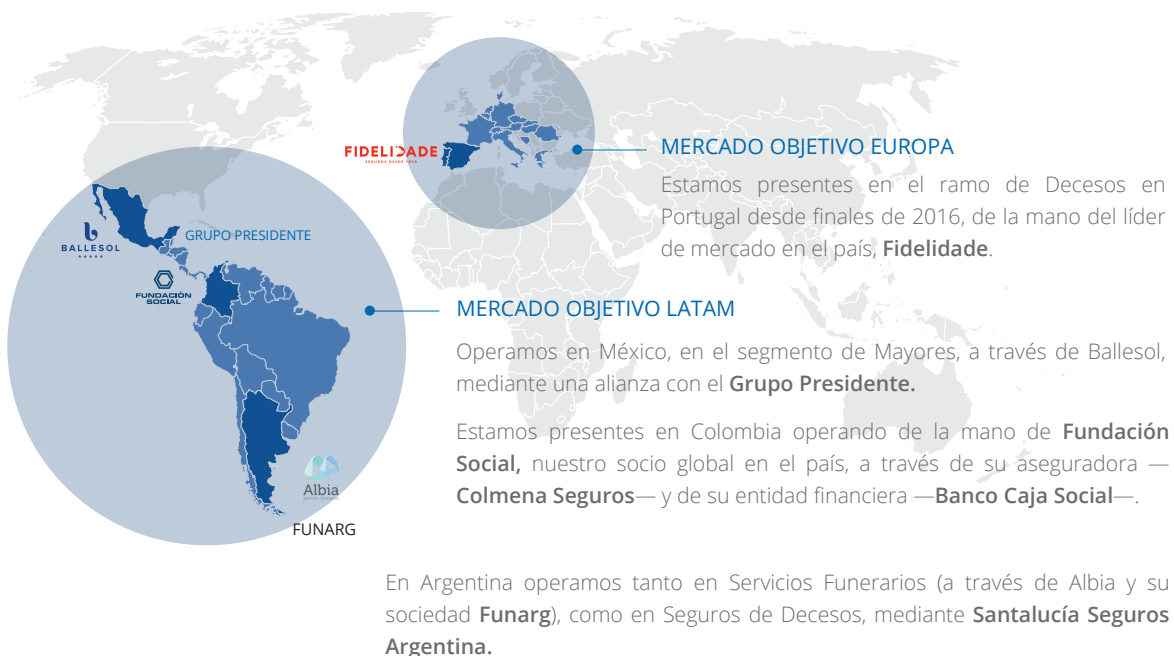


El ingreso consolidado del **Grupo Santalucía** a cierre de 2017 asciende a 2.115 millones de euros, y está compuesto por las primas imputadas procedentes del negocio asegurador, el resultado financiero procedente de las inversiones financieras, inmuebles e inmovilizado material, así como por el ingreso de las participaciones en empresas del **Grupo**.

DIMENSIÓN GEOGRÁFICA: PRESENCIA INTERNACIONAL

ABRIENDO NUEVOS MERCADOS EN LOS NEGOCIOS ASEGURADOR Y ASISTENCIAL

Nuestra expansión internacional está focalizada en tres ámbitos: Seguros de Decesos, Servicios Funerarios y Residencias de Mayores, donde podemos aportar un valor añadido realmente diferenciador.



2.3 MODELO DE NEGOCIO Y RESULTADOS

UN MODELO BASADO EN 5 PILARES

Nuestro modelo de negocio se asienta sobre cinco pilares que buscan la excelencia en la calidad del servicio prestado a todos los clientes del **Grupo**.



NEGOCIO ASEGURADOR

EVOLUCIÓN SECTORIAL EN ESPAÑA EN 2017

El volumen de primas de seguros de las entidades aseguradoras españolas en 2017 ascendió a 63.409,6 millones de euros, lo que supone un descenso del 0,7%, que contrasta con el crecimiento del 12,4% registrado en 2016.

El ramo de No Vida consiguió un volumen de negocio de 34.002,7 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 4%, inferior al crecimiento del 4,7% experimentado en 2016.

Respecto a Vida, el conjunto de aseguradoras incrementó sus provisiones técnicas un 3,3%, registrando un volumen de 183.605,5 millones de euros. En cuanto a volumen de primas, el sector alcanzó los 29.406,8 millones de euros, de los que un 14,3% pertenece a productos de riesgo y el otro 85,7% a productos de ahorro. Por volumen de primas, los seguros de ahorro experimentaron un descenso del 6,42% respecto a 2016, mientras que el volumen de primas de seguros de riesgo se incrementó en un 0,01% respecto al ejercicio anterior.

VOLUMEN DE PRIMAS TOTAL

63.409,6 M€

Descenso del 0,7% respecto a 2016

VOLUMEN PRIMAS NO VIDA

34.002,7 M€

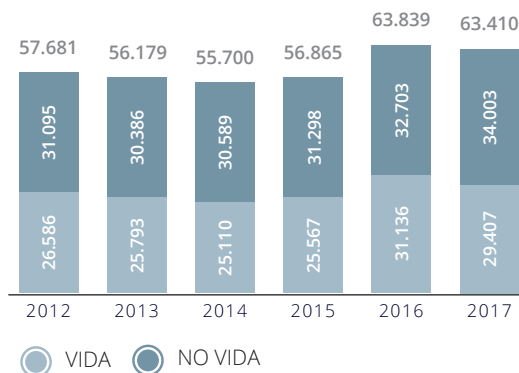
Crecimiento del 4,0% respecto a 2016

VOLUMEN PRIMAS VIDA

29.406,8 M€

Descenso del 5,56% respecto a 2016

EVOLUCIÓN DE PRIMAS DEL SECTOR ASEGURADOR



Fuente: ICEA, cifras en millones de euros

PRINCIPALES MAGNITUDES DEL **NEGOCIO ASEGURADOR** DEL GRUPO SANTALUCÍA 2017

La formalización en 2017 de la compra de la mayor parte del negocio de Aviva en España —Aviva Vida y Pensiones, Aviva Gestión, su participación en Aviva Servicios Compartidos, el 50% de Unicorp Vida, el 50% de Caja España Vida y sus alianzas con Unicaja Banco y España Duero— ha supuesto uno de los principales motores de crecimiento y diversificación de nuestro negocio asegurador, convirtiendo al **Grupo Santalucía** en uno de los principales operadores del mercado en el ramo de Vida.



| GRUPO SANTALUCÍA | 2.536 MILL. € |
|-----------------------------|---------------|
| SANTALUCÍA SEGUROS | 1.360 Mill. € |
| UNICORP VIDA* | 764 Mill. € |
| CAJA ESPAÑA VIDA* | 232 Mill. € |
| SANTALUCÍA VIDA Y PENSIONES | 177 Mill. € |
| SOS | 3 Mill. € |

* Incluye el 100% de las primas de la Joint Venture. Datos sin ajustes de consolidación



Líderes en seguros de DECESOS



Cuarta posición en el ranking de seguros de HOGAR



Sexta posición en el ranking de VIDA *



Séptimo Grupo Asegurador de España

** A cierre del primer semestre de 2018, el Grupo alcanza la 5ª posición en el ranking de Vida por volumen de primas en seguro directo*

Estos resultados de nuestro negocio asegurador han posicionado al **Grupo Santalucía** a cierre de 2017 en la 7ª posición en el ranking nacional de grupos aseguradores por volumen de primas que publica ICEA. El Grupo mantiene su posición de liderazgo sectorial en el ramo de Decesos y ocupa la 4ª posición en el ranking de seguros de Hogar. Respecto al ramo de Vida, el **Grupo Santalucía** se situó a cierre de 2017 en la 6ª posición del ranking por volumen de primas, subiendo a la 5ª posición en ese mismo ranking a cierre del primer semestre de 2018.



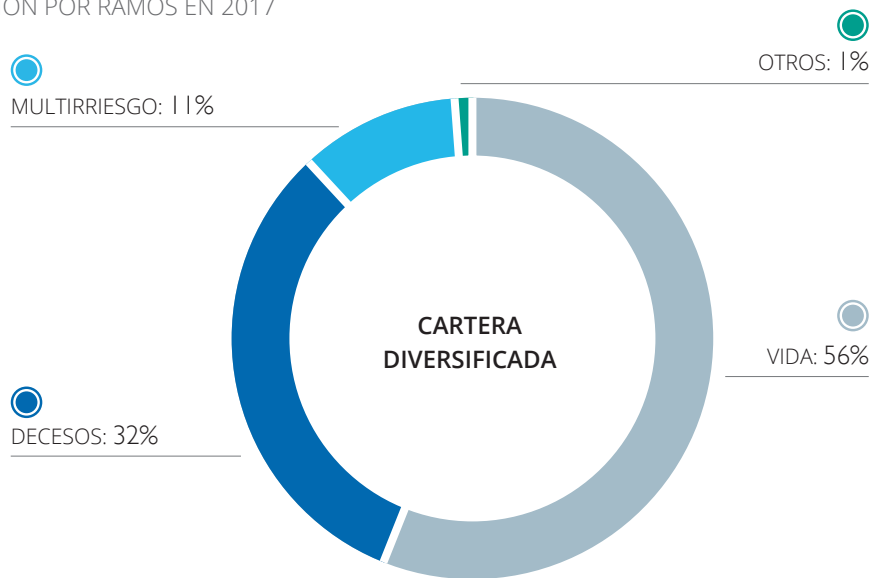
Durante 2017 el negocio asegurador del **Grupo Santalucía** continuó su senda de crecimiento rentable y la diversificación de sus diferentes líneas de negocio, afianzando especialmente el crecimiento en el Negocio de Vida y Pensiones del **Grupo**. A 31 de diciembre de 2017 el ahorro gestionado por el **Grupo** superaba los 8.000 millones de euros —incluyendo provisiones de Vida y patrimonio en Planes de Pensiones del **Grupo Santalucía**, según ICEA e INVERCO, respectivamente—.

2.3 MODELO DE NEGOCIO Y RESULTADOS

EVOLUCIÓN DE PRIMAS EN SEGURO DIRECTO Y APORTACIONES A PLANES DE PENSIONES



DISTRIBUCIÓN POR RAMOS EN 2017



Calculado sobre los volúmenes de primas emitidas en seguro directo en ramo Vida y No Vida del Grupo Santalucía, publicado por ICEA.

A nivel **consolidado**, las primas imputadas del **Grupo Santalucía** alcanzaron en 2017 los 1.661 millones de euros, lo que supone un incremento del 27,5% respecto al ejercicio anterior. La variación más significativa ha tenido lugar en el negocio de Vida, que ha experimentado un crecimiento del 130,1% respecto a 2016. Esta variación se debe principalmente a la incorporación del negocio de Vida y Pensiones de Aviva España, adquirido en 2017.

Cumpliendo fielmente con el propósito del **Grupo Santalucía** de proporcionar a sus asegurados la mejor experiencia cliente, en el año 2017 hemos atendido más de 1,5 millones de siniestros, de los cuales más de 800.000 han sido siniestros de Hogar, ramo en el que somos líderes en satisfacción de clientes por los servicios prestados. El volumen de prestaciones pagadas en el negocio de No Vida ha superado los 480 millones de euros.



CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL NEGOCIO ASEGURADOR

Uno de los pilares del actual modelo de negocio del **Grupo Santalucía** es la Omnicanalidad. Estamos haciendo un esfuerzo importante para ofrecer a todos los clientes el mix de canales más adecuado, de forma que les sea posible acceder fácilmente a nuestros servicios como deseen y cuando deseen.

El **Grupo Santalucía**, que cuenta con una amplia e importante red de agencias y corredores, se ha focalizado durante 2017 en desarrollar especialmente el canal bancaseguros.



Distribuimos nuestros productos a través de una amplia red de agencias, que tienen como finalidad primordial ofrecer un servicio excelente y personalizado a sus clientes en toda España.

El Canal Agencial del Grupo constituye una de las principales redes del mercado asegurador español.

Contamos con más de 2.000 corredores, que eligieron a Santalucía Vida y Pensiones como la mejor compañía en Vida Ahorro y Pensiones en el barómetro ADECOSE 2017.

Tenemos establecida una *joint venture* con el Grupo Unicaja Banco para la distribución de seguros a través de sus más de 1.250 oficinas. A esto se suman otros acuerdos de distribución que mantenemos con otras entidades financieras, como Banco Santander y Evo Banco.

El Canal Directo (teléfono y web) completa nuestro mix de canales para facilitar a nuestros clientes el acceso a los productos y servicios del **Grupo** de una forma directa.

2.3 MODELO DE NEGOCIO Y RESULTADOS

NEGOCIO ASISTENCIAL

El negocio asistencial del **Grupo Santalucía** lo llevan a cabo de forma principal las sociedades Ballesol y Albia.



Desde el comienzo de su actividad en 1980, Ballesol se dedica a la prestación de servicios residenciales a las personas mayores. Un proyecto que nació con una vocación: ofrecer un nuevo concepto de atención integral y personalizada a los residentes.

En 2017 el volumen de facturación de Ballesol alcanzó los 133 millones de euros. En la actualidad presta servicios —gracias a sus más de 3.000 empleados— a más de 5.500 residentes.

PRINCIPALES MAGNITUDES





Grupo de referencia a nivel nacional dedicado a la gestión integral y personalizada de Servicios Funerarios.

En 2017 Albia alcanzó un volumen de facturación de 128 millones de euros. Con sus 956 empleados, Albia gestiona más de 250 centros funerarios, 122 tanatorios, 34 crematorios y 20 cementerios.

PRINCIPALES MAGNITUDES





La incorporación de Temmpo al **Grupo Santalucía** permite completar nuestra oferta de servicios asistenciales a los clientes. Temmpo se configura como un club privado de compras, dirigido principalmente a los clientes del **Grupo** mayores de 55 años, a quienes se les ofrecen productos y servicios de valor añadido relacionados con la salud y bienestar, viajes y ocio, en condiciones preferentes.

En su corta andadura, cuenta ya con más 11.000 clientes registrados que manifiestan un índice de satisfacción con la experiencia de compra de 4,65 sobre 5.



GESTIÓN DE ACTIVOS

El Área de Inversiones gestiona los activos mobiliarios del **Grupo Santalucía** y presta su asesoramiento y apoyo en el diseño de productos y en las diferentes operaciones corporativas del **Grupo**.

Alpha Plus Gestora y Santalucía Gestión, gestoras del **Grupo Santalucía**, gestionaron durante 2017 más de 2.000 millones de euros en Fondos de Inversión. Santalucía Gestión se situó durante 12 meses consecutivos (enero 2017-diciembre 2017) en el *Top 3* de la Liga de las Estrellas de Morningstar (Mejores Gestoras Españolas con activos bajo gestión > 1.000 millones de euros).

Dos de sus Fondos Gestionados se sitúan como los fondos más rentables dentro de su categoría:

- **Santalucía Espabolsa A FI:** fondo más rentable en los últimos 10 años de su categoría (Ranking Inverco. RV Nacional Euro).
- **Santalucía Fonvalor A FI:** fondo más rentable en los últimos 5 años de su categoría (Ranking Inverco. RV Mixto Euro).

Durante 2017 los activos bajo gestión del **Grupo** ascendieron a 19.497 millones de euros, de los que 15.648 millones pertenecen al **Grupo** y el resto a compañías no grupo.

El gráfico siguiente muestra la evolución de los activos bajo gestión del **Grupo Santalucía:**

ACTIVOS BAJO GESTIÓN

GESTIONADOS POR EL GRUPO SANTALUCÍA (Millones de €)

2016



2017



*Inversiones bajo Gestión. Grupo + Inversiones gestionadas de compañías no Grupo.

2.3 MODELO DE NEGOCIO Y RESULTADOS

OPERACIONES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS

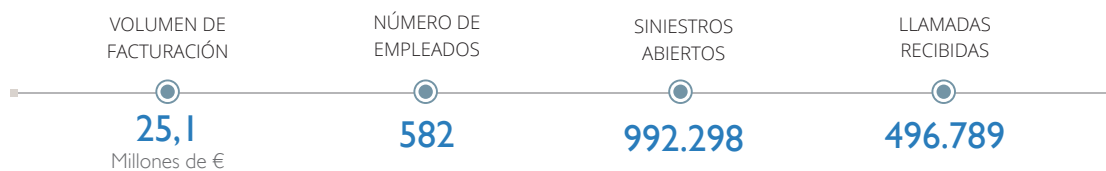
Para ofrecer el mejor servicio a nuestros asegurados, contamos con Iris Assistance y Accepta, dos empresas líderes del mercado.



Iris Assistance es líder en la tramitación de siniestros y en la gestión integral de reparaciones y reformas.

Cuenta con una dilatada experiencia en la prestación de servicios a empresas y clientes particulares, gracias a una amplia red de colaboradores de más de 2.000 empresas.

PRINCIPALES MAGNITUDES





Accepta presta servicios de venta y atención a través de canales directos y facilita la externalización de procesos de negocio, con un modelo de trabajo basado en el rigor, la calidad y la eficiencia.

PRINCIPALES MAGNITUDES



PRINCIPALES ALIANZAS

Santalucía tiene establecidos diversos acuerdos con empresas líderes en sus respectivos sectores.



La sólida alianza con Unicaja Banco y su filial EspañaDuro en Seguros de Vida y Planes de Pensiones, resultante de la integración de los negocios de Aviva en España, incrementa el peso del canal bancaseguros del **Grupo Santalucía** hasta un 31% de su producción, permitiendo establecer una plataforma de generación de negocio futuro junto con un gran grupo bancario, el Grupo Unicaja Banco, que cuenta con una red de 1.250 oficinas y más de 3 millones de clientes.



Desde 2015 **Santalucía** mantiene un acuerdo de colaboración con EVO Banco, por el que se convierte en proveedor exclusivo de seguros para los clientes de EVO Banco en seis principales categorías de productos de alto valor añadido: hogar, vida riesgo, decesos, accidentes, salud y dental.



Acuerdo de reaseguro con Banco Santander, para la cobertura del producto de Decesos a prima única que comercializa dicha entidad financiera mediante su red de oficinas bancarias.



A través de Sanitas, nuestros clientes disfrutan de los servicios de la empresa líder en seguros de salud, con el cuadro médico más completo y prestigioso del mercado.



Santalucía comercializa seguros de automóviles de Pelayo, desde hace más de 10 años. Gracias a la ampliación del acuerdo en 2016, Pelayo pone al servicio de sus clientes el seguro de Asistencia Senior a Prima Única y el seguro de Asistencia Familiar iPlus de **Santalucía**.



La alianza con Fidelidade, una de las grandes aseguradoras portuguesas, está vigente desde finales de 2016, para desarrollar conjuntamente un seguro de Decesos en Portugal. Fidelidade tiene la mayor red comercial de Portugal.



A principios de 2018, gracias a la alianza con el grupo empresarial Fundación Social, **Santalucía** entra en el mercado colombiano para desarrollar de forma conjunta el negocio asegurador y funerario.

2.4 RETOS FUTUROS



NUEVAS FORMAS DE RELACIÓN CON EL CLIENTE

Los cambios tecnológicos y la incorporación al consumo de las nuevas generaciones exigen formas de relación distintas. El cliente tiene hoy día el pleno control del contacto, y demanda eficiencia en la comunicación a través de nuevas tecnologías. En el **Grupo Santalucía** trabajamos intensamente para transformar el modelo de relación con nuestros clientes, adaptándolo a las nuevas realidades sin perder por eso nuestra esencia: Cercanía y Excelencia en la calidad de nuestros servicios.

El sector asegurador, con la iniciativa ‘Estamos seguros’ de UNESPA, lanzó el programa “Seguros de Entendernos” para que los contratos de seguro sean cada vez más claros y sencillos. El compromiso alcanzado es utilizar un lenguaje más claro, identificar los términos aseguradores más complejos y reemplazar las palabras que no sean fáciles de entender. Todas las empresas aseguradoras del **Grupo Santalucía** se han adherido a esta iniciativa y estamos comprometidos con la transparencia, sencillez y claridad en las comunicaciones con nuestros clientes con el fin de generar relaciones y diálogos basados en la confianza y la transparencia.

INNOVACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

El **Grupo Santalucía** está firmemente comprometido con la innovación y crecientemente interesado en tecnologías seguras que permitan ofrecer un mejor servicio a los clientes, como los sistemas dotados de inteligencia artificial que mejoran las prestaciones. El seguro es, además, la industria de la información y los datos, y el desarrollo tecnológico posibilita herramientas analíticas más efectivas y sofisticadas a través del *big data*.

Por su parte, la llamada tecnología *blockchain* supone otra enorme oportunidad para el sector, ya que permite compartir información segura y trazable entre terminales. Otros avances que suponen retos interesantes son la conducción autónoma y la seguridad vial, y los datos obtenidos de dispositivos como los *wearables* y el IoT —Internet de las Cosas—.

2.4 RETOS FUTUROS

RETO DEMOGRÁFICO

Actualmente el 19% de la población española tiene más de 65 años. Según datos de proyección de la población española realizados por el Instituto Nacional de Estadística, este porcentaje llegará en 2031 al 25,6%. El aumento mundial de la esperanza de vida es un hecho, como lo demuestra el que se haya acuñado el término *Cuarta Edad* para hacer referencia a esta realidad.

Al aumento de la esperanza de vida se une el hecho de las bajas tasas de natalidad, tanto en España como en Europa, lo que llevará, caso de no revertirse la tendencia, a un progresivo envejecimiento de la población.

Ambas realidades van a suponer un importante reto para la sociedad, en el que todos los agentes involucrados —personas, empresas y gobiernos— deberán trabajar unidos para dar respuesta a esta situación.

Consciente de estas realidades, el **Grupo Santalucía** trabaja en todas sus empresas para ofrecer las mejores soluciones asistenciales, de ahorro y de prestación de servicio a las nuevas situaciones sociales a las que tendremos que hacer frente, tanto a las que tienen que ver con la prolongación de la esperanza de vida como a las relacionadas con las nuevas demandas y necesidades que esas realidades despiertan en la denominada *Generación Millennial*.



2.5 ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO

La estructura organizativa del **Grupo Santalucía** está diseñada para el óptimo cumplimiento de sus objetivos, garantizando una adecuada gestión de todas las actividades y procesos que desempeñan las compañías del **Grupo**.

El gobierno del **Grupo Santalucía** descansa en el Consejo de Administración de Santalucía S.A., Compañía de Seguros y Reaseguros, como órgano último de dirección y supervisión, al que reporta un Director General.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

| | |
|----------------------------------|---|
| Presidente | Carlos Javier Álvarez Navarro |
| Consejero Delegado | José Luis Díaz López |
| Consejera Secretaria del Consejo | M ^a Natalia Álvarez Calvo (en representación de Inmobiliaria Prico) |
| Consejero Vocal | Jesús Priego García |
| Consejero Vocal | Luis Rivera Novo <i>Presidente de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones</i> |
| Consejero Vocal | Luis Alberto Mañas Antón* <i>Presidente de la Comisión de Auditoría y Control</i> |

* Incorporación en 2018

COMITÉ EJECUTIVO

El Director General es el responsable de la dirección, gestión e impulso de la estrategia en el **Grupo**, apoyado por los restantes miembros del Comité Ejecutivo:

| | |
|--|---|
| Director General | Andrés Romero Peña |
| Director General Financiero y de Recursos | José Manuel Jiménez Mena |
| Director General de Desarrollo Corporativo e Internacional | José Luis Ruiz Bellew |
| Directora General de Operaciones y Tecnología | Ana Puche Lázaro |
| Director General de Negocio | Carlos Lorenzo Romero |
| Director General del Negocio de Vida y Pensiones | Rodrigo Fernández-Avello García-Tuñón * |
| Director General de Supervisión y Gestión de Riesgos | Fernando Pablo Moreno Gamazo * |

* Incorporación en 2018

Las sociedades que integran el **Grupo Santalucía** cuentan de forma independiente con sus órganos de gobierno, cuya estructura depende de la actividad que realicen y la regulación sectorial que sea de aplicación.

ADAPTACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO Y MODELO DE PREVENCIÓN PENAL A LA NUEVA ESTRUCTURA

Santalucía Seguros, empresa matriz del **Grupo**, cuenta desde 2015 con un Código Ético y de Conducta que establece las normas y líneas de actuación a asumir tanto por los directivos como por los empleados de la Compañía.

El órgano encargado de garantizar el cumplimiento del Código es el Comité Ético, que además promueve su divulgación, orienta y solventa dudas a las personas que forman parte de la compañía, y recoge y tramita sugerencias de las mismas.

Durante 2017 se iniciaron los trabajos de adaptación del Código Ético a la nueva estructura del **Grupo Santalucía**, con el fin de disponer en 2018 de un Código Ético y de Conducta adaptado a la realidad del **Grupo**, que consolide nuestra cultura basada en valores y nuestra reputación entre todos los grupos de interés.

Asimismo, se ha iniciado el proyecto de adaptación del modelo de prevención penal a la nueva estructura del **Grupo Santalucía**, con el objetivo de impulsar un único sistema de prevención penal aplicable en todas las sociedades del **Grupo**, lo que permitirá a **Santalucía**, como entidad matriz, aumentar su entorno de control sobre los riesgos penales que pudieran derivarse de la comisión de ilícitos penales por parte de otras sociedades del **Grupo**.



2.6 LA GESTIÓN DE RIESGOS EN EL NEGOCIO ASEGURADOR

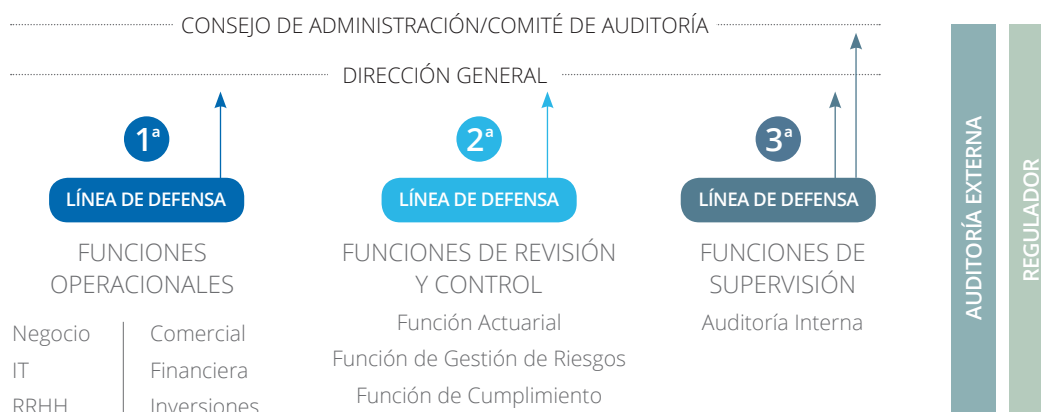
POLÍTICA DE GESTIÓN DE RIESGOS

El **Grupo Santalucía** ha establecido un sistema de control interno y de gestión de riesgos cuyo objetivo es tener identificados los riesgos internos y externos a los que está expuesto, así como llevar a cabo una gestión global, homogénea e integrada de los mismos.

En 2017 se creó la Dirección de Supervisión y Gestión de Riesgos del **Grupo Santalucía**, que asume la coordinación de las funciones clave exigidas por la normativa Solvencia II y del sistema de control interno y gestión de riesgos de las entidades aseguradoras que conforman el **Grupo Santalucía**: Santalucía Seguros, Santalucía Vida y Pensiones, Caja España Vida, Unicorp Vida, SOS Seguros y Reaseguros, y las gestoras Alpha Plus y Santalucía Gestión.

La coordinación y supervisión de las operaciones y del sistema de Control Interno y Gestión de Riesgos están basadas en un sistema de delegación de funciones que asegura que el proceso de toma de decisiones cumple con los principios de la sociedad. Su estructura se basa en el *Modelo de Tres Líneas de Defensa*, que sirve de referencia para definir los distintos roles que dentro del Gobierno Corporativo realizan las funciones clave de control, así como la interacción entre ellas, para garantizar que los riesgos se gestionan y supervisan de forma eficaz.

MODELO DE 3 LÍNEAS DE DEFENSA



2.6 LA GESTIÓN DE RIESGOS EN EL NEGOCIO ASEGURADOR

1ª LÍNEA DE DEFENSA

Funciones operacionales

Formada por la dirección de cada área implicada (Negocio, IT, Recursos Humanos, Comercial, Financiera e Inversiones), responsables de instrumentalizar y poner en práctica la gestión de sus riesgos y controles internos. Sus principales funciones dentro del sistema de control interno son:

- Identificar y autoevaluar los riesgos a los que están expuestos

- Realizar las actividades de control (test) e implementar cambios en las mismas
- Desarrollar políticas internas y procedimientos
- Efectuar valoraciones de riesgos
- Reportar información a Dirección

De cara a reforzar el entorno de control, se han designado uno o varios responsables de ámbito de control por unidad organizativa.

2ª LÍNEA DE DEFENSA

Funciones de revisión y control

Coordinan el modelo de gestión de riesgos y aseguran el cumplimiento de las políticas y estándares de control definidos, en línea con el apetito al riesgo de la entidad. En esta línea de defensa se incluyen algunas de las funciones clave mencionadas por la directiva Solvencia II: Gestión de Riesgos; Cumplimiento Normativo y la Función Actuarial.

Desde la entrada en vigor de Solvencia II, **Santalucía** ha reforzado su estructura organizativa creando la Dirección General

de Supervisión y Gestión de Riesgos, con la misión de coordinar las tareas de las tres funciones clave exigidas por la normativa que componen la segunda línea de defensa. Con la creación de esta Dirección General, se ha visto reforzado el sistema de Control Interno asegurando que el proceso de toma de decisiones cumple con la segregación de funciones necesaria para que no existan conflictos de interés y garantizando la independencia respecto a la primera línea de defensa.



Dirección General de Supervisión y Gestión de Riesgos

Área de Cumplimiento Normativo

Función de cumplimiento

Encargada de asesorar al órgano de administración acerca del cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas que afecten a la entidad. Comporta, asimismo, la evaluación del impacto del entorno legal en las operaciones de la entidad, y la determinación y evaluación del riesgo de cumplimiento.

Área de Riesgos

Función de Gestión de Riesgos

Encargada de gestionar de forma eficaz los riesgos de la entidad: riesgo de suscripción, riesgo de mercado, riesgo de crédito, riesgo operacional, riesgo de liquidez y riesgo de concentración. Coordina y gestiona el Sistema de Control Interno y desarrolla una Evaluación Interna de Riesgos y Solvencia (ORSA – Own Risk and Solvency Assessment) con carácter periódico.

Área de Revisión Actuarial

Función actuarial

Encargada de velar por el cumplimiento de los principios y directrices generales de actuación en valoraciones actuariales para el cálculo de las primas y provisiones técnicas dentro de cada ramo. Elabora el Plan e Informe Anual de Revisión Actuarial.

3ª LÍNEA DE DEFENSA
Función de supervisión

Constituida por la Función de Auditoría Interna y liderada por el Área de Auditoría Interna, tiene la responsabilidad de aportar un nivel de supervisión y aseguramiento objetivo, y asesorar en temas de buen gobierno y procesos de la organización:

- Evaluar los riesgos y la efectividad de las actividades de control
- Supervisar los procesos de gestión de riesgos y el sistema de Control Interno
- Revisar las estrategias de gestión de riesgos
- Proponer recomendaciones sobre el proceso de administración de riesgos



2.6 LA GESTIÓN DE RIESGOS EN EL NEGOCIO ASEGURADOR

PRINCIPALES NOVEDADES 2017

DIRECCIÓN GENERAL DE RIESGOS DEL GRUPO

En 2017 se creó la Dirección de Supervisión y Gestión de Riesgos del **Grupo Santalucía**, asumiendo la coordinación de las funciones clave exigidas por la normativa Solvencia II y del Sistema de Control Interno y Gestión de Riesgos de las entidades aseguradoras que conforman el **Grupo Santalucía**.

Para facilitar la toma de decisiones y canalizar toda la información de riesgos a la Dirección y al Consejo de Administración, se celebran los Comités de Riesgos y Cumplimiento Normativo, formados por altos directivos de la compañía y responsables dentro del marco de gestión de riesgos del **Grupo Santalucía**.

En junio de 2018 esta Dirección pasa a ser una Dirección General, integrándose en el Comité Ejecutivo del Grupo.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

- Revisión del porfolio de productos de la Compañía con las novedades de la Ley del contrato de seguro por la LOSSEAR (Ley de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras).
- Conclusión de la implantación de las Guías de Buenas Prácticas de UNESPA.
- Impartición de jornadas de formación sobre la normativa aseguradora de mayor impacto para el sector y en particular para el negocio asegurador del **Grupo**.
- Elaboración del Informe Anual de Verificación del Cumplimiento Normativo.

REVISIÓN ACTUARIAL

- Revisión del sistema actuarial de las provisiones de Decesos y Vida.
- Revisión del sistema actuarial de las provisiones de No Vida de Patrimoniales.
- Elaboración del Informe Anual de Revisión Actuarial.

SISTEMA DE CONTROL INTERNO

- En 2017 se continuó con el trabajo con el objetivo de incorporar al resto de compañías del **Grupo** en el sistema de control interno de **Santalucía** como empresa matriz.
- Se ha puesto en marcha un ambicioso plan de acción, con medidas de mejora del control interno que incluyen distintas acciones formativas.
- Se han desarrollado indicadores a nivel organizativo y a nivel individual para medir el grado de cumplimiento de las tareas de control interno.



2.7 PRINCIPALES HITOS DEL AÑO

1. PLAN ESTRATÉGICO TRANSFORMA 2020

En 2017 se lanza el Plan Estratégico *Transforma 2020*, con tres pilares fundamentales:

- Renovar la apuesta por el negocio principal.
- Crear nuevos motores de crecimiento.
- Dotar a **Santalucía** de capacidades para competir en el entorno digital.

2. NEGOCIO DE VIDA

En 2017 se formalizó la compra de la mayor parte del negocio de Aviva en España. Se cumple así uno de los objetivos prioritarios de **Santalucía**: que el negocio de Vida alcanzase el 50% del volumen de primas antes de 2020, y orientar nuestra capacidad de distribución hacia el canal bancaseguros, diversificando y equilibrando nuestras fuentes de negocio.

3. TRANSFORMACIÓN COMERCIAL

El área comercial ha realizado una importante transformación durante el año, para asumir de forma adecuada los retos del Plan Estratégico *Transforma 2020*.

4. ALIANZA DE DISTRIBUCIÓN EN COLOMBIA

A finales de año se cerró un acuerdo de colaboración con Fundación Social para el impulso y desarrollo del seguro Exequial (seguro de Decesos) y operación funeraria en Colombia.

5. INCREMENTO DEL PERÍMETRO DE EMPRESAS DEL GRUPO

En 2017 hemos incrementado nuestra participación en empresas del Grupo, elevando la participación en Ballesol a un 75% y, en el caso de la gestora Alpha Plus, **Santalucía** se convierte en 2017 en su único accionista, pasando de un 75% a un 100% de participación.

2.8 RECONOCIMIENTOS 2017

EXCELENCIA CON CLIENTES Y MEDIADORES



LÍDER SECTORIAL EN EXPERIENCIA DE CLIENTES 2017

Reconocidos por tercer año y segundo consecutivo como líderes en satisfacción de Seguros de Hogar, entre más de 200 compañías evaluadas por el Instituto de Investigación Stiga y el Índice Stiga de Experiencia de Clientes. Este índice analiza el porcentaje de clientes comprometidos del sector seguros, quienes se muestran muy satisfechos con los servicios que ofrece el **Grupo Santalucía** y confirman que seguirán siendo clientes en el futuro, mostrándose dispuestos a recomendar a la Compañía.

AUTOCONTROL CERTIFICADO RSC PUBLICIDAD RESPONSABLE

Estamos adheridos a AUTOCONTROL, el organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España.

En 2017, fruto de su apuesta por el lenguaje claro y la publicidad responsable, **Santalucía**, como empresa matriz del Grupo, recibió el Certificado RSC de Autocontrol que demuestra nuestro compromiso con una publicidad responsable.

ADECOSE PRIMEROS EN CALIDAD EN ATENCIÓN A MEDIADORES

Según el IX Barómetro de ADECOSE, que recoge la opinión de los mediadores asociados sobre la calidad del servicio de las aseguradoras, **Santalucía Vida y Pensiones** fue elegida en 2017, por segundo año consecutivo, como mejor aseguradora en Vida Ahorro/Pensiones.

EMPRESA RESPONSABLE

PREMIOS SUPERCUIDADORES 3ª EDICIÓN 2017

PRIMER PREMIO SUPERCUIDADORES

Premio en la categoría de empresas del sector asegurador, por contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas mayores, otorgado por SUPERCUIDADORES, empresa líder en formación para cuidadores de personas mayores y dependientes. Reconoce a **Santalucía**, como empresa matriz del **Grupo**, por su atención y trabajo para mejorar la calidad de vida de las personas mayores y/o dependientes, y por el desarrollo de acciones dirigidas a facilitar el cuidado de familiares de clientes y empleados, mejorando su calidad de vida y la conciliación.



SELLO EFR EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE

En 2017, en **Santalucía**, como empresa matriz del **Grupo**, hemos obtenido la certificación **EFR** en conciliación, emitida por la Fundación Másfamilia con el apoyo del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, que reconoce a aquellas empresas que promueven la gestión de personas teniendo en cuenta sus circunstancias laborales, personales y familiares.

IA INNOVACIÓN ASEGURADORA

PREMIO A LA WEB MÁS COMPLETA

Este ranking de presencia en Internet, elaborado por Innovación Aseguradora, distingue a las empresas del sector más destacadas. **Santalucía**, empresa matriz del **Grupo**, ha conseguido el premio a la web más completa, siendo una de las compañías reconocidas en información online.



REFERENTES EN INNOVACIÓN

PREMIO AZUL

PREMIO 'TRANSFORMANDO EL SEGURO' A SANTALUCÍA IMPULSA EMPLEADOS
Este premio otorgado por INESE reconoce aquellas iniciativas de aseguradoras y reaseguradoras que son únicas e innovadoras en el servicio que el sector aporta a la ciudadanía y a las empresas. El **Grupo Santalucía** ha sido premiado por su programa de intraemprendimiento entre más de 20 compañías, por el programa de incubación de ideas y desarrollo de habilidades emprendedoras dirigido a todos los trabajadores del Grupo.



PREMIO INNOVACIÓN DE IDEAS4ALL INNOVATION A SANTALUCÍA IMPULSA
Ideas4all, la red social de las ideas, en colaboración con EY, otorgó al **Grupo Santalucía** el prestigioso Premio Innovación de Ideas4all Innovation 2017. Este galardón reconoce a **Santalucía Impulsa** como proyecto de innovación colectiva con mayor capacidad transformadora, por el equipo más destacado en la gestión de un proyecto innovador y por el uso más destacado de la solución de innovación de Ideas4all Innovation.

SALUD Y BIENESTAR EN EL TRABAJO

BRAIN CARING PEOPLE EMPRESA

SELLO 'BRAIN CARING PEOPLE EMPRESA' DE LA ASOCIACIÓN *FRENO AL ICTUS*
El sello, que cuenta con el aval social de la Fundación del Cerebro y de la Sociedad Española de Neurología, reconoce las iniciativas del **Grupo Santalucía** orientadas a informar y sensibilizar sobre la salud cerebrovascular.



DISTINTIVO 'FIT PLACE TO WORK' POR LA SALUD Y EL BIENESTAR DE SUS TRABAJADORES

Santalucía, empresa matriz del **Grupo**, obtuvo en 2017 el distintivo "Fit Place to Work" por ser una empresa comprometida con la salud y el bienestar de sus empleados —y con la sociedad en general— al fomentar el desarrollo de estilos de vida activos. Esta labor se enmarca dentro del programa de salud integral "CuidaT más" y el desarrollo de prácticas saludables que pueden servir como referencia y modelo a otras compañías.



03

Enfoque Estratégico

| | |
|--|----|
| Plan Transforma 2020 | 42 |
| Referentes en Innovación | 48 |
| Nuestra Responsabilidad Social Corporativa | 53 |

3.1 PLAN TRANSFORMA 2020



En 2017 se puso en marcha *Transforma 2020*, el nuevo Plan Estratégico de **Santalucía** como empresa matriz del **Grupo**. Este Plan ha actuado como catalizador de los planes estratégicos individuales de cada una de las empresas del **Grupo Santalucía**.

El Plan *Transforma 2020* aspira a reforzar las principales ventajas competitivas con las que contamos y que son determinantes en el entorno presente y futuro: nuestra diferenciación por una calidad excelente, la importante capacidad financiera, el modelo de cercanía a nuestros clientes que hace posible establecer relaciones a largo plazo basadas en la confianza y, por último, nuestro conocimiento y experiencia diferencial en los sectores en los que actuamos.

El Plan se estructura en tres grandes pilares:

1

RENOVAR LA APUESTA EN EL NEGOCIO PRINCIPAL

CRECER de manera rentable en Decesos, Hogar, Vida-Riesgo y Comunidades, renovando la oferta y los canales para la captación de nuevos clientes, aumentando la vinculación de la cartera y explorando oportunidades de consolidación.

2

CREAR NUEVOS MOTORES DE CRECIMIENTO A ESCALA

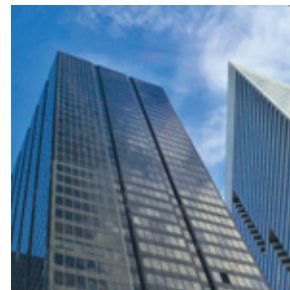
BUSCAR nuevas fuentes de crecimiento a través del canal bancaseguros, evolucionando el modelo de distribución mediada de Vida e invirtiendo en el negocio de Decesos y Funerario fuera de España.

3

DOTAR A SANTALUCÍA DE CAPACIDADES PARA COMPETIR EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL

SOFISTICAR la gestión del negocio digitalizando la operativa, incorporando capacidades de *Advanced Analytics* a lo largo del ciclo de vida del cliente y reforzando la cultura de ejecución y foco en resultados.

ALGUNOS PROYECTOS DERIVADOS DE *TRANSFORMA 2020*



ADQUISICIÓN DEL NEGOCIO DE AVIVA ESPAÑA

En septiembre de 2017, se hace efectiva la compra de Aviva Vida y Pensiones, así como sus acuerdos de bancaseguros con Unicaja Banco y con su filial EspañaDuero. Esta operación supuso la adquisición de la mayor parte del negocio de la aseguradora Aviva en España: Aviva Vida y Pensiones, Aviva Gestión, su participación en Aviva Servicios Compartidos, el 50% de Unicorp Vida (sin incluir su participación en Caja Granada Vida) y el 50% de Caja España Vida, cuyos 50% restantes siguen correspondiendo, respectivamente, a Unicaja Banco y a EspañaDuero.

Consecuentemente se cambió el nombre y la marca de los negocios adquiridos a Aviva:

- Aviva Vida y Pensiones pasó a denominarse **Santalucía Vida y Pensiones**.
- Aviva Gestión cambió su nombre por el de **Santalucía Gestión**.
- Aviva Servicios Compartidos pasó a llamarse **Santalucía Servicios Compartidos**.

Con esta compra anticipamos uno de nuestros objetivos más prioritarios: que el negocio de Vida llegase al 50% del volumen de primas del negocio asegurador antes de 2020, y que se ampliase la capacidad de distribución hacia el canal bancaseguros, diversificando y equilibrando nuestras fuentes de negocio.

Asimismo, hemos adquirido una sólida alianza de distribución en Seguros de Vida y Planes de Pensiones con Unicaja Banco y su filial EspañaDuero, lo que incrementa el peso del canal bancaseguros al crear una plataforma de generación de negocio futuro con un grupo bancario muy relevante en el sector financiero español, Grupo Unicaja Banco, que cuenta con una red de 1.250 oficinas y más de tres millones de clientes.

3.1 PLAN TRANSFORMA 2020

INTERNACIONALIZACIÓN DEL GRUPO

El **Grupo Santalucía** ha ido cerrando acuerdos y alianzas que posibilitan la exportación a otros mercados de nuestro modelo empresarial, principalmente en tres líneas de negocio en las que podemos aportar un valor añadido realmente diferenciador: Seguros de Decesos, Servicios Funerarios y Personas Mayores.



Colombia

En 2017 se estableció una alianza —materializada a principios de 2018— con Fundación Social, grupo empresarial que opera en el sector financiero a través de Banco Caja Social y Colmena Seguros que ocupan en Colombia, respectivamente, la novena posición en el ranking por volumen de activos y el séptimo lugar en el ranking de Vida.

El objetivo de dicha alianza es el desarrollo conjunto de negocio en dicho país, comenzando inicialmente con el negocio del seguro exequial —de Decesos— a través de Colmena Seguros y Banco Caja Social.

México

Ballesol, empresa del **Grupo Santalucía**, está presente en México a través de una alianza estratégica, vigente desde 2015, con el Grupo Presidente. Esta alianza nos permite ofrecer servicios de residencias especializadas para Mayores.

Argentina

Estamos presentes en Argentina desde 2011, operando tanto en servicios funerarios (a través de Albia y su sociedad Funarg) como en Seguros de Decesos, mediante Santalucía Seguros Argentina.

Portugal

Desde 2016 mantenemos una alianza con Fidelidade, aseguradora líder en Portugal, para desarrollar conjuntamente seguros de Decesos y la prestación de servicios funerarios en ese país. Compartimos con ellos nuestro conocimiento y experiencia, siendo Portugal un mercado estratégico para el **Grupo** y Fidelidade el mejor socio posible.

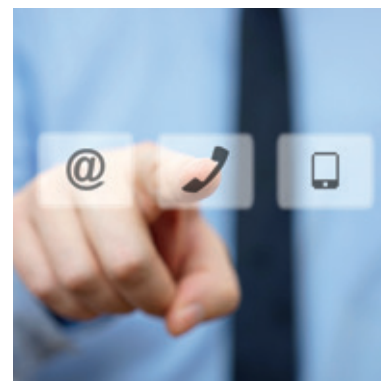
TRANSFORMACIÓN COMERCIAL, DIGITAL Y CULTURAL

En 2017 concentramos gran parte de nuestros esfuerzos en el primer pilar estratégico, “Renovar la apuesta en el negocio principal” y, en concreto, en la **transformación comercial**, comenzando por el canal agencial, en el que se ha promovido la implantación de un nuevo modelo de gestión y una nueva sistemática comercial. También se han iniciado los trabajos de optimización del canal telefónico, cuyo desarrollo definitivo tendrá lugar en 2018.

La **transformación digital** se encuadra en el tercer pilar de *Transforma 2020*, una de cuyas iniciativas es la digitalización focalizada en **operaciones, canales y gestión avanzada de datos**.

Estamos trabajando en el desarrollo de una arquitectura tecnológica omnicanal con una única plataforma multidispositivo. Uno de los proyectos que va a resultar más beneficiado es el *Customer Journey* de Hogar, que queremos llevar a cabo para que el cliente sea autónomo en la contratación del seguro, independientemente del canal e independientemente del dispositivo que esté utilizando en cada momento.

Otro hito importante de 2017 ha sido el proyecto *Visión única de cliente*. En línea con las tendencias del mercado, estamos construyendo modelos de *Machine Learning*, utilizando analítica avanzada de datos. Esto nos permite incorporar la riqueza que proporciona esa visión conjunta de todas las interrelaciones que nuestro cliente tiene en el **Grupo** en cada momento y generar, además, un modelo de relación consistente y potente.



3.1 PLAN TRANSFORMA 2020

En cuanto a la **transformación cultural**, los esfuerzos se han orientado a romper barreras, generar espacios colaborativos, mejorar capacidades en la toma de decisiones y generar equipos multidisciplinares autorizados para decidir y capacitados para ejecutar.

Este proceso se ha realizado teniendo en cuenta las necesidades y preocupaciones de las personas del **Grupo**, realizando encuestas, talleres y entrevistas para definir las metas clave en el proceso de transformación y cambio.

Para ello se ha definido un nuevo modelo de liderazgo y seis comportamientos clave:



La transformación cultural se organiza en torno a cuatro ejes: cultura, formación, ejemplo y políticas.



EJEMPLO DE TRANSFORMACIÓN COMERCIAL, DIGITAL Y CULTURAL:

AcceptaLink, herramienta para impulsar el cambio

AcceptaLink es una herramienta que se ha implantado en Accepta, sociedad del **Grupo Santalucía**, que permite gestionar de manera integral el proceso de venta telefónica, desde el suministro de registros hasta el análisis de la información posterior, pasando por la explotación de los contactos y la garantía de la calidad de la operación.

AcceptaLink es fundamental para impulsar el cambio y alcanzar una dinámica más automatizada y eficiente, que ayude a la productividad y mejore la proyección de futuro. En el éxito de la implantación ha sido fundamental el trabajo del equipo de profesionales de Accepta, ejemplo de transformación y adopción de nuevas formas de trabajo en todo el **Grupo**.



3.2 REFERENTES EN INNOVACIÓN

A través de la innovación, el **Grupo Santalucía** busca la identificación, gestión, desarrollo e implementación de nuevas maneras de hacer las cosas, para convertir al **Grupo** en un referente en innovación.

Las principales líneas de innovación en el **Grupo** son:

- 1** **NUEVOS PRODUCTOS, PROCESOS Y SERVICIOS**
Desplegar e impulsar un sistema de Gestión de la Innovación integrando a todas las personas o áreas del **Grupo** implicadas.
- 2** **CULTURA DE INNOVACIÓN**
Implantar una metodología de innovación basada en el diseño centrado en las personas, que sirva de base para una cultura de innovación propia y que tenga como referente al cliente como centro de nuestro negocio.
- 3** **EMPRENDIMIENTO**
Acercarnos al ecosistema emprendedor por medio del programa de aceleración de *startups* **Santalucía Impulsa**, lo que debe ayudar al **Grupo** a consolidar su transformación digital.
- 4** **INNOVACIÓN EXTERNA CON OTROS PARTICIPANTES DEL MERCADO**
Convertir la innovación en una seña de identidad dentro y fuera del **Grupo**, posicionándonos como un referente en Innovación para la sociedad.



En 2017 se ha trabajado en distintos proyectos, enfocados principalmente a la disrupción en productos y servicios alineados con el Plan Estratégico *Transforma 2020*.

SANTALUCÍA IMPULSA



El programa **Santalucía Impulsa** ofrece un proceso único de aceleración y nos proporciona la oportunidad de buscar proactivamente colaboraciones y sinergias con el **Grupo Santalucía**.



¿QUÉ TIPO DE PROYECTOS SE BUSCAN?

- Iniciativas, productos y servicios que aporten nuevos enfoques, nuevos modelos de negocio y un valor diferenciador en el mercado.
- Proyectos que tengan un mínimo producto viable, con un enfoque innovador y con vocación de crecimiento, escalabilidad y visión internacional.
- La idea de negocio debe ofrecer soluciones y ventajas claras a una problemática para un grupo importante de usuarios, futuros clientes.
- Debe existir una o varias necesidades concretas del proyecto sobre las que se quiere trabajar para acelerar el lanzamiento o consolidación de la empresa.

¿CÓMO LO HACEMOS?

En **Santalucía Impulsa** se capacita a los equipos promotores para mejorar su competitividad. Aceleramos el desarrollo de sus proyectos y proporcionamos acceso a financiación. Con **Santalucía Impulsa** los emprendedores pueden avanzar en su proyecto empresarial para llegar al mercado en las mejores condiciones y poder recibir financiación de inversores especializados.

3. ENFOQUE ESTRATÉGICO

3.2 REFERENTES EN INNOVACIÓN

1ª EDICIÓN DEL PROGRAMA: 2016-2017



2ª EDICIÓN DEL PROGRAMA: 2017-2018

En septiembre de 2017 se lanzó la segunda edición del programa, cuya principal novedad es la posibilidad de inversión directa en *startups*.



Equipo de Desarrollo de Negocio – Innovación, responsables del programa Santalucía IMPULSA.

PROGRAMA DE INTRAEMPRENDIMIENTO: SANTALUCÍA IMPULSA PARA EMPLEADOS

En septiembre de 2017 lanzamos el programa de intraemprendimiento **Santalucía Impulsa Empleados** para que los empleados y colaboradores del **Grupo** contribuyan a la transformación digital. Nos convertimos así en el primer grupo asegurador que crea un programa de intraemprendimiento en España.

Se trata de un programa de incubación de proyectos innovadores en el que se buscan 50 intraemprendedores de alto potencial para formar equipos de trabajo que desarrollarán 10 proyectos capaces de generar nuevos modelos de negocio (productos, servicios o procesos) rentables y disruptivos para el **Grupo Santalucía**.

3.2 REFERENTES EN INNOVACIÓN

DESARROLLO DE LA 1ª EDICIÓN DE SANTALUCÍA IMPULSA EMPLEADOS



3.3 NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

La Responsabilidad Social Corporativa tiene un carácter estratégico para el **Grupo Santalucía**, ya que permite afianzar la relación con nuestros grupos de interés, estar atentos a sus demandas y necesidades, y promover un enfoque integrado en el negocio y en la forma en la que desarrollamos nuestra actividad.



PLAN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA “COMPROMETIDOS CON EL ENTORNO”

Para desarrollar nuestra Responsabilidad Social Corporativa contamos con el Plan *Comprometidos con el Entorno*, alineado con el Plan Estratégico *Transforma 2020*, que constituye el marco para definir nuestros objetivos y compromisos en materia de negocio responsable. El Plan busca que nuestra Responsabilidad Social Corporativa impacte positivamente en el negocio y en nuestros grupos de interés.



3.3 NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

IMPACTO EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Conocidos como Objetivos Mundiales, los 17 ODS son una iniciativa de Naciones Unidas y constituyen un compromiso para abordar los problemas más urgentes a los que se enfrenta el mundo y cada país. Los 17 ODS incluyen temáticas muy diversas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible, la contribución al empleo o la paz y la justicia, entre otras prioridades.

17 Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODS



La actividad diaria del **Grupo** contribuye positivamente a la agenda global del desarrollo sostenible. En este sentido, en 2017 se seleccionaron 8 objetivos en los que nuestro trabajo diario contribuye directamente y que apoyamos con diferentes proyectos de nuestra actividad.

Estos ocho objetivos son:

- **ODS 3:** Salud y bienestar
- **ODS 5:** Igualdad de género
- **ODS 8:** Trabajo decente y crecimiento económico
- **ODS 9:** Industria, innovación e infraestructura
- **ODS 10:** Reducción de las desigualdades
- **ODS 13:** Acción por el clima
- **ODS 16:** Paz, justicia e instituciones sólidas
- **ODS 17:** Alianzas para lograr los objetivos

EL INSTITUTO SANTALUCÍA Y LA EDUCACIÓN FINANCIERA

Instituto santalucía Como parte de nuestro compromiso con la sociedad y la educación financiera, en 2017 nace el **Instituto Santalucía**, anteriormente Instituto Aviva.

Este centro o institución es resultado de nuestro compromiso de contribuir al debate social sobre el ahorro y la sostenibilidad de las pensiones a través de la investigación en esta materia y la difusión del conocimiento de estas cuestiones.

OBJETIVOS

- 1 Ofrecer todas las herramientas que favorezcan una correcta gestión de las finanzas personales, ayudando a los ciudadanos a tomar decisiones basadas en la buena información.
- 2 Apoyar iniciativas de investigación y análisis sobre jubilación, pensiones y ahorro. Fomentar la generación de ideas, el conocimiento y poner a disposición de los ciudadanos herramientas divulgativas útiles para su protección.
- 3 Promover el debate sobre estas materias, ofreciendo a la sociedad la posibilidad de preguntar y compartir.

EL FORO DE EXPERTOS DEL INSTITUTO SANTALUCÍA

El Foro de Expertos es el pilar básico de la actividad del **Instituto Santalucía**. Está formado por siete profesionales independientes de reconocido prestigio en el ámbito económico-financiero y de previsión.

Su objetivo es la discusión y valoración de temas clave, con el propósito de emitir informes rigurosos y conclusiones autorizadas que favorezcan el entendimiento, el debate y posibles soluciones para la jubilación y la protección de los ciudadanos.

| | |
|-------------------------|--|
| Guillermo de la Dehesa | Presidente del Foro de Expertos |
| Rafael Doménech | Presidente del Consejo Rector del IE Business School de Madrid |
| Ángel de la Fuente | Director de Fedea |
| José Ignacio Conde-Ruiz | Subdirector de Fedea |
| José Antonio Herce | Director asociado de AFI |
| Luisa Fuster | Catedrática de Economía de la Universidad Carlos III de Madrid |
| César Molinas | Socio Fundador de la consultora Multa Paucis |



EL INSTITUTO SANTALUCÍA EN 2017

PUBLICACIONES Y ESTUDIOS

● GUÍAS E INFORMES

- Manual Práctico de Fiscalidad
- Las 50 preguntas sobre planes y fondos de pensiones
- Las 50 preguntas clave sobre el seguro de vida
- Tu jubilación paso a paso
- Guías para la planificación financiera de colectivos (Millennials, Mujeres trabajadoras, Trabajadores autónomos y Trabajadores con discapacidad)

● ESTUDIOS

- La implantación de un sistema de cuentas notacionales en España: efectos sobre el sistema de seguridad social
- Pensiones en transición

HERRAMIENTAS Y APPS

● SIMULADORES DE PENSIONES Y DE PROTECCIÓN

Uno de los aspectos relevantes de una buena planificación financiera es la información. Conscientes de la importancia del ahorro y de la necesidad de previsión, hemos desarrollado dos calculadoras:

- Calculadora de pensiones para analizar la situación de la jubilación.
- Calculadora de protección para analizar la situación en caso de fallecimiento o invalidez del ciudadano.

● APLICACIÓN "MI DINERO Y YO"

Desarrollada con el objetivo de fomentar la educación financiera de los más pequeños, se trata de un cuento interactivo que enseña a los niños los principios fundamentales del ahorro, del consumo responsable y del valor del dinero.

● WIKI FINANCIERO

Diccionario de términos comunes utilizados en el lenguaje financiero y de seguros.





04

Compromisos con nuestros grupos de interés

| | |
|----------------------------------|----|
| Compromisos con los Clientes | 60 |
| Compromisos con los Empleados | 64 |
| Compromisos con la Sociedad | 70 |
| Compromisos con el Medioambiente | 76 |

4.1 COMPROMISOS CON LOS CLIENTES



Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- con impacto directo



El proceso de transformación iniciado por el **Grupo Santalucía** en 2017 tiene como objetivo central proporcionar a nuestros clientes la mejor oferta posible y la mejor experiencia, en entornos en los que la tecnología es fundamental y tiene por eso un papel cada vez más determinante.

Estamos trabajando para construir una visión única de cliente en el **Grupo**, integrando toda la información de la que disponemos y que procede de los diferentes procesos de negocio. Buscamos establecer un modelo de relación consistente con nuestros clientes para potenciar aún más su confianza. Una confianza que está fundamentada en la calidad del servicio prestado y en la atención personalizada.

PREMIO STIGA DE EXPERIENCIA DE CLIENTES

Nuestra orientación al cliente y nuestra búsqueda de la excelencia han sido reconocidas con el premio STIGA por tercer año y segundo consecutivo. Este reconocimiento, otorgado a **Santalucía** como sociedad matriz, ha sido posible gracias a las distintas empresas del **Grupo**, que día a día trabajan para ofrecer a los clientes una experiencia diferencial.

| ISCX - ÍNDICE STIGA DE EXPERIENCIA DE CLIENTES | | |
|---|------|------|
| | 2017 | 2016 |
| Índice de Satisfacción Global (Seguros Hogar) (escala 0-10) | 8,30 | 8,19 |
| Recomendación a familiares o amigos (escala 0-10) | 8,26 | 7,96 |

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

El **Grupo** cuenta con Servicios de Atención al Cliente (SAC) para cada compañía de forma individual, con el fin de mantener una estructura que permita dar servicio y prestar atención personalizada a cada uno de los clientes.

En cuanto a **Santalucía** como empresa matriz del **Grupo**, se han gestionado más de 7.000 comunicaciones de clientes, lo que nos ha permitido conocer sus preocupaciones más habituales y detectar así oportunidades de mejora.

| SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE (DATOS DE SANTALUCÍA SEGUROS) | | |
|---|---------|---------|
| | 2017 | 2016 |
| Tiempo medio de respuesta | 11 días | 13 días |
| Escritos elevados a la Dirección General de Seguros | 2,87 % | 3,58 % |
| Expedientes que no superan el tiempo medio de respuesta en un mes | 99,00 % | 92,70 % |

En 2017 hemos mejorado con respecto a 2016 en casi 7 puntos el porcentaje de expedientes contestados en el plazo máximo de un mes, lo que nos acerca al objetivo del 100% —compromiso adquirido tras nuestra adhesión a la *Guía de Buenas Prácticas de Resolución Interna de Reclamaciones* de UNESPA—.

LA MANERA DE COMUNICARNOS

Como **Grupo** nos esforzamos por simplificar los términos utilizados en todas nuestras comunicaciones con el fin de hacerlas más claras y directas. Nos hemos sumado a la campaña “Seguros de Entendernos”, dentro de la iniciativa *Estamos Seguros* de UNESPA, para promover la transparencia en la industria aseguradora.

También se están llevando a cabo procesos personalizados de comunicación con los clientes, segmentando las distintas informaciones por edades e intereses.

Santalucía, empresa matriz del **Grupo**, está adherida a AUTOCONTROL, organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España y a su Código de Conducta, que acredita nuestro compromiso con la realización de una comunicación comercial responsable.

4.1 COMPROMISOS CON LOS CLIENTES

PROGRAMA CONTIGO



Contigo es el programa de fidelización exclusivo para clientes del **Grupo** con el que les damos la posibilidad de ahorrar en sus compras diarias, ofreciéndoles descuentos en una gran variedad de comercios de proximidad.

Más de
21.300 comercios

Más de
31.300 ofertas

A través de la *app* **iContigo** nuestros clientes pueden acceder con su dispositivo móvil a las ofertas de la plataforma. Esta *app* también permite la búsqueda de comercios y ofertas según distintos parámetros como cercanía, sector de actividad o palabras clave.



SENSIBILIZACIÓN AL CLIENTE EN NUEVAS TECNOLOGÍAS

Con el fin de disminuir la brecha digital y ayudar a los clientes de más edad del **Grupo** a usar los dispositivos móviles, se ha puesto en marcha el proyecto *Sensibilización al Cliente en Nuevas Tecnologías*.

En 2017 se realizó en Madrid un piloto con padres de empleados del **Grupo** en colaboración con ADITEC, Asociación para el Desarrollo Social y Alfabetización Digital.



4.2 COMPROMISOS CON LOS EMPLEADOS



Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- con impacto directo



La gestión adecuada de las personas que forman parte del **Grupo Santalucía** es clave para el desarrollo del negocio en un entorno global y digital. En 2017, dentro del Plan Estratégico *Transforma 2020*, se han impulsado políticas orientadas a fomentar una cultura dinámica y colaborativa, identificando comportamientos clave y objetivos de desarrollo en capacidades necesarias para afrontar con éxito los retos de futuro.

El número de empleados del **Grupo** a cierre de 2017 es de 7.980 personas, con la siguiente distribución por sexos:

| DISTRIBUCIÓN POR SEXOS | | | |
|------------------------|-------|-------|--------|
| | 2017 | 2016 | % Dif. |
| MUJERES | 5.639 | 5.485 | 2,81% |
| HOMBRES | 2.341 | 2.103 | 11,32% |
| TOTAL | 7.980 | 7.588 | 5,17% |

CLIMA INTERNO Y COMPROMISO

El **Grupo Santalucía** tiene establecidos formalmente distintos canales de interrelación y comunicación con los colaboradores con el fin de recoger y conocer sus percepciones y opiniones sobre los principales aspectos que determinan nuestra vida diaria y su identificación con la organización.

Llevamos a cabo periódicamente el *Estudio de Clima y Compromiso* que nos aporta datos muy relevantes y útiles para el buen funcionamiento interno. La última edición de ese estudio se hizo en 2016 y está previsto que vuelva a realizarse en 2018.

Adicionalmente al *Estudio de Clima y Compromiso*, disponemos de distintas herramientas que nos permiten recibir y conocer, con más frecuencia y en plazos más cortos, las ideas, opiniones o sugerencias de nuestros empleados.

En diciembre de 2017 se hizo un análisis sobre la transformación cultural del **Grupo**, del que se obtuvieron resultados bastante positivos que suponían, en las preguntas coincidentes en ambos análisis, una mejora de 8 puntos respecto a los resultados obtenidos en este apartado en la encuesta de Clima y Compromiso de 2016.

La información recogida mediante esos otros procedimientos nos permite poner en marcha nuevas acciones dirigidas a mejorar la eficacia de las interrelaciones, de las conexiones entre distintos niveles jerárquicos —con especial atención al buen ejercicio del liderazgo— o entre departamentos y empresas, de forma que se fortalezca la conectividad y el compromiso.



4.2 COMPROMISOS CON LOS EMPLEADOS

IMPULSO AL TALENTO Y LA FORMACIÓN

La gestión del talento y la formación de nuestros empleados y colaboradores es un elemento esencial para asegurar el éxito del negocio, por lo que en el **Grupo Santalucía** lo impulsamos mediante diversos programas y procesos.

PRINCIPALES PROGRAMAS

| Programa | Descripción | Principales datos |
|-----------------------|--|--|
| LA CIUDAD DEL TALENTO | Plataforma interactiva que potencia el trabajo proactivo y colaborativo en distintas competencias fundamentales para el Grupo | 487 usuarios registrados |
| GAMELEARN | A través de simuladores, los usuarios practican y aprenden competencias y habilidades de gestión | Índice de satisfacción de 3,98 sobre 5 |
| TALENTO@TÉCNICO | Programa orientado a identificar y desarrollar el talento de aquellos empleados técnicos que han mostrado mayores indicadores de potencialidad | <ul style="list-style-type: none"> • Programa Mentor Corporativo, que permite la transferencia de conocimiento apoyándose en el Programa <i>Conoce+</i>, en el que se apoya y fomenta el acercamiento a otras empresas del Grupo • Talento Directivo: identificación de Mandos que pueden ser adecuados para acciones de movilidad interna y para el enfoque del Plan de Desarrollo Individual • Programa de Inglés, en colaboración con <i>Learnlight</i>, con acciones formativas presenciales, online y telefónicas |
| TALENTO FEMENINO | Espacio para el desarrollo profesional y la visibilización de las palancas de crecimiento de las mujeres en el entorno de trabajo | 31 mujeres de distintas empresas del Grupo participaron en 2017 |
| PLATÓN+ | Programas online y mixtos con el objetivo de fomentar la metodología en línea. | <p>Se han realizado más de 192 grupos de formación presencial, que suponen más de 2.420 impactos formativos</p> <p>Los empleados y colaboradores tienen acceso a 337 recursos en la Plataforma Platón+</p> |

RETRIBUCIÓN FLEXIBLE

Con el objetivo de ofrecer prestaciones personalizadas a nuestros empleados y mejorar su satisfacción, el **Grupo Santalucía** da la posibilidad de acogerse al sistema de retribución flexible.

Los datos de nuestro programa de Retribución Flexible en 2017 son los siguientes:

RETRIBUCIÓN FLEXIBLE EN SANTALUCÍA (EMPRESA MATRIZ DEL GRUPO)



RETRIBUCIÓN FLEXIBLE EN EL RESTO DEL GRUPO SANTALUCÍA



* Sin incluir International SOS, Balesol, ni las empresas anteriormente pertenecientes al entorno de AVIVA.

IGUALDAD Y DIVERSIDAD

En 2017, desde **Santalucía** —como empresa matriz del **Grupo**— hemos apoyado la igualdad y la diversidad con la adhesión a la iniciativa **“Empresas por una sociedad libre de violencia de género”**. Este convenio de colaboración con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad tiene como objetivo promover acciones para la sensibilización sobre la violencia de género, con el compromiso de difundir y potenciar la información y campañas de prevención.

4.2 COMPROMISOS CON LOS EMPLEADOS

SALUD Y BIENESTAR

El cuidado y el fomento de la seguridad y la salud en el entorno laboral es uno de los principales compromisos del **Grupo Santalucía** con sus empleados. En 2017 se siguieron celebrando diversos talleres y campañas para la promoción de hábitos de vida saludable.

Talleres 2017:

- Taller de deshabituación tabáquica, con un 87% de éxito y de cuyos resultados se hará un seguimiento anual durante dos años.
- Estudio de colesterol, en el que un 84% de participantes con valores de colesterol más elevados consiguieron mejorar su salud.
- Campaña de comunicación para la prevención de la diabetes en la que se impartieron dos charlas de sensibilización y se ofreció a los empleados la posibilidad de realizar el test de Findrisk que indica la probabilidad de padecer la enfermedad en el futuro.

Otros talleres y campañas:

- Vacunación antigripal.
- Campañas de donación de sangre a favor de Cruz Roja.
- Estudios de retina a disposición de todos los empleados.
- Curso de primeros auxilios.
- Curso de seguridad vial.
- Talleres de autoexploración de mama.



- Taller de higiene postural y ergonomía que se realiza con un entrenador personal.
- Charla de aspectos psicosociales frente al cáncer, impartida por la Asociación Española contra el Cáncer, AECC.
- Talleres de nutrición.

TERCERA SEMANA DE LA SALUD

Por tercer año consecutivo, en octubre de 2017 se organizó la Semana de la Salud, en la que se llevaron a cabo diez acciones diferentes, entre las que destacaron las charlas y talleres sobre resiliencia, el ictus, la diabetes, la nutrición y la actividad física. Además, se entregaron más de 600 desayunos saludables a los participantes.



INTEGRACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Creemos que la diversidad aporta valor, por lo que continuamos apostando por la integración laboral de personas con discapacidad intelectual. En 2017, el **Grupo Santalucía** cuenta en su plantilla con un total de 89 personas con discapacidad.

Para fomentar aún más la contratación, en algunas de las empresas del **Grupo** se realizaron durante los meses de verano prácticas con alumnos de distintas fundaciones.



4.3 COMPROMISOS CON LA SOCIEDAD



Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- con impacto directo



El compromiso del **Grupo Santalucía** con la sociedad, basado en su misión de protección, se materializa en el apoyo a proyectos sociales que mejoren la calidad de vida de las personas más vulnerables: los niños, las personas mayores y las personas con discapacidad, buscando su bienestar y la mejora de su calidad de vida.

Este apoyo se realiza principalmente a través de distintos mecanismos:

- Programa “Tú Eliges a Quién Ayudamos” por el que empleados y clientes deciden a qué proyectos destinar nuestra acción social.
- Alianzas a largo plazo con entidades sociales.
- Semana de la RSC.
- Programa “Somos Voluntarios”, mediante el que empleados del **Grupo** participan en diferentes iniciativas de voluntariado.
- Apoyo a iniciativas de integración, orientadas al fomento de la empleabilidad e integración de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión social.

PROGRAMA “TÚ ELIGES A QUIÉN AYUDAMOS”

El programa social estrella en el **Grupo Santalucía** es “Tú Eliges a Quién Ayudamos”. Desde su nacimiento hace cinco años, los empleados participan en la decisión de elegir con qué proyectos e iniciativas colaborar en el ámbito social.

En 2017 se sometieron a votación 71 proyectos de temas distintos como cáncer, enfermedades raras, colectivos en riesgo de exclusión, daño cerebral y trastornos neurológicos. Los 5 proyectos más votados en esta última edición se han centrado en discapacidad, lucha contra el cáncer y enfermedades raras.

Además, clientes y seguidores de redes sociales también tuvieron la oportunidad, por tercer año consecutivo, de participar para decidir la entidad ganadora del Premio Solidario del Seguro. En cinco días se recibieron más de 40.000 votos. La Fundación Ademo fue la ganadora, con un 44% de apoyos. Esta asociación tiene como misión contribuir con apoyos y oportunidades a que cada persona con discapacidad intelectual o de desarrollo y su familia puedan desarrollar su proyecto de calidad de vida, así como promover su inclusión en la sociedad.

TÚ ELIGES A QUIÉN AYUDAMOS: EL PROCESO DE REALIZACIÓN EN 2017

1. Recopilación de proyectos y entidades

Por parte de empleados
62 proyectos presentados

Por parte de entidades
43 proyectos presentados

2. Valoración de los proyectos

Proyectos relacionados con la cercanía y la protección, la salud y el bienestar

Proyectos en desarrollo en España

3. Votación de los proyectos/entidades que cumplen los requisitos

71 proyectos en 2017

4. Elección de las cinco entidades ganadoras

Asociación Española
contra el Cáncer
(AECC)

Cris Contra
el Cáncer

Federación Española
de Enfermedades
Raras

Fundación
Aladina

Fundación
Ademo

5. Votación en redes sociales de la entidad ganadora del Premio Solidario del Seguro

Fundación ADEMO
Más de 40.000 votos recibidos

ALIANZAS A LARGO PLAZO CON ENTIDADES SOCIALES

Santalucía, como sociedad matriz del **Grupo**, estableció en 2017 varias alianzas con distintas entidades sociales que tratan con colectivos vulnerables: niños, mayores y personas hospitalizadas.

| ENTIDADES CON LAS QUE SE HA FIRMADO UN ACUERDO DE COLABORACIÓN | PROYECTO A DESARROLLAR |
|--|---|
| <p>FUNDACIÓN ALADINA</p> | <p>Contribuimos al programa de “Cuidados Paliativos” en colaboración con la Fundación “Porque Viven”, que atiende a los menores de la Comunidad de Madrid que se encuentran en fase terminal.</p> |
| <p>ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER</p> | <p>Apoyamos el programa “Tu salud es lo primero” para desarrollar acciones dirigidas a promover la adopción de hábitos de vida saludable en la prevención del cáncer, promover iniciativas cuyo fin sea apoyar a las personas enfermas y a sus familias, y fomentar la investigación oncológica.</p> |
| <p>CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ALZHEIMER</p> | <p>Participamos en el proyecto “Elaboración del modelo de implantación de estimulación cognitiva” para favorecer la sensibilización social y atención a las personas que sufren la enfermedad de Alzheimer como una prioridad sociosanitaria, contribuyendo a mejorar la calidad de vida del paciente y la de su familia.</p> |



Representantes de Fundación Aladina, CEAFA y AECC, junto con Andrés Romero, Director General de Santalucía.

5ª SEMANA DE LA RSC

Santalucía, empresa matriz del **Grupo**, organizó la 5ª Semana de la RSC en diciembre de 2017, celebrada en su sede social. El tema de este año giraba en torno a las metas globales de los ODS a los que aportamos nuestra contribución.

Las actividades más relevantes realizadas durante esta semana fueron:

- Coloquio “Mujeres inspiradoras” con directivas del **Grupo Santalucía** y de otras compañías, en el que se trataron, entre otros temas, el liderazgo femenino, la conciliación o la igualdad en el trabajo.
- Mesa redonda sobre la “Contribución del Sector Seguros a los ODS y al crecimiento económico”, que contó con la participación de representantes de UNESPA, del Pacto Mundial y de otras aseguradoras, como Sanitas y Pelayo.
- Presentación oficial de nuestra Política Medioambiental y celebración de un taller sobre eficiencia energética en el hogar y en la oficina, de la mano de la fundación “Vida Sostenible”.
- Desayuno con productos de comercio justo de *Catering Solidario*, además de mercadillos solidarios de productos de diferentes asociaciones, así como otras actividades de voluntariado corporativo.



Coloquio “Mujeres Inspiradoras”

4.3 COMPROMISOS CON LA SOCIEDAD

PROGRAMA "SOMOS VOLUNTARIOS"

En 2017 se diseña el primer Plan Estratégico de Voluntariado del **Grupo Santalucía**, con una vigencia estimada de dos años y alineado con la estrategia de RSC del Grupo, cuyas actividades principales se iniciarán en 2018.

PROGRAMA "SOMOS VOLUNTARIOS SANTALUCÍA" 2017

+ 300

Voluntarios del **Grupo Santalucía**
y empresas colaboradoras

85 %

Actividades valoradas positivamente
por los voluntarios

21

Actividades realizadas
en distintas ciudades
españolas

- Madrid
- A Coruña
- Barcelona
- Granada
- Salamanca
- Sevilla
- Las Palmas
- Valencia

**Actividades de
cuestación**

- Zaragoza
- Tarragona
- Lleida
- Zamora
- Jerez de la Frontera
- Santa Cruz de Tenerife

17

Entidades con las
que se ha colaborado

- Residencias Ballesol
- Fundación A La Par
- Fundación FDI
- ASPADIR
- Fundación Theodora
- Forética
- Fundación Aprocor
- Confederación ASpace
- Fundación AFIM
- AECC
- Asociación Talismán
- Fundación Down Madrid
- Fundación Abracadabra
- Cooperación Internacional
- Fundación Integra
- Fundación Randstad
- Comedor Social



APOYO A INICIATIVAS DE INTEGRACIÓN

Para fomentar la empleabilidad y la integración de personas con discapacidad, en 2017 hemos recogido teléfonos móviles usados, que hemos donado a TeloReciclo, iniciativa promovida por Orange que fomenta la empleabilidad y la integración de personas con discapacidad intelectual, que además contribuye al desarrollo sostenible gracias al reciclaje.

Adicionalmente, el Programa de Voluntariado realiza múltiples iniciativas de apoyo al desarrollo e integración de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión social.

CREANDO OPORTUNIDADES

En colaboración con la Asociación Talismán, entidad que busca la inserción sociolaboral de jóvenes con discapacidad intelectual, se ha puesto en marcha el proyecto “Creando Oportunidades”. Este programa formativo, que consta de varios talleres, tiene como objetivo principal la formación profesional de personas con discapacidad.

Los empleados participan como voluntarios, aportando su experiencia y conocimientos en temas determinados, o participando en las prácticas.

Los participantes adquieren habilidades de trabajo en equipo y de interrelación con los compañeros, así como habilidades personales y responsabilidad individual. Todo ello redundará en una mejora de la autoestima y en una experiencia muy positiva tanto de los voluntarios como de los participantes.

ASEGURANDO ILUSIONES

En 2017, 21 voluntarios del **Grupo Santalucía** participaron en el proyecto “Asegurando Ilusiones” de la Fundación Integra. Los voluntarios impartieron talleres para la mejora de la empleabilidad de jóvenes y adultos en riesgo de exclusión social y participaron en talleres de magia para la mejora de las habilidades sociales.

4.4 COMPROMISOS CON EL MEDIOAMBIENTE



Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- con impacto directo



PRINCIPALES INDICADORES MEDIOAMBIENTALES DEL GRUPO SANTALUCÍA

En 2017 se consolidaron por primera vez las magnitudes medioambientales de la gran mayoría de las empresas que forman el **Grupo Santalucía**: Santalucía, Santalucía Vida y Pensiones, Santalucía Gestión, Santalucía Servicios Compartidos, Albia, Accepta, Iris Assistance, GIH, International SOS España y Ballesol.

Esta consolidación de datos permite al **Grupo** medir de forma más efectiva sus impactos medioambientales, así como establecer una comparativa entre empresas del Grupo y en próximos ejercicios.

En el **Grupo Santalucía** continuaremos poniendo en marcha medidas de reducción del impacto ambiental para desarrollar cada día una actividad económica más sostenible y respetuosa con el medioambiente.

CONSUMO DE ENERGÍA

| | SANTALUCÍA | ALBIA | ACCEPTA | IRIS | GIH | SOS | BALLESOL | SLVP - SG - SSC (*) | TOTAL GRUPO |
|--------------------|------------|-----------|---------|---------|---------|---------|------------|---------------------|-------------|
| Electricidad (kWh) | 5.643.514 | 1.548.961 | 818.018 | 221.908 | 111.087 | 254.318 | 22.223.598 | 787.925 | 31.609.327 |
| Gas natural (kWh) | 773.507 | 1.392.165 | 0 | 0 | 0 | 351.999 | 25.377.819 | 5.025 | 27.900.516 |
| Gasóleo l (litros) | 757 | 93.986 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25.591 | 0 | 120.334 |
| Propano (kilos) | 0 | 90.017 | 0 | 0 | 0 | 0 | 63.835 | 0 | 153.852 |

HUELLA DE CARBONO (EMISIONES DIRECTAS E INDIRECTAS)

| | SANTALUCÍA | ALBIA | ACCEPTA | IRIS | GIH | SOS | BALLESOL | SLVP - SG - SSC (*) | TOTAL GRUPO |
|--|----------------|------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|------------------|---------------------|------------------|
| Emisiones directas (kg CO ₂) | | | | | | | | | |
| Instalaciones fijas | 158.419 | 815.239 | 0 | 0 | 0 | 71.104 | 5.387.260 | 1.015 | 6.433.037 |
| Desplazamiento de vehículos | 0 | 839.908 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2.481.748 | 3.321.656 |
| Fugas de gases fluorados | 83.520 | 40.522 | 14.200 | 1.774 | 13.224 | 0 | 0 | 626,40 | 153.866 |
| TOTAL EMISIONES DIRECTAS | 241.939 | 1.695.669 | 14.200 | 1.774 | 13.224 | 71.104 | 5.387.260 | 2.483.390 | 9.908.560 |

Emisiones indirectas (kg CO₂)

| | | | | | | | | | |
|---|-----------|---------|---------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|
| Generación de energía eléctrica adquirida | 1.918.795 | 512.067 | 278.126 | 75.449 | 37.770 | 80.691 | 6.444.843 | 116.317 | 9.464.057 |
|---|-----------|---------|---------|--------|--------|--------|-----------|---------|-----------|

CONSUMO DE AGUA

| | SANTALUCÍA | ALBIA | ACCEPTA | IRIS | GIH | SOS | BALLESOL | SLVP - SG - SSC (*) | TOTAL GRUPO |
|-----------------------------------|------------|--------|---------|------|-----|-------|----------|---------------------|-------------|
| Consumo de agua (m ³) | | | | | | | | | |
| Suministros de redes municipales | 10.193 | 12.117 | 2.733 | 645 | 456 | 1.959 | 460.558 | 3.076 | 491.738 |

(*) Santalucía Vida y Pensiones - Santalucía Gestión - Santalucía Servicios Compartidos.

4.4 COMPROMISOS CON EL MEDIOAMBIENTE

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL DE SANTALUCÍA

En 2017 **Santalucía**, como empresa matriz del **Grupo**, ha formalizado su compromiso con el medioambiente mediante su Política Medioambiental. El objetivo que se persigue es mejorar la gestión del impacto como compañía en el medioambiente e integrar todas las medidas posibles para ser más eficientes y sostenibles.

Los principios recogidos en dicha política son los siguientes:

- | | |
|---|---|
| <p>1 Cumplir con la legislación vigente en materia medioambiental y energética en aquellas regiones donde opera, y con los compromisos adquiridos de forma voluntaria por la Compañía sobre esta materia.</p> | <p>6 Adoptar medidas para reducir el consumo de agua en todas las instalaciones.</p> |
| <p>2 Mejorar continuamente en la identificación y gestión de los riesgos medioambientales que conlleva la actividad de Santalucía.</p> | <p>7 Gestionar de forma sostenible y eficiente los residuos que genera nuestra actividad diaria, reduciendo su cantidad y promoviendo su reciclado.</p> |
| <p>3 Promover la certificación medioambiental de los edificios de Santalucía y la implantación de medidas de ahorro en las reformas y adaptaciones realizadas en sus edificios.</p> | <p>8 Adoptar medidas para la reducción de las emisiones de CO₂ que se derivan de la actividad de la Compañía, incluidos los inmuebles y el transporte.</p> |
| <p>4 Adoptar medidas para reducir el consumo de energía en la Compañía, a través de soluciones basadas en la eficiencia energética que reduzcan los consumos en edificios y del incremento del uso de energías limpias.</p> | <p>9 Establecer relaciones con proveedores que compartan la preocupación de la compañía por el medioambiente y lo demuestren a través de sus prácticas empresariales.</p> |
| <p>5 Adoptar medidas para minimizar el consumo de papel en la Compañía y generar el uso de papel con certificación FSC y PEFC.</p> | <p>10 Sensibilizar y concienciar en materia medioambiental a empleados y colaboradores de Santalucía.</p> |

CERTIFICACIONES EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

BREEAM[®]

- En 2017 se ha iniciado la tramitación para la obtención del certificado BREEAM, también conocido como *Building Research Establishment's Environmental Assessment Method*. BREEAM nos permite conocer el grado de sostenibilidad ambiental en edificaciones. Este proceso se está llevando a cabo en edificios propiedad de **Santalucía** en Madrid (calle Julián Camarillo) y en Barcelona (calle Fontanella). En el año 2018 se obtendrán dichos certificados.





05

Cuentas Anuales Consolidadas
Grupo Santalucía

| | |
|--|----|
| Balance Consolidado | 82 |
| Cuenta Consolidada de Pérdidas y Ganancias | 87 |

5.1 BALANCE CONSOLIDADO

ACTIVO

| ACTIVO | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|--|-------------------------|-------------------------|
| A-1) Efectivo y otros activos líquidos equivalentes | 627.388.578,29 | 481.538.703,12 |
| A-2) Activos financieros mantenidos para negociar | 18.156.721,22 | 21.367.528,33 |
| I. Instrumentos de patrimonio | 626.547,67 | 1.771,33 |
| II. Valores representativos de deuda | 16.461.969,60 | 21.365.757,00 |
| III. Derivados | 1.068.203,95 | 0,00 |
| IV. Otros | 0,00 | 0,00 |
| A-3) Otros activos financieros a valor razonable cambios Pérdidas y Ganancias | 873.364.404,36 | 43.630.895,10 |
| I. Instrumentos de patrimonio | 1.026.506,24 | 0,00 |
| II. Valores representativos de deuda | 25.845.216,93 | 25.136.385,71 |
| III. Instrumentos híbridos | 0,00 | 0,00 |
| IV. Inv cta tomadores seguros vida que asumen riesgo inversión | 845.754.516,80 | 18.494.509,39 |
| V. Otros | 738.164,39 | 0,00 |
| A-4) Activos financieros disponibles para venta | 7.801.502.823,93 | 3.708.847.591,37 |
| I. Instrumentos de patrimonio | 1.264.601.740,55 | 583.906.011,08 |
| II. Valores representativos de deuda | 6.459.138.515,10 | 3.124.941.580,29 |
| III. Inv cta tomadores seguros vida que asumen riesgo inversión | 0,00 | 0,00 |
| IV. Otros | 77.762.568,28 | 0,00 |
| A-5) Préstamos y partidas a cobrar | 924.373.129,79 | 918.801.662,88 |
| I. Valores representativos de deuda | 307.548.324,90 | 336.957.538,48 |
| II. Préstamos | 29.711.818,86 | 22.130.596,43 |
| 1. Anticipos sobre pólizas | 25.335.756,09 | 22.119.200,13 |
| 2. Préstamos a entidades del grupo y asociadas | 1.373.545,97 | 11.396,30 |
| 3. Préstamos a otras partes vinculadas | 3.002.516,80 | 0,00 |
| III. Depósitos en entidades de crédito | 9.702.743,70 | 23.053.728,67 |
| IV. Depósitos constituidos por reaseguro aceptado | 182.985,81 | 131.652,39 |
| V. Créditos por operaciones de seguro directo | 513.994.960,36 | 495.111.328,38 |
| 1. Tomadores de seguro | 509.060.192,69 | 489.168.569,32 |
| 2. Mediadores | 4.934.767,67 | 5.942.759,06 |
| VI. Créditos por operaciones de reaseguro | 8.033.207,06 | 1.267.910,97 |
| VII. Créditos por operaciones de coaseguro | 3.802.066,47 | 573.800,30 |
| VIII. Desembolsos exigidos | 0,00 | 43,38 |
| IX. Otros créditos | 51.397.022,64 | 39.575.063,89 |
| 1. Créditos con las Administraciones Públicas | 6.298.289,25 | 1.473.996,22 |
| 2. Resto de créditos | 45.098.733,39 | 38.101.067,67 |
| A-6) Inversiones mantenidas hasta el vencimiento | 0,00 | 0,00 |

Datos en euros

| ACTIVO | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|--|--------------------------|-------------------------|
| A-7) Derivados de cobertura | 0,00 | 0,00 |
| A-8) Participación del reaseguro en provisiones técnicas | 32.449.309,91 | 18.286.470,53 |
| I. Provisión para primas no consumidas | 7.837.434,40 | 8.212.948,91 |
| II. Provisión de seguros de vida | 3.905.746,50 | 843.097,57 |
| III. Provisión para prestaciones | 20.706.129,01 | 9.230.424,05 |
| IV. Otras provisiones técnicas | 0,00 | 0,00 |
| A-9) Inmovilizado material e inversiones inmobiliarias | 475.014.716,89 | 479.103.844,58 |
| I. Inmovilizado material | 300.692.719,07 | 291.562.462,87 |
| II. Inversiones inmobiliarias | 174.321.997,82 | 187.541.381,71 |
| A-10) Inmovilizado intangible | 399.880.600,21 | 130.991.382,96 |
| I. Fondo de comercio | 177.480.058,87 | 95.166.878,97 |
| 1. Fondo de comercio de consolidación | 158.060.058,46 | 74.471.484,69 |
| 2. Otros | 19.420.000,41 | 20.695.394,28 |
| II. Derechos económicos de carteras de pólizas adquiridas a mediadores | 0,00 | 0,00 |
| III. Otro activo intangible | 222.400.541,34 | 35.824.503,99 |
| A-11) Participación en sociedades puestas en equivalencia | 57.289.289,03 | 43.826.010,22 |
| I. Entidades Asociadas | 31.463.324,55 | 20.325.637,01 |
| II. Otras | 0,00 | 0,00 |
| III. Participaciones en empresas multigrupo | 25.825.964,48 | 23.500.373,22 |
| IV. Participaciones en empresas del grupo | 0,00 | 0,00 |
| A-12) Activos fiscales | 167.097.137,09 | 59.186.208,67 |
| I. Activos por impuesto corriente | 22.467.671,52 | 14.985.312,80 |
| II. Activos por impuesto diferido | 144.629.465,57 | 44.200.895,87 |
| A-13) Otros activos | 275.559.521,22 | 203.363.387,90 |
| 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 | 15.600.000,00 | 0,00 |
| III. Periodificaciones | 255.652.139,05 | 199.388.726,40 |
| IV. Resto de activos | 4.307.382,17 | 3.974.661,50 |
| A-14) Activos mantenidos para venta | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL GENERAL ACTIVO | 11.652.076.231,94 | 6.108.943.685,67 |

Datos en euros

5.1 BALANCE CONSOLIDADO

PASIVO

| PASIVO | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|--|-------------------------|-------------------------|
| A-1) Pasivos financieros mantenidos p. negociar | 18.495.069,12 | 0,00 |
| A-2) Otros pasivos financieros a valor razonable cambios Pérdidas y Ganancias | 0,00 | 0,00 |
| A-3) Débitos y partidas a pagar | 764.919.457,69 | 452.581.164,25 |
| I. Pasivos subordinados | 30.000.000,00 | 0,00 |
| II. Depósitos recibidos por reaseguro cedido | 4.344.588,73 | 27.876,07 |
| III. Deudas por operaciones de seguro | 222.230.368,57 | 211.938.377,52 |
| 1.- Deudas con asegurados | 1.620.927,66 | 894.835,15 |
| 2.- Deudas con mediadores | 8.838.976,30 | 2.972.982,72 |
| 3.- Deudas condicionadas | 211.770.464,61 | 208.070.559,65 |
| IV. Deudas por operaciones de reaseguro | 4.956.431,42 | 4.890.065,57 |
| V. Deudas por operaciones de coaseguro | 415.889,26 | 8.974,83 |
| VI. Obligaciones y otros valores negociables | 0,00 | 0,00 |
| VII. Deudas con entidades de crédito | 392.904.912,01 | 149.055.477,85 |
| VIII. Deudas por operaciones preparatorias de contratos de seguros | 0,00 | 0,00 |
| IX. Otras deudas | 110.067.267,70 | 86.660.392,40 |
| 1.-Deudas con las Administraciones públicas | 20.392.962,80 | 16.433.579,99 |
| 2.-Otras deudas con entidades del grupo y asociadas | 761.882,29 | 33.287,44 |
| 3.-Resto de otras deudas | 88.912.422,61 | 70.193.524,97 |
| A-4) Derivados de cobertura | 268.420,87 | 0,00 |
| A-5) Provisiones técnicas | 8.323.843.328,99 | 3.870.822.723,99 |
| I.- Provisión para primas no consumidas | 505.450.732,69 | 488.152.829,73 |
| II.- Provisión para riesgos en curso | 839.527,28 | 699.873,27 |
| III.- Provisión de seguros de vida | 5.714.904.775,20 | 1.577.235.626,99 |
| 1.- Provisión para primas no consumidas | 41.453.823,41 | 10.760.090,73 |
| 2.- Provisión para riesgos en curso | 0,00 | 0,00 |
| 3.- Provisión matemática | 4.827.696.434,99 | 1.547.981.026,87 |
| 4.- Provisiones seguros de vida cuando el riesgo de la inv. la asume el tomador | 845.754.516,80 | 18.494.509,39 |
| IV.- Provisión para prestaciones | 233.307.062,74 | 127.941.751,35 |
| V.- Provisión para participación en beneficios y para extornos | 14.561.199,25 | 514.867,17 |
| VI.- Otras provisiones técnicas | 1.854.780.031,84 | 1.676.277.775,48 |

Datos en euros

| PASIVO | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|---|-------------------------|-------------------------|
| A-6) Provisiones no técnicas | 104.106.695,47 | 97.824.183,04 |
| I. Provisión para impuestos y otras contingencias legales | 79.151.611,69 | 73.548.684,03 |
| II. Provisión para pensiones y obligaciones similares | 14.288.946,87 | 13.405.482,97 |
| III. Provisión para pagos por convenios de liquidación | 0,00 | 0,00 |
| IV. Otras provisiones no técnicas | 10.666.136,91 | 10.870.016,04 |
| A-7) Pasivos fiscales | 287.083.970,81 | 97.649.204,38 |
| I. Pasivos por impuesto corriente | 4.289.085,14 | 848.898,53 |
| II. Pasivos por impuesto diferido | 282.794.885,67 | 96.800.305,85 |
| A-8) Resto de pasivos | 410.847.671,89 | 93.004.807,26 |
| I. Periodificaciones | 8.505.568,51 | 445.294,66 |
| II. Pasivos por asimetrías contables | 402.342.103,38 | 92.559.172,24 |
| III. Comisiones y otros costes de adquisición | 0,00 | 0,00 |
| IV. Otros Pasivos | 0,00 | 340,36 |
| A-9) Pasivos vinculados con activos mantenidos para la venta | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL PASIVO | 9.909.564.614,85 | 4.611.882.082,93 |

Datos en euros

5.1 BALANCE CONSOLIDADO

PATRIMONIO NETO

| PATRIMONIO NETO | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|--|--------------------------|-------------------------|
| B-1) Fondos propios | 1.343.813.981,26 | 1.280.093.736,55 |
| I. Capital o fondo mutual | 390.780.000,00 | 390.780.000,00 |
| 1. Capital escriturado o fondo mutual | 390.780.000,00 | 390.780.000,00 |
| 2. (Capital no exigido) | 0,00 | 0,00 |
| II. Prima de emisión | 0,00 | 0,00 |
| III. Reservas | 866.708.074,32 | 814.229.566,85 |
| 1. Legal y estatutarias | 69.071.306,32 | 60.120.000,00 |
| 2. Reserva de estabilización | 2.758.829,00 | 2.427.017,47 |
| 3. Reserva en sociedades consolidadas | -22.419.080,02 | -24.540.173,51 |
| 4. Reservas en sociedades puestas en equivalencia | -1.945.217,99 | 1.116.973,64 |
| 5. Otras reservas | 819.242.237,01 | 775.105.749,25 |
| IV. (Acciones propias) | 0,00 | 0,00 |
| V. Resultados de ejercicios anteriores atribuidos a la Sociedad Dominante | 0,00 | 0,00 |
| 1. Remanente | 0,00 | 0,00 |
| 2. (Resultados negativos de ej. anteriores atribuidos a la Sociedad Dominante) | 0,00 | 0,00 |
| VI. Otras aportaciones de socios y mutulistas | 0,00 | 0,00 |
| VII. Resultado del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante | 118.109.865,74 | 96.733.900,27 |
| 1. Pérdidas y ganancias consolidadas | 127.448.605,28 | 100.464.751,84 |
| 2. Pérdidas y ganancias socios externos | -9.338.739,54 | -3.730.851,57 |
| VIII. (Dividendo a cuenta y reserva de estabilización a cuenta) | -31.783.958,80 | -21.649.730,57 |
| IX. Otros instrumentos de patrimonio neto | 0,00 | 0,00 |
| B-2) Ajustes por cambios de valor: | 177.102.289,57 | 174.909.651,14 |
| I. Activos financieros disponibles para la venta | 249.541.534,28 | 241.451.036,24 |
| II. Operaciones de cobertura | 0,00 | 0,00 |
| III. Diferencias de cambio y conversión | -1.647.108,93 | 3.476.057,03 |
| IV. Corrección de asimetrías contables | -70.793.112,20 | -70.017.442,13 |
| V. Sociedades puestas en equivalencia | 976,42 | 0,00 |
| VI. Otros ajustes | 0,00 | 0,00 |
| B-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos | 0,00 | 0,00 |
| B-4) Socios Externos | 221.595.346,27 | 42.058.215,06 |
| I. Ajustes por valoración | -296.088,20 | -41.877,91 |
| II. Resto | 221.891.434,47 | 42.100.092,97 |
| TOTAL PATRIMONIO NETO | 1.742.511.617,10 | 1.497.061.602,74 |
| TOTAL PASIVO y PATRIMONIO NETO | 11.652.076.231,94 | 6.108.943.685,67 |

5.2 CUENTA CONSOLIDADA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

| SEGUROS NO VIDA | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|---|-----------------------|----------------------|
| Primas imputadas, netas de Reaseguro | 1.115.903.869,60 | 1.066.332.904,05 |
| Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones | 72.637.800,01 | 65.331.972,22 |
| Otros ingresos técnicos | 88.113,50 | 4.457,35 |
| Siniestralidad del ejercicio, neta de Reaseguro | 518.892.554,33 | 491.404.127,54 |
| Variación de otras provisiones técnicas, netas de Reaseguro (+/-) | 178.974.626,86 | 171.352.233,60 |
| Participación en beneficios y extornos | 789.373,83 | 710.880,19 |
| Gastos de explotación netos | 348.687.461,66 | 339.361.889,55 |
| Otros gastos técnicos (+/-) | 18.802.229,61 | 15.527.573,95 |
| Gastos del inmovilizado material y de las inversiones | 18.955.988,22 | 14.241.960,96 |
| RESULTADO DE LA CUENTA TÉCNICA DEL SEGURO NO VIDA | 103.527.548,61 | 99.070.667,83 |

| SEGUROS DE VIDA | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|---|----------------------|----------------------|
| Primas imputadas al ejercicio, netas de reaseguro | 545.134.657,57 | 236.869.842,47 |
| Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones | 112.867.778,59 | 80.945.020,28 |
| Ingresos de inv. afectas a seguros el tomador asume riesgo de inversión | 42.013.147,24 | 794.295,62 |
| Otros ingresos técnicos | -8.189,59 | 0,00 |
| Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro | 392.650.754,16 | 186.030.036,30 |
| Variación otras provisiones técnicas, netas de reaseguro (+/-) | 158.569.536,89 | 114.037.817,25 |
| Participación en beneficios y extornos | 1.339.778,76 | 0,00 |
| Gastos de explotación netos | 25.974.148,50 | 15.793.451,92 |
| Otros gastos técnicos | 2.609.217,54 | 1.365.499,44 |
| Gastos de las inversiones | 16.721.436,30 | 7.606.514,37 |
| Gastos de inv. afectas a seguros el tomador asume riesgo de inversión | 38.181.359,79 | 1.017.121,74 |
| RESULTADO DE LA CUENTA TÉCNICA DEL SEGURO DE VIDA | 63.961.161,87 | -7.241.282,65 |

| CUENTA NO TÉCNICA | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|---|----------------|----------------|
| Resultado de la cuenta técnica del Seguro No Vida | 103.527.548,61 | 99.070.667,83 |
| Resultado de la cuenta técnica del Seguro Vida | 63.961.161,87 | -7.241.282,65 |
| Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones | 37.775.985,77 | 24.772.769,31 |
| Gastos del inmovilizado material y de las inversiones | 48.566.879,80 | 25.079.427,53 |
| Otros ingresos | 197.744.604,14 | 140.979.540,31 |
| Otros gastos | 182.661.245,39 | 119.103.774,21 |
| Resultado de la cuenta no técnica | 4.292.464,72 | 21.569.107,88 |
| Resultado antes de impuestos | 171.781.175,19 | 113.398.493,06 |
| Impuesto sobre el beneficio | 44.332.569,91 | 12.933.741,22 |
| Resultado del ejercicio | 127.448.605,28 | 100.464.751,84 |
| Resultado atribuido a la dominante | 118.109.865,74 | 96.733.900,27 |
| Resultado atribuido a socios externos | 9.338.739,54 | 3.730.851,57 |

Datos en euros



ANEXO

| | |
|---|----|
| Principios de elaboración del Informe | 90 |
| Índice de Contenidos Estándares GRI | 92 |
| Correlación de GRI y Objetivos de Desarrollo Sostenible | 96 |

1. PRINCIPIOS DE ELABORACIÓN DEL INFORME

MARCO GENERAL DEL INFORME

El presente Informe constituye la primera edición del Informe Integrado del **Grupo Santalucía**. Presenta una visión integral del **Grupo** como conjunto consolidado de empresas y supone una evolución del Informe Integrado de **Santalucía**, empresa matriz del **Grupo**, que se ha venido elaborando desde 2014. Su objetivo es integrar y difundir los principales resultados en la gestión de su actividad e iniciativas clave de valor para los grupos de interés del **Grupo** a nivel económico, social y medioambiental.

ALCANCE DE LA INFORMACIÓN

El Informe Integrado tiene periodicidad anual y hace referencia al ejercicio 2017. Se incluye la información relevante de las compañías que componen el **Grupo Santalucía**, así como datos e información destacada de **Santa Lucía, S.A. Compañía de Seguros y Reaseguros**, empresa matriz del **Grupo**.

El alcance geográfico de los datos reportados es España. Si bien se han comenzado a desarrollar actividades en otros países, aún no se dispone de datos consolidados de las mismas.

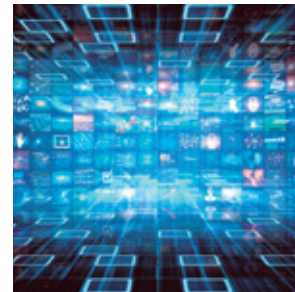
Los estados financieros consolidados presentes en el Informe incluyen el Balance Consolidado y la Cuenta Consolidada de Pérdidas y Ganancias del **Grupo Santalucía**.



CRITERIOS DE ELABORACIÓN

Para su elaboración se han tenido en cuenta los siguientes principios y estándares globales:

- Marco del International Integrated Reporting Council (IIRC) para la elaboración de Informes Integrados
- Estándares para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión esencial (core).
- Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los 10 Principios de Pacto Mundial de Naciones Unidas



DEFINICIÓN DE CONTENIDOS

Los contenidos del Informe responden a los asuntos relevantes para la actividad y negocio del **Grupo Santalucía**, por su capacidad para generar valor, en línea con los temas que son importantes para sus principales grupos de interés.



2. ÍNDICE DE CONTENIDOS ESTÁNDARES GRI

CONTENIDOS GENERALES

| Estándar GRI | Contenido | Números de página o respuesta directa | Observaciones |
|---|--|---|--|
| <i>GRI 101: Fundamentos 2016</i> | | | |
| <i>GRI 102: Contenidos Generales 2016</i> | | | |
| Perfil de la organización | | | |
| | 102-1 Nombre de la organización | Grupo Santalucía | |
| | 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios | Págs. 8-13 | |
| | 102-3 Ubicación de la sede | Plaza de España, 15 28008 Madrid | |
| | 102-4 Ubicación de las operaciones | Pág. 13 | |
| | 102-5 Propiedad y forma jurídica | Pág. 90 | |
| | 102-6 Mercados servidos | Pág. 13 | |
| | 102-7 Tamaño de la organización | Págs. 12; 64 | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores | Pág. 64 | |
| | 102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro | Págs. 13; 36; 43 | |
| | 102-11 Principio o enfoque de precaución | Págs. 31-35 | |
| | 102-12 Iniciativas externas | Santalucía está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas. Además es socia de DIRCOM (Asociación de Directivos de Comunicación) y Fundación SERES | La información reportada hace referencia a Santalucía , empresa matriz del Grupo . |
| | 102-13 Afiliación a asociaciones | Santalucía forma parte de las principales asociaciones del sector: UNESPA e ICEA. | La información reportada hace referencia a Santalucía , empresa matriz del Grupo . |

| Estándar GRI | Contenido | Números de página o respuesta directa | Observaciones |
|---|--|---|--|
| Estrategia | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones | Págs. 2-5 | |
| Ética e integridad | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta | Pág. 14 | |
| | 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas | Págs. 29-30 | |
| Gobernanza | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-18 Estructura de gobernanza | Pág. 29 | |
| Participación de los grupos de interés | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-40 Lista de grupos de interés | Pág. 59 | |
| | 102-41 Acuerdos de negociación colectiva | El 100% de los empleados de Santalucía , empresa matriz del Grupo , están cubiertos por convenio colectivo. | La información reportada hace referencia a Santalucía , empresa matriz del Grupo . |
| | 102-42 Identificación y selección de grupos de interés | Pág. 53 | |

2. ÍNDICE DE CONTENIDOS ESTÁNDARES GRI

| Estándar GRI | Contenido | Números de página o respuesta directa | Observaciones |
|--|---|---|---------------|
| Prácticas para la elaboración de informes | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados | Pág. 90 | |
| | 102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema | Pág. 91 | |
| | 102-48 Reexpresión de la información | No hay reexpresión de la información respecto al informe anterior | |
| | 102-49 Cambios en la elaboración de informes | El presente Informe es la 1ª edición del Informe Integrado del Grupo Santalucía , en el que se presentan datos consolidados del Grupo , y que constituye una evolución del Informe Integrado de Santalucía , entidad matriz del Grupo | |
| | 102-50 Periodo objeto del informe | Pág. 90 | |
| | 102-51 Fecha del último informe | El último informe publicado, referente a Santalucía , empresa matriz del Grupo , corresponde al año 2016 | |
| | 102-52 Ciclo de elaboración de informes | Pág. 90 | |
| | 102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe | Contraportada (pág. 99) | |
| | 102-55 Índice de contenidos GRI | Págs. 92-95 | |
| 102-56 Verificación externa | El presente Informe no ha sido verificado externamente | | |





CONTENIDOS ESPECÍFICOS





| Estándar GRI | Contenido | Números de página o respuesta directa |
|---|---|---------------------------------------|
| Perfil de la organización | | |
| GRI 201: Desempeño económico 2016 | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido | Pág. 12 |
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1 Consumo energético dentro de la organización | Pág. 77 |
| GRI 303: Agua 2016 | 303-1 Extracción de agua por fuente | Pág. 77 |
| | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | Pág. 77 |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-3 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) | Pág. 77 |
| GRI 404: Formación y enseñanza 2016 | 404-2: Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | Pág. 66 |
| GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016 | 405-1: Diversidad en órganos de gobierno y empleados | Págs. 29; 64 |
| | 401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | Pág. 67-69 |
| GRI 401: Empleo 2016 | | |
| GRI 413: Comunidades locales 2016 | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | Págs. 70-75 |

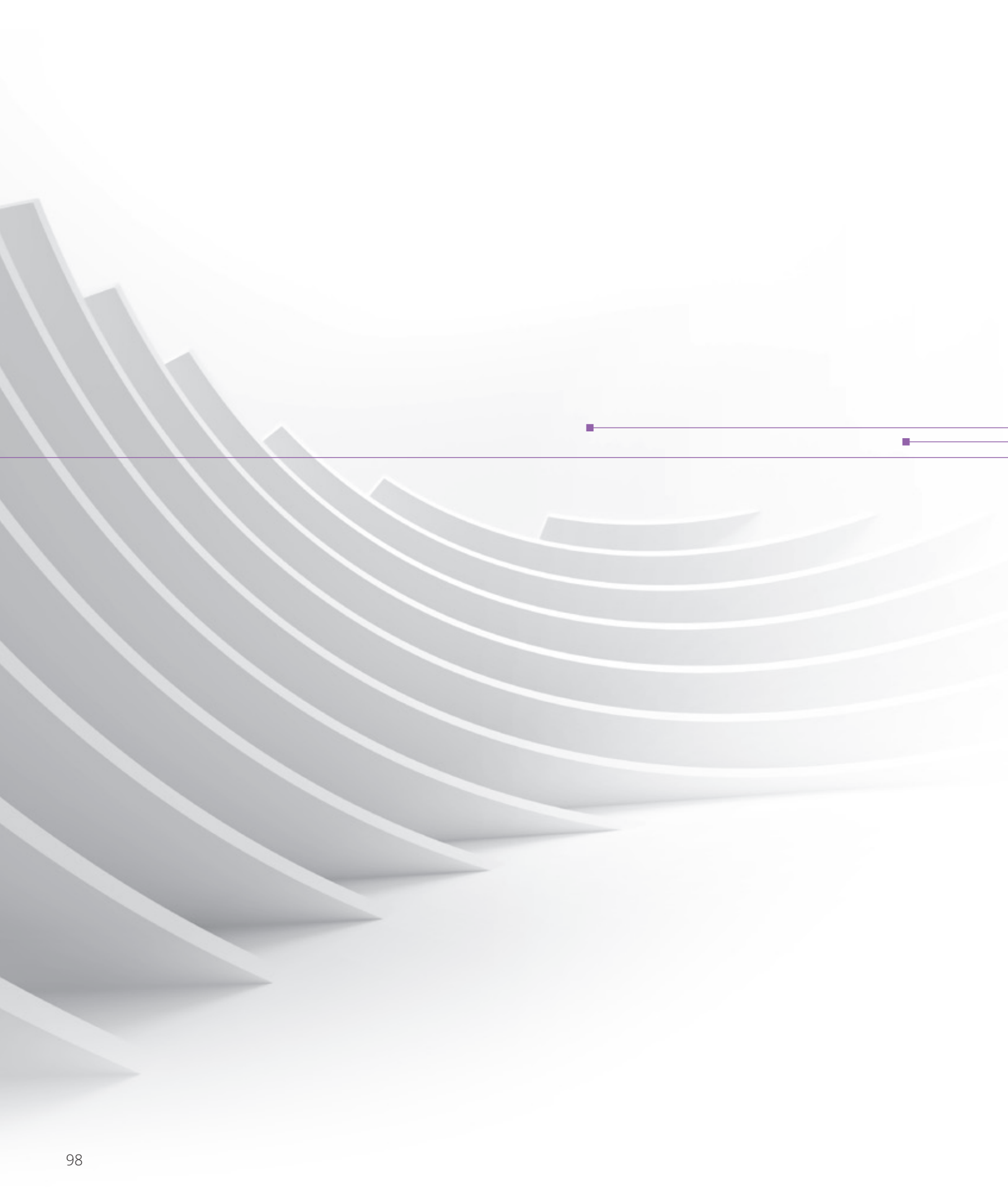


3. CORRELACIÓN DE GRI Y ODS

A continuación se detalla la relación entre los contenidos GRI y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que contribuye directamente **Santalucía** como empresa matriz del **Grupo**.

| ODS | Estándar GRI |
|---|--|
|  <p>3 SALUD Y BIENESTAR</p> | <p>401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales</p> |
|  <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p> | <p>404-2: Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición</p> <p>405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados</p> |
|  <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p> | <p>102-7 Tamaño de la Organización</p> <p>102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores</p> <p>102-41 Acuerdos de negociación colectiva</p> <p>201-1 Valor económico directo generado y distribuido</p> <p>401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales</p> <p>404-2: Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición</p> |
|  <p>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p> | <p>201-1 Valor económico directo generado y distribuido</p> |

| ODS | Estándar GRI |
|--|---|
| <p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>  | <p>413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo</p> |
| <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>  | <p>302-1 Consumo energético dentro de la organización 303-1 Extracción de agua por Fuente 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-3 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)</p> |
| <p>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>  | <p>102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo</p> |
| <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>  | <p>102-12 Iniciativas externas 102-13 Afiliación a asociaciones</p> |





Coordinación y redacción:

SANTALUCÍA - Comunicación y RSC,
junto con CANVAS Estrategias Sostenibles

Diseño y Composición:

ASV Creatividad S.L.

Fotografías:

Archivo fotográfico de Santalucía

Déjanos tu opinión en:

rsc@santalucia.es

