

# INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009



# ÍNDICE

## LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL EN DKV

DIÁLOGOS CON EL CONSEJERO DELEGADO

SOBRE EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009

UN AÑO EN IMÁGENES

HITOS 2009

INDICADORES CLAVE Y DE ACTUACIÓN INTEGRADA

EL MODELO ESTRATÉGICO: COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

## EXCELENCIA E INNOVACIÓN

CLIENTES: RELACIÓN DE CONFIANZA

ASEGURAMIENTO INNOVADOR Y SOSTENIBLE

## UN EQUIPO SÓLIDO Y COMPROMETIDO

EMPLEADOS

PROFESIONALES Y PROVEEDORES SANITARIOS

DKV Y LOS PROVEEDORES DE SEGUROS GENERALES

DKV Y LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS GENERALES

MEDIADORES

## CREACIÓN DE VALOR

ORIENTACIÓN A RESULTADOS

RESULTADOS DE NEGOCIO

TRANSPARENCIA Y BUEN GOBIERNO

ÓRGANOS DE GOBIERNO

# SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

LA SALUD COMO EJE DE NUESTRO PROGRAMA DE ACCIÓN SOCIAL

---

LA INTEGRACIÓN SOCIAL DE PERSONAS EN RIESGO DE EXCLUSIÓN: LA  
FUNDACIÓN DKV INTEGRALIA

---

CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

---

# ANEXOS

INDICADORES GRI Y PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL

---

CARTA DE VERIFICACIÓN

---

ENCUESTA

---

CONTACTA CON NOSOTROS

---

---

# CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO

La sostenibilidad y la responsabilidad empresarial siempre han formado parte de DKV Seguros, como lo demuestran los datos y las acciones que desde 2001 vienen recogiendo los sucesivos Informes de Sostenibilidad. En 2009 seguimos rindiendo cuentas ante nuestros grupos de interés de nuestra actuación en materia económica, ética, social y ambiental y lo seguimos haciendo de una manera clara, transparente, rigurosa, en sintonía con las nuevas tecnologías y respetuosa con el medio ambiente, ya que, de nuevo, el lector puede escoger entre una consulta más rápida en nuestro resumen ejecutivo o una revisión más profunda en la versión on-line disponible en la web de DKV.

Como en los anteriores informes, la versión impresa recoge de manera sencilla y resumida la información general de las diferentes áreas de la compañía así como sus principales logros y como novedad también plantea retos y objetivos para el año en curso.

Espero que encontréis este documento de vuestro agrado y que antes de marcharos os toméis un momento para responder la encuesta que encontraréis al final de este informe. Así mismo cualquier consulta que queráis hacer en la sección anexos encontraréis todos nuestros datos de contacto.



# DIÁLOGOS CON EL CONSEJERO DELEGADO



ENTREVISTA REALIZADA POR MEDIARESPONSABLE. PARA VER LA ENTREVISTA COMPLETA IR A: [WWW.DKVSEGUROS.COM/INFORMESOSTENIBILIDAD2009](http://WWW.DKVSEGUROS.COM/INFORMESOSTENIBILIDAD2009)

## LAS COLABORACIONES PÚBLICO-PRIVADAS

GERMÀ BREL, CATEDRÁTICO DE ECONOMÍA DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB) Y PROFESOR INVITADO DE LA BARCELONA GRADUATE SCHOOL OF ECONOMICS  
JOSEP SANTACREU, CONSEJERO DELEGADO DE DKV SEGUROS

¿Cuáles son las claves para que una colaboración público-privada sea exitosa?

- G.B.** Las colaboraciones público-privadas resultan exitosas cuando las partes las abordan porque creen que pueden obtener un beneficio mutuo y no porque se encuentren en una situación de urgencia o de necesidad desesperada.
- J.S.** Coincido plenamente. Quizá añadiría, desde la visión de la empresa privada y más en el contexto actual tanto a nivel internacional como en nuestro país, que desde las compañías consideramos muy necesario tener la sensación de que la Administración cree en la colaboración y de que pone los medios para que se trate de un proyecto a largo plazo. El resultado en estas colaboraciones necesita de una definición y unas reglas del juego claras, permanentes en el tiempo, que aportan a la empresa una cierta seguridad. Obviamente, existe un riesgo de operaciones pero la empresa debe saber que no está expuesta a otro tipo de riesgos que a veces se dan y que pueden disuadir al capital para que se aplique a un proyecto de colaboración público.

### La situación en España

- G.B.** Germà Brel. Creo que estamos en una situación interesante porque es un poco mixta. Por un lado, se registra un aumento

de una aproximación menos recelosa de muchos gobiernos a este tipo de colaboraciones. En este caso, España es un país que ha tenido una tradición mucho más abierta que otros países. Sin embargo, por otro lado, nos encontramos en un momento que puede dar lugar también a actuaciones de urgencia.

- J.S.** Estoy de acuerdo con Germà Brel. España es un ejemplo en los últimos años de múltiples experiencias de colaboración público-privada en sectores que años atrás eran sectores públicos o monopolios. Sin embargo, ha habido una situación de colaboración muy interesante. En otros sectores, este partenariado ha sido menor.

### El sector de la salud

- J.S.** En el sector de la salud, hemos tenido pocas oportunidades. Una de ellas es la experiencia de colaboración con las mutualidades que, a pesar de sus problemas de financiación y de convicción profunda, cuenta con lo más importante: la mayoritaria adhesión de los clientes, de los mutualistas que están en compañías privadas. Y el otro gran ejemplo, en el que también operamos desde el año pasado, es el modelo concesional de Valencia.

- G.B.** Existen dos principales problemas que han frenado una mayor extensión de la colaboración público-privada en países como

España: el hecho de que la instauración del derecho a la salud como universal es muy reciente, desde los años 80 en España y el desastre del sistema de salud en Estados Unidos. Creo que son dos de las líneas que más están dificultando las colaboraciones en este ámbito y que crean un tipo de aversión directa y de entrada anímica a la vinculación entre sector privado y salud.

- J.S.** Este asunto afecta no solo en España, sino también a otros países europeos. Afortunadamente, algún país ya ha dado pasos planteando formas de colaboración público privadas. Tiene mucho peso todavía la idea de “la sanidad para todos” y el hecho de que se confunde el acceso universal a la sanidad con que la prestación universalmente sea pública. Son dos cosas distintas.

## » Se confunde el acceso universal a la sanidad con que la prestación universalmente sea pública. Son dos cosas distintas

- J.S.** Existen fórmulas como las mutualidades gracias a las que más de dos millones de empleados públicos en España tienen derecho a una cobertura a través de empresas privadas como la nuestra, en un modelo financiado públicamente, muy regulado y controlado, en términos de calidad y prestaciones. Estoy convencido de que los ciudadanos bajo este sistema no solo tienen acceso universal, financiado públicamente, sino que tienen garantizados mejor sus derechos porque hay más competencia y más exigencia.

### La calidad en el sector de la salud

- J.S.** Si hablamos de la calidad final del resultado en términos de salud de las intervenciones y las actuaciones del sistema, tenemos mucho que recorrer tanto en el ámbito público como el privado. Lo más desarrollado son los aspectos de accesibilidad, de derecho a un nivel de asistencia, al acceso a una especialidad, una prueba o una cirugía. En lo que respecta al nivel de acceso, la Administración Pública, cuando

se relaciona con una empresa privada, tiene bastante fácil el poder garantizar el derecho de sus usuarios al acceso a sus servicios.

- G.B.** En los servicios de este tipo, la colaboración público-privada puede fomentar de manera positiva una posibilidad de comparación para otros gestores públicos que están en el sistema. De esta manera, se introduce más disciplina.
- J.S.** Creo que también es muy importante que los modelos de contrato premien a aquellos que lo hacen mejor, que no sean tan homogéneos, sino que sean contratos pensados con un socio industrial que va a asumir un riesgo en la gestión. Es necesario que este modelo de contrato tenga estímulos fuertes para quien lo hace mejor.

### El escenario de futuro

- G.B.** Creo que va a aumentar la colaboración público-privada, aunque muy despacio y con muchas dudas. Va a tener que superar muchas reticencias. Va a haber un proceso de afinamiento entre la sociedad y la clase política y los gestores privados, un proceso de depuración que permita esclarecer qué mejoras se pueden esperar y qué riesgos se deben intentar evitar. Creo que las restricciones financieras que va a sufrir el sector, actualmente por la crisis económica, y en el futuro por la evolución de nuestra esperanza de vida, van a provocar que el sistema sanitario tenga más tensión de gasto y esto va a llevar a buscar formas más sostenibles.

## » Creo que va a aumentar la colaboración público-privada, aunque muy despacio y con muchas dudas

- J.S.** Hay una demostración de estabilidad y de solvencia, y en los tiempos que corren, las Administraciones se van a obligar a buscar aliados. Cuando esta búsqueda se haga sin prejuicios y comparando datos, se verá que en las colaboraciones público-privadas existe un camino, que no es la panacea del sistema sanitario español, pero sí uno de los pilares en los que apoyarse para dar un salto significativo.

# SOBRE EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009

El Informe de Sostenibilidad 2009 de DKV Seguros presenta, por tercer año, la triple rendición de cuentas de la compañía, económica, social y ambiental, en un **doble formato**, electrónico e impreso, con el objetivo de seguir contribuyendo a la protección del medio ambiente.

Como en los anteriores informes, la versión impresa recoge de manera sencilla y resumida la información general de las diferentes áreas de la compañía, acompañada de sus objetivos y principales logros. Por su parte, la versión on-line presenta los contenidos de manera más amplia y detallada. De esta manera, no sólo se **ahorra en recursos naturales** sino que se ofrece al lector distintas posibilidades para una **lectura ágil o más profunda**. El documento, además, está accesible en la página web de la compañía [www.dkvseguros.com](http://www.dkvseguros.com) en formato pdf, para aquellos que, por razones de estudio o de consulta, necesiten descargarla.

El informe se ha elaborado nuevamente siguiendo los criterios del G3 del Global Reporting Initiative (GRI) e incluye información sobre todos los indicadores necesarios para alcanzar el nivel de aplicación A+, además de los relativos al sector financiero y de seguros. Cualquier omisión de los indicadores está justificada debidamente.

DKV se **autocalifica con un nivel A+**, respecto al grado de aplicación de la guía G3. Asimismo, el Informe incorpora las prescripciones de la **nueva versión del Estándar AA1000APS (2008)**, en su realización y del **estándar ISAE3000** en su verificación.

## Principios para la elaboración del informe

### MATERIALIDAD

El estudio está basado en el estándar AA1000APS (2008) de AccountAbility, que consiste en identificar los asuntos relevantes comparando la madurez de los mismos en el sector y los riesgos que representan para la compañía. Los temas identificados se clasifican en emergentes, generalizados, necesarios y urgentes.

### DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

DKV trabaja continuamente para identificar las expectativas y necesidades de sus grupos de interés a través de vías de diálogo que proporcionen relaciones estables con ellos. A lo largo del Informe se describen los diferentes canales de existentes, así como las acciones desarrolladas por la compañía.

DKV tiene además otros canales de consulta y ofrece la posibilidad a sus grupos de interés de realizar sugerencias y comentarios sobre la información contenida en la memoria a través del correo electrónico [memoriaanual@dkvseguros.com](mailto:memoriaanual@dkvseguros.com) y de la encuesta que se encuentra en la sección de Anexos de este informe.

### CONTEXTO DE SOSTENIBILIDAD

Este informe presenta los resultados alcanzados por DKV Seguros en las dimensiones económica, ética, medioambiental y social. Los datos e iniciativas que se presentan están completados con información de contexto, comentarios sobre el enfoque de la dirección y la gerencia en cada una de las citadas dimensiones, así como sobre su concreción en productos y sobre la acción social estratégica, dotación de recursos, actuaciones realizadas y relaciones que establece la entidad.

### EXHAUSTIVIDAD

El informe da cobertura a todas las actividades empresariales significativas e indicadores de importancia material. El estándar G3 del GRI requiere además la explicación de los principios para la definición de la calidad de la información divulgada en el informe, que son los siguientes:

1. **Equilibrio:** el informe incluye tanto aspectos positivos como negativos, allí donde los resultados no han cumplido las expectativas formuladas o donde se han producido impactos negativos inesperados.
2. **Comparabilidad:** con el fin de presentar información comparable, se incorporan series trienales de todos los indicadores cuantitativos para los que se disponen datos. En el caso que los sistemas de cálculo o perímetro varíen en relación al año anterior, el informe lo especifica.



3. **Precisión:** la información aportada presenta el nivel de detalle necesario para responder a las expectativas de los grupos de interés. La elaboración del Informe de Sostenibilidad está documentada y los responsables de suministrar la información supervisan los datos aportados.
4. **Periodicidad:** con éste, se publica por noveno año consecutivo el Informe de Sostenibilidad de DKV, una rendición de cuentas voluntaria que se une a la publicación periódica de cuentas anuales normativas.
5. **Claridad:** la información presenta la claridad necesaria para responder a las expectativas de los grupos de interés. Para ello, se ha puesto especial énfasis en evitar jerga del sector, en señalar el alcance de los datos aportados y en desarrollar casos de estudios que contextualicen y acerquen la realidad de DKV Seguros a los lectores de esta memoria.
6. **Fiabilidad:** el Informe de Sostenibilidad 2009 de DKV ha sido verificado por KPMG Asesores, de conformidad con la Norma ISAE 3000. Los datos financieros han sido auditados por KPMG Auditores.
7. **Respuesta:** a través de los sistemas de consulta que mantiene con sus empleados, DKV ha incorporado sus expectativas y valores en los apartados de este informe.

# UN AÑO EN IMÁGENES

1



2



3



4



5



6



1. Más de 300 personas asistieron a la inauguración del Hospital de Dénia, presidida por Francisco Camps, presidente de la Generalitat Valenciana.
2. Barcelona, Zaragoza y Madrid acogieron las ruedas de prensa de presentación de los resultados de 2008.
3. El Rey Juan Carlos I recibió en la Zarzuela a una representación del equipo directivo del Grupo ERGO y de DKV.
4. DKV recibió el pasado 28 de enero el Premio Trámite Parlamentario a la Empresa Más Responsable. El Consejero Delegado, el Dr. Josep Santacreu, fue el encargado de recoger este galardón de manos de Josep M. Francàs, director de la revista Trámite Parlamentario.
5. DKV, patrocinador oficial del Club Tenis Taula Borges y del Unibasket Jerez.
6. Premio 'Mejores ideas del año' para el DKV Renta Mujer, un seguro que reconoce el trabajo de la mujer en el hogar.
7. Marina Salud celebró la presentación oficial de CuidArt, un proyecto que muestra una nueva visión terapéutica del arte en el Hospital de Dénia.
8. Treinta y ocho empleados de DKV recibieron las insignias de plata y bronce de la Hermandad de Donantes de Sangre de Zaragoza.
9. Nace Click! DKV, la nueva publicación de DKV para los clientes de Salud de la compañía.
10. La compañía se inicia en el voluntariado profesional.
11. La sucursal de San Sebastián de DKV Seguros lució sus mejores galas para celebrar la inauguración de sus nuevas instalaciones.
12. La sucursal de Sevilla inauguró el 5 de noviembre sus nuevas instalaciones en la capital andaluza, un moderno y amplio espacio de 414 m<sup>2</sup> situado en la calle Miguel Rodríguez Piñero.
13. La Dirección General Comercial cambia de estructura y define un nuevo organigrama más flexible, fresco y eficiente.
14. Quinientos empleados del Grupo DKV hicieron historia el pasado 9 de septiembre al conseguir un récord mundial avalado por la organización Guinness: el mayor concurso corporativo del mundo.
15. DKV se integra en Munich Health.
16. DKV elabora un nuevo Código de Conducta.
17. Deporte y solidaridad se unieron este año para celebrar el Día del Voluntariado de DKV, que contó con la inestimable ayuda de empleados y familiares de Zaragoza, Madrid y Valencia.
18. DKV, en colaboración con Ecología y Desarrollo, ha elaborado el primer informe del Observatorio DKV Salud y Medio Ambiente, donde repasa las principales amenazas ambientales que existen en nuestro entorno.
19. Jordi Núñez, ganador de la primera edición de DKV Fresh Art.



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



# HITOS 2009

## NACE MUNICH HEALTH

Desde el pasado 1 de enero, DKV Seguros y todas sus filiales (ERGO Vida, ERGO Seguros Generales, UMLF, DKV Servicios y Marina Salud) forman parte de Munich Health, una nueva división de negocio de Munich Re que agrupa a todas las unidades y compañías del grupo dedicadas a seguros, reaseguros y servicios de salud que operan fuera de Alemania.

## DKV, ENTRE LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN ESPAÑA

DKV Seguros ha sido nombrada Best Workplaces 2009 de España. La aseguradora es la quinta empresa mejor valorada de la lista de Mejores Lugares para Trabajar dentro de la categoría de organizaciones entre 500 y 1.000 empleados, que realiza anualmente la consultora Great Place to Work Institute a partir de los testimonios de la plantilla de la aseguradora.

## PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE IGUALDAD

2009 ha supuesto el arranque del Plan de Igualdad de DKV Seguros. El plan, que nace para respaldar la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en la aseguradora, surge tras el análisis de la situación de la compañía y de los avances que se habían realizado desde 2003 a través del Programa Óptima para garantizar la igualdad y favorecer la conciliación de la vida personal y profesional.

## DKV SE ACREDITA CON EL CERTIFICADO ISO14001

La entidad DNV concedió a DKV el certificado ISO14001, para los edificios de la sede central en Zaragoza por su actividad en 2009.

## APERTURA DEL HOSPITAL DE DENIA

Marina Salud inició en febrero de 2009 su actividad de prestación de la cobertura sanitaria a la población residente en el área 13 de la Comunidad Valenciana. El acuerdo incluye la gestión del hospital público de Dénia (Alicante), que durante su primer año de actividad ha atendido a más de 50.000 personas. El doctor

Ángel Giménez fue nombrado en noviembre de 2009 gerente del Departamento de Salud de Denia.

## LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA 'TÚ DECIDES'

Por primera vez, los asegurados de DKV y sus empleados han podido elegir un proyecto de entre los 27 preseleccionados de la Convocatoria Pública de Ayudas a Proyectos Sociales y Medioambientales. Con esta iniciativa, la compañía quiere involucrar a estos dos grupos de interés en la Responsabilidad Empresarial.

## PRIMERA EDICIÓN DEL DKV FRESH ART

2009 ha acogido la primera edición de DKV Fresh Art, un concurso dirigido a todos los alumnos de bachillerato de Murcia, Castellón, Valencia y Alicante, que pretende contribuir a la identificación de nuevos talentos y a la búsqueda de la expresión creativa sin censuras en sus diferentes disciplinas. En próximas convocatorias se extenderá al resto de provincias españolas.

## NUEVA VERSIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

DKV Seguros ha renovado su código de conducta con la finalidad de proporcionar a todos los empleados directrices para una conducta adecuada respecto a los compañeros y superiores, así como en su trato con clientes y con el público en general. El nuevo Código de Conducta es un instrumento fundamental con el que cuenta la compañía para que los compromisos que establece el plan estratégico con sus grupos de interés pasen a ser una realidad visible.

## REESTRUCTURACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL COMERCIAL

La Dirección General Comercial de la empresa se ha adaptado durante 2009 a las nuevas necesidades del mercado para poder ofrecer un servicio más directo, ágil y especializado a sus clientes y mediadores. La renovación ha supuesto una profunda transformación que ha afectado a diferentes aspectos como la organización, la retribución e incentivación, los resultados económicos, el conocimiento del negocio asegurador y su difusión.

# INDICADORES CLAVE Y DE ACTUACIÓN INTEGRADA



INDICADORES CLAVE	2007	2008	2009
<b>DE UN VISTAZO (MILES DE EUROS)</b>			
PRIMAS	411.225	436.044	537.643
BENEFICIOS NETOS	25.050	25.239	20.563
FONDOS PROPIOS	121.814	153.505	159.181
INVERSIONES (VALOR CONTABLE)	449.768	473.531	545.739
<b>I+D</b>			
HORAS/AÑO	12.466	13.440	16.781
Nº DE PERSONAS DESTINADAS AL DEPARTAMENTO	8	8	10
COSTE SOCIAL DEPARTAMENTO I+D (EUROS)	385.926	448.990	497.612
<b>SINIESTRALIDAD NETA</b>			
	75,3%	74,8%	81,0%
<b>DISTRIBUCIÓN DE PRIMAS POR RAMOS (MILES DE EUROS)</b>			
ASISTENCIA SANITARIA*	65%	67%	74%
SUBSIDIO	10%	9%	7%
HOGAR	8%	7%	6%
DECESOS	8%	9%	8%
VIDA	5%	5%	4%
ACCIDENTES	3%	3%	1%
*Incluye Marina Salud			



## INDICADORES CLAVE

2007

2008

2009

### EVOLUCIÓN N.º DE ASEGURADOS

1.663.683

1.714.545

1.791.740

### VOLUMEN DE ASEGURADOS POR RAMO

#### SALUD (INCLUYE UNIÓN MÉDICA LA FUENCISLA)\*

492.070

532.808

699.844\*

#### SUBSIDIO

77.944

70.181

63.921

#### HOGAR

234.416

218.054

200.303

#### DECESOS

624.757

647.435

682.268

#### VIDA

36.083

35.058

35.241

#### ACCIDENTES

179.892

211.009

110.163

\* Incluye Marina Salud

## ÁREAS DE NEGOCIO

### SALUD [Asistencia sanitaria (incluye UMLF, subsidio y accidentes)]

#### PRIMAS (millones de euros)

309

342

444\*

#### ASEGURADOS (PERSONAS)

570.014

813.998

873.920\*\*

\* Incluye Marina Salud

\*\* Incluye Marina Salud

### VIDA

#### PRIMAS (MILLONES DE EUROS)

22

21

20

#### ASEGURADOS (PERSONAS)

36.083

35.058

35.241

### SEGUROS GENERALES (Hogar y Decesos)

#### PRIMAS NETAS (millones de euros)

79

73,5

73

#### ASEGURADOS

859.173

865.489

882.571



RECURSOS HUMANOS	2007	2008	2009
<b>FORMACIÓN</b>			
INVERSIÓN TOTAL EN FORMACIÓN (EUROS)	686.000	807.000	772.000
<b>RELACIÓN ENTRE EL PRESUPUESTO DE FORMACIÓN Y GASTO TOTAL DE PERSONAL</b>			
	2,10%	2,26%	2,23%
<b>NÚMERO DE CURSOS DE FORMACIÓN</b>			
COMERCIAL	9.292	14.858	26.566
NO COMERCIAL	250	123	167
<b>Nº DE ASISTENTES A CURSOS DE FORMACIÓN</b>			
COMERCIAL	15.902	18.626	30.131
NO COMERCIAL	1.354	1.505	2.489
<b>NIVELES DE PRODUCTIVIDAD LABORAL</b>			
PRIMAS /EMPLEADOS (MILES DE EUROS/EMPLEADO)	575,94	607,3	637,62
<b>ESTABILIDAD EN EL EMPLEO</b>			
<b>EMPLEO POR TIPOS:</b>			
TEMPORAL	3,23%	1,95%	2,12%
INDEFINIDO	96,76%	98,05%	97,88%
Nº DE TRABAJADORES SUBCONTRATADOS	93	91	89
RELACIÓN ENTRE EL SALARIO MÁS BAJO Y EL MÍNIMO NACIONAL LEGAL	137,61%	130,87%	127,59%
<b>ACCIÓN SOCIAL ESTRATÉGICA</b>			
Nº DE PARTICIPACIONES DE EMPLEADOS EN ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO Y ACCIÓN SOCIAL	765	630	365
Nº DE CONTACTOS ENTRE ONG Y EMPLEADOS A TRAVÉS DEL PORTAL DEL VOLUNTARIADO DE DKV	120	382	422
Nº DE PROYECTOS DE VOLUNTARIADO APOYADOS	11	8	9
Nº DE BENEFICIARIOS	32.094	8.406	31.625
Nº DE ENTIDADES DEL TERCER SECTOR CON LAS QUE SE HA COLABORADO	55	37	40





INDICADORES CLAVE	2007	2008	2009
<b>INDICADORES DE ACTIVIDAD DE LA FUNCIÓN INTEGRALIA</b>			
<b>PUESTOS DE TRABAJO CREADOS Y EN ACTIVO</b>			
NUEVOS	57	58	79
ACTIVOS	120	50	70
<b>PERSONAS INTEGRADAS EN LA EMPRESA ORDINARIA</b>			
	6	3	4
Nº DE LLAMADAS, FAXES Y E-MAIL GESTIONADOS MENSUALMENTE	69.238	67.422	112.238

MEDIO AMBIENTE	2007	2008	2009	DIFERENCIA %
CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA (MWH)	2.521,79	2.399,19	2406,12	0,28%
CONSUMO DIARIO DE LITROS DE AGUA POR EMPLEADO EN SEDE CENTRAL DE DKV ZARAGOZA	11,98	10,03	14,27	29,71%
CONSUMO TOTAL DE PAPEL (TONELADAS)	213,008	247,7	282,286	13,96%
DESPLAZAMIENTO Y EMISIONES CO2 GLOBALES (TONELADAS CO2)	841,11	588,98	676,76	14,9%

INDICADORES DE ACTUACIÓN INTEGRADA	2007	2008	2009
<b>INDICADORES SOCIOECONÓMICOS</b>			
<b>N.º DE ACTOS E INDEMNIZACIONES PAGADAS</b>			
SEGUROS DE SALUD (INCLUYE SEGUROS DENTALES Y SUBSIDIOS)	5.304.443	5.304.013	6.176.224
SEGUROS DE VIDA	1.481	1.653	1.862
SEGUROS GENERALES	50.540	41.846	41.937
<b>CUANTÍA ECONÓMICA REVERTIDA A LOS CLIENTES</b>			
SEGUROS DE SALUD (INCLUYE SEGUROS DENTALES Y SUBSIDIOS)	227,38	227,6	275,3





## INDICADORES DE ACTUACIÓN INTEGRADA INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

	2007	2008	2009
SEGUROS DE VIDA	15	24,9	19
SEGUROS GENERALES	19,5	24,2	18,9
<b>CALIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS</b>			
TOTAL Nº DE QUEJAS	2.486	3.397	3.140
PORCENTAJE DE BAJAS (CAÍDAS EN LA CARTERA)	9,96%	11,86%	15,24%
<b>PRECIO DEL SERVICIO (PRIMA MEDIA POR ASEGURADO)</b>			
SEGUROS DE ASISTENCIA SANITARIA (SE INCLUYE UNIÓN MÉDICA LA FUENCISLA)	523,42	552,18	508,99
SEGUROS DE VIDA	483,81	479	480
SEGUROS DE SUBSIDIO	503,93	542,2	545,46
SEGUROS GENERALES (DECEOS Y HOGAR)	72,36	85	88,30

## INDICADORES DE ACTIVIDAD

	2007	2008	2009
<b>ÍNDICES DE ACTIVIDAD ASISTENCIAL</b>			
TOTAL ASEGURADOS SALUD (SE INCLUYE UNIÓN MÉDICA LA FUENCISLA)	495.491	532.808	606.602
VOLUMEN TOTAL DE PRIMAS (EUROS) (SE INCLUYE UNIÓN MÉDICA LA FUENCISLA)	261.444.635	294.207.984	308.758.996
<b>ATENCIÓN PRIMARIA</b>			
CONSULTAS	539.788	581.941	614.984
VISITAS A DOMICILIO	22.491	23.278	23.729
<b>ATENCIÓN ESPECIALIZADA</b>			
CONSULTAS	1.532.446	1.669.065	1.759.640
VISITAS A DOMICILIO	10.803	11.683	21.076



## INDICADORES DE ACTIVIDAD

2007

2008

2009

INGRESOS HOSPITALARIOS

28.142

28.782

28.874

PARTOS TOTALES

5.667

5.780

5.535

CIRUGÍAS AMBULATORIAS HOSPITALARIAS

14.522

15.330

16.625

PRUEBAS DIAGNÓSTICAS

987.417

1.039.071

1.585.475

PAGOS REALIZADOS A MÉDICOS (EUROS)

35.256.645

53.765.893

39.729.023

PAGOS REALIZADOS A CLÍNICAS (EUROS)

144.958.071

146.999.735

171.297.049

## ÍNDICES DE ACTIVIDAD EN SEGUROS DE REEMBOLSO

### MUNDISALUD

SINIESTROS GESTIONADOS

170.695

188.149

121.109

SINIESTROS PAGADOS

172.702

172.126

113.679

IMPORTE PAGADO A ASEGURADOS (EUROS)

16.675.576

17.586.279

12.285.500

### TOP HEALTH

SINIESTROS GESTIONADOS

48.183

52.998

54.969

SINIESTROS PAGADOS

45.060

48.781

51.949

IMPORTE PAGADO A ASEGURADOS (EUROS)

5.881.777

6.950.472

7.603.127

### DENTISALUD PLUS

SINIESTROS GESTIONADOS

207

259

228

SINIESTROS PAGADOS

196

176

162

IMPORTE PAGADO A ASEGURADOS (EUROS)

7.682

7.260

5.813

### SUBSIDIO

ASEGURADOS

77.944

70.181

63.921

PRIMAS

39.278.305,82

38.052.153,35

34.898.597

SINIESTROS GESTIONADOS

13.711

13.281

13.368

SINIESTROS CERRADOS

13.818

12.736

13.908

PAGOS (MILES DE EUROS)

23.174

21.543

22.148



INDICADORES DE ACTIVIDAD	2007	2008	2009
<b>SEGUROS DE HOGAR</b>			
ASEGURADOS	234.416	218.054	200.303
PÓLIZAS	234.416	218.054	200.303
PRIMAS NETAS (EUROS)	32.354.838	31.755.571	31.704.444
PAGOS (EUROS)	16.248.977	15.398.000	14.263.789
SINIESTROS GRABADOS	40.830	35.283	35.605
COSTE MEDIO POR SINIESTRO (EUROS)	398	436	401
<b>SEGUROS DE DECESOS</b>			
ASEGURADOS	624.746	647.435	682.268
PÓLIZAS	193.229	203.537	216.966
PRIMAS NETAS (EUROS)	38.321.289	41.789.810	46.559.678,57
PAGOS (EUROS)	7.930.721	8.798.000	9.326.496
SINIESTROS GRABADOS	6.371	6.563	6.332
COSTE MEDIO POR SINIESTRO (EUROS)	1.245	1.341	1.473
<b>SEGUROS DE ACCIDENTE</b>			
ASEGURADOS	179.892	211.009	110.163
PÓLIZAS	35.970	33.820	29.074
PRIMAS NETAS (EUROS)	9.332.773	9.416.393	7.350.283
PAGOS (EUROS)	4.446.341	3.036.142	3.484.904
SINIESTROS GRABADOS	3.339	2.982	2.663
COSTE MEDIO POR SINIESTRO (EUROS)	1.332	1.018	1.309
<b>SEGUROS DE VIDA</b>			
ASEGURADOS	36.083	35.058	35.241
PÓLIZAS	33.494	33.811	33.734
PRIMAS NETAS (EUROS)	21.817.366	20.994.603	20.074.363
PAGOS (EUROS)	15.038.804	24.885.449	19.351.020
SINIESTROS GRABADOS	1.481	1.653	1.862
COSTE MEDIO POR SINIESTRO (EUROS)	10.154,49	15.054.72	10.392,60

# EL MODELO ESTRATÉGICO: COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

## AVANCES EN EL PROYECTO “VALORES COMPARTIDOS”

DKV puso en marcha en 2008 el proyecto ‘Valores Compartidos’, un proceso participativo y abierto a través del cual la entidad pretende implicar a sus empleados en el desarrollo ético de la organización. Enmarcado dentro de la línea ‘Empresa responsable’ del Plan Estratégico Compromiso 2007–2010, el proyecto ha comportado en 2009 la revisión y actualización del Código de Conducta.

El nuevo **Código de Conducta** es un instrumento fundamental con el que cuenta la compañía para que los compromisos que establece el plan estratégico con sus grupos de interés pasen a ser una realidad visible. Entre las novedades del documento destacan la adecuación al Código de Conducta del Grupo ERGO, la introducción de las sugerencias de los empleados y, sobre todo, su ámbito de aplicación, ya que, a partir de este momento, únicamente se aplica a empleados y directivos del Grupo DKV Seguros.

De manera paralela al Código de Conducta, la compañía ha elaborado dos nuevos documentos, el **Estatuto de Compromisos Éticos**, dirigido a los grupos de interés externos con los que interactúa la compañía, y el **Sistema de Gestión Ética**.

El **Estatuto de Compromisos Éticos** es el marco que orienta el

comportamiento de DKV con los diferentes públicos externos con los que interactúa, de acuerdo a su visión de la responsabilidad y sostenibilidad empresarial y a sus valores corporativos.

En él, se detallan los valores de la compañía (excelencia, trabajo en equipo, sostenibilidad, orientación a resultados, innovación y empatía), los compromisos que DKV asume con cada uno de sus grupos de interés (clientes, profesionales sanitarios, mediadores, proveedores, sociedad, entorno regulatorio, sector y medios de comunicación), lo que espera la compañía de cada uno de ellos y los instrumentos de los que dispone DKV para alcanzarlos.

Por su parte, el **Sistema de Gestión Ética** aclara cuáles son los elementos, las herramientas y los canales de comunicación de todo lo relacionado con la gestión ética de DKV Seguros, especificando el modo en que las incidencias o dudas sobre la ética son resueltas por la organización, a través de tres nuevas figuras, y qué función desempeña cada elemento.

DKV es la primera compañía del sector asegurador que ha obtenido el certificado de Gestión Ética y Socialmente Responsable conforme a la **Norma SGE 21 de Forética**, que garantiza que la entidad ha implantado y verificado un sistema de gestión que permite tener un control y seguimiento de las posibles contingencias relativas a la Responsabilidad Social así como desarrollar una mejora continua en estos aspectos. Durante 2009 ha renovado el certificado.

### VALORES DE DKV

Excelencia  
Trabajo en equipo  
Sostenibilidad  
Orientación a resultados  
Innovación  
Empatía

### GRUPOS DE INTERÉS DE DKV

Clientes  
Profesionales sanitarios  
Mediadores  
Proveedores  
Sociedad  
Entorno regulatorio  
Sector  
Medios de comunicación

## CASO DE ESTUDIO

### DKV SEGUROS, PRIMERA ASEGURADORA EN OBTENER LA SGE21:2008

DKV Seguros ha obtenido el certificado que la acredita como empresa Ética y Socialmente Responsable conforme a la norma de empresa SGE21: 2008, la nueva versión del estándar que impulsa la organización Forética. DKV Seguros es la única aseguradora hasta el momento certificada con dicha norma.

La renovación de este sello asegura que la compañía dispone de un Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable alineado con sus valores, es decir, que integra en su estrategia y gestión la Responsabilidad Social.

Entre las actuaciones que se han valorado positivamente en la auditoría para la obtención del estándar se encuentra el lanzamiento del Plan Compromiso 2007-2010 y su comunicación a través del Proyecto Valores Compartidos, así como la revisión del Código de Conducta, el Sistema de Gestión Ética y el Estatuto de Compromisos Éticos con los grupos de interés.

La SGE 21 es el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que abarca todas las áreas de gestión empresarial entre las que se encuentran la de alta dirección, relaciones con clientes, proveedores, recursos humanos, con inversores, competencia, administraciones públicas, entorno social y medioambiente.

Con su implantación, DKV ha conseguido establecer una serie de indicadores o valores éticos aplicables y cuya implantación es evaluable de manera objetiva y, por tanto, susceptible de someterse a una auditoría.

## NUEVO ENFOQUE DE LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

Desde sus orígenes, DKV se ha distinguido por incluir la Responsabilidad Empresarial (RE) y la gestión ética entre sus prioridades. La RE empezó con un enfoque reactivo y filantrópico, y con los años fue progresando integrándose completamente en el negocio. Primero, implicando a los empleados, y luego incluyéndola en la estrategia de la compañía, convirtiéndose en uno de los ejes clave del plan estratégico vigente.

Actualmente, en DKV la Responsabilidad Empresarial se percibe como fundamental, ya que ha demostrado aportar un valor diferencial a la compañía; se considera una buena herramienta de relación con los grupos de interés; y, además, invita a explorar nuevas posibilidades del negocio e innovar. El proyecto de inserción social y laboral de personas con discapacidad física llevado a cabo desde el año 2000 por la Fundación DKV Integralia es un buen ejemplo de la capacidad pionera en innovación social de DKV y del impacto social de la empresa.

En DKV, la RE como parte activa del negocio es un proceso vivo que requiere adaptarse a un entorno cambiante con nuevos escenarios. Tras casi una década de liderazgo en materia de RE, DKV pretende dar un paso más, evitando el estancamiento propio de haber alcanzado determinado grado de madurez y procurando no caer en el riesgo de dispersión en sus numerosas acciones de Responsabilidad Empresarial.

Para ello, en 2009 se ha llevado a cabo un estudio en profundidad de todas las acciones realizadas en los últimos años, con el objetivo de comprobar su alineamiento con la estrategia de la compañía. Aunque los resultados han sido acordes a los objetivos de la RE establecidos, las conclusiones sugieren la necesidad de proponer un nuevo enfoque de la RE mucho más orientado a acciones que incidan sobre la salud de las personas.

Especialmente en el sector de seguros médicos es imprescindible tener en cuenta las nuevas necesidades sociales relacionadas con los cambios demográficos (envejecimiento de la población, inmigración y fecundidad), factores ambientales (cambio climático y contaminación), determinantes sociales (tabaco, alcohol, drogas ilegales, mala alimentación), factores profesionales (disminución de personal facultativo), etc. Además, los individuos están cada vez más informados y demandan un mejor servicio y una atención de calidad.

En ese sentido, la RE busca acercar las empresas a las personas, escucharlas y tratar adecuadamente sus expectativas, estando presente en el diseño de nuevos productos y servicios, el trato con los grupos de interés y la cadena de valor de la empresa.

Para ello, la RE debe tener en consideración las nuevas singularidades del mundo de la salud, el bienestar de la población y la calidad de vida. De esta manera, el nuevo enfoque destaca el compromiso de DKV con la salud de las

personas en tres ámbitos clave: la salud del profesional, la salud de la empresa y la salud de la sociedad. Cada ámbito se desglosa en distintos ejes, que forman los siete ejes clave de la RE: Salud del Empleado, Salud del Colaborador (mediadores y profesionales

sanitarios), Salud del Cliente, Salud de la Empresa, Salud del Planeta, Salud e Integración y Promoción de la Salud. A su vez, cada eje se desglosa en programas que agrupan las distintas acciones de RE:



# MAGNITUDES DE LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

## ACCIONISTAS

**20,6** millones de EUR  
de beneficio

**32** puesto  
en el MERCO

## PROVEEDORES

**27,3** millones de  
EUR pagados

**26** días de período  
de pago

## CLIENTES

**545,7** millones de EUR  
reinvertidos

**97%** de quejas  
y reclamaciones  
se resolvieron  
en plazo legal

**537,6** millones de EUR  
en primas

## MEDIADORES

**28,8** millones de EUR  
en comisiones

## EMPLEADOS

**34,5** millones de EUR  
en salarios

**772** miles de EUR  
en formación  
comercial  
y no comercial

**21,66%** Porcentaje de  
empleados con  
discapacidad

## PROVEEDORES SANITARIOS

**34.320** profesionales  
sanitarios  
y centros  
ambulatorios

**211** millones de EUR  
por sus servicios

## PROVEEDORES DE SEGUROS GENERALES

**18,5** millones de EUR  
por sus servicios

## SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

**396.812** EUR en  
acción social

**229,3** MWh de  
energía verde  
en DKV

**13,9%** aumento  
del consumo  
de papel

**1,2** millones de  
EUR en compras  
a centros  
especiales de  
empleo

## VÍAS DE DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

LAS DIFERENTES VÍAS DE DIÁLOGO QUE DKV MANTIENE CON SUS GRUPOS DE INTERÉS SON UNA HERRAMIENTA ESENCIAL PARA INTEGRAR LAS EXPECTATIVAS Y NECESIDADES DE LOS PÚBLICOS CON LOS QUE SE RELACIONA LA COMPAÑÍA EN LA FORMA DE GESTIONAR SU NEGOCIO, ASÍ COMO PARA DESARROLLAR ACCIONES ESPECÍFICAS. LAS PRINCIPALES VÍAS DE DIÁLOGO SON:

GRUPOS DE INTERÉS	CANALES DE ESCUCHA	CANALES DE COMUNICACIÓN
<b>CLIENTES</b>	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN FOCUS GROUP OPINIÓN ESTUDIOS DE MERCADO  ENCUESTAS MONITOR DE REPUTACIÓN QUEJAS Y RECLAMACIONES TELÉFONO, WEB Y SUCURSALES ATENCIÓN AL CLIENTE	REVISTA <i>CLICK</i> NEWSLETTER <i>CANAL SALUD</i> WWW.DKVSEGUROS.COM WWW.VIVELASALUD.COM  OFICINAS PUBLICIDAD ENVÍOS POSTALES PATROCINIO INFORME DE SOSTENIBILIDAD NEWSLETTERS PUNTUALES CON INFORMACIONES DESTACADAS INTRANET
<b>EMPLEADOS</b>	ENCUESTA DE CLIMA ENCUESTA MONITOR DE REPUTACIÓN REUNIONES SUCURSALES Y DEPARTAMENTOS  COMITÉS DE EMPRESA	REVISTA <i>EQUIPO DKV</i> NEWSLETTER DIARIA CON RESUMEN DE LOS TITULARES ALBERGADOS EN LA INTRANET. REUNIONES SEGUIMIENTO DE OBJETIVOS INFORME DE SOSTENIBILIDAD NEWSLETTERS PUNTUALES CON INFORMACIONES DESTACADAS
<b>MEDIADORES</b>	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN ENCUESTA MONITOR DE REPUTACIÓN CONSULTORES RED MEDIACIÓN CENTRO DE ATENCIÓN AL MEDIADOR REUNIONES CON COLEGIOS DE MEDIADORES REUNIONES COMERCIALES CON LOS DISTINTOS CANALES DE VENTAS DE LA COMPAÑÍA	NEWSLETTER <i>DKV BUSINESS</i> REVISTA <i>VALORES DKV</i> WEB DKV DIRECTO PLANES DE FORMACIÓN INFORME DE SOSTENIBILIDAD NEWSLETTERS CON PROMOCIONES O NOVEDADES EN PRODUCTOS Y SERVICIOS. CARTELERÍA: FOLLETOS DE VIAJES, CARTELES DE CAMPAÑAS COMERCIALES, ETC.
<b>PROFESIONALES SANITARIOS</b>	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN ENCUESTA MONITOR DE REPUTACIÓN DIRECTORES MÉDICOS CALL CENTER PROVEEDORES SANITARIOS REUNIONES CON COLEGIOS DE MÉDICOS	NEWSLETTER <i>SALUDABLE</i> REVISTA ELECTRÓNICA <i>SALUDABLE</i> REVISTA <i>VALORES DKV</i> WEB PARA PROFESIONALES MÉDICOS INFORME DE SOSTENIBILIDAD

DKV tiene previsto elaborar en 2010 un Plan de Diálogo con sus Grupos de Interés con el objetivo de conocer las percepciones que éstos tienen de la compañía, así como ahondar en sus necesidades y expectativas. La finalidad última es diseñar, a partir de los resultados obtenidos, un plan sistematizado que permita dar respuesta a las demandas de los grupos de interés de una manera eficiente así como establecer canales de diálogo más fluidos.

## COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

En lo que respecta a la relación con los medios de comunicación

y centros académicos, DKV ha tramitado en 2009 la respuesta a 109 cuestionarios, entrevistas y demandas de información y artículos institucionales (2008: 87), solicitados por diversos medios de comunicación y centros académicos. A lo largo de 2009, la compañía ha difundido 102 notas de prensa (2008: 73).

DKV produce anualmente varias publicaciones específicas para cada grupo de interés. Con el objetivo de proteger el medio ambiente, la compañía apuesta cada vez más por el formato electrónico. Por este motivo, las únicas publicaciones editadas en formato papel en 2009 han sido la revista de comunicación interna para los empleados del Grupo *Equipo DKV* y la revista *Click!* para clientes.



Las publicaciones digitales son más numerosas: un boletín electrónico para profesionales sanitarios, *S@ludable*; otro para mediadores, *DKV Business*; un resumen mensual de las notas de prensa para periodistas; y una revista electrónica mensual con contenidos de salud para clientes registrados en la web, *Canal de Salud*. Asimismo, con la puesta en marcha de la comunidad 'Vive la Salud', los clientes registrados reciben dos veces al mes una newsletter con las principales novedades del portal.

Finalmente, la revista *Valores.DKV. Ideas para un futuro mejor*, dirigida a personalidades clave de todos los grupos de interés de DKV, ha adoptado en 2009 un formato electrónico, para poder incorporar recursos multimedia como vídeos o galerías de imágenes.

El conjunto de las publicaciones digitales de DKV llega a más de 37.200 personas.

### Campañas publicitarias y gestión de la marca

DKV ha desarrollado diferentes campañas de publicidad en 2009, entre las que destacan los anuncios en prensa económica, las inserciones en prensa deportiva comunicando el patrocinio del DKV Joventut o las campañas en soportes del sector asegurador.

De forma destacada, se han desarrollado dos oleadas de campañas enfocadas a reforzar la presencia de marca entre las mujeres de 25 a 45 años con planteamiento de quedarse embarazadas o con hijos. Estas campañas, que han tenido lugar entre los meses de marzo/abril y noviembre/diciembre, han supuesto una inversión de casi 600.000 euros, con más de 100 inserciones y coberturas de entre el 48% y el 74% del público objetivo.

### Actividad en internet

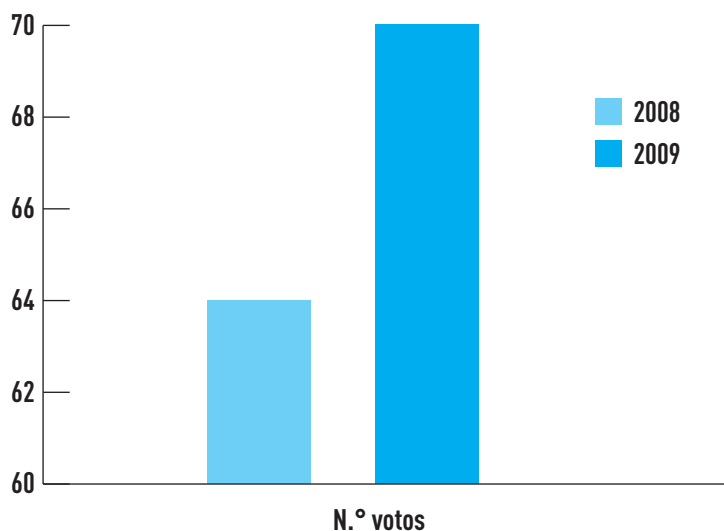
DKV ha diseñado numerosas campañas durante el año en Internet para promocionar la venta de DKV Integral, DKV Residentes y DKV Mundisalud. Las acciones han consistido en promociones en la página web, banners y campañas de Adwords para mejorar la visibilidad de las páginas de la compañía en Google.

### Informe de sostenibilidad

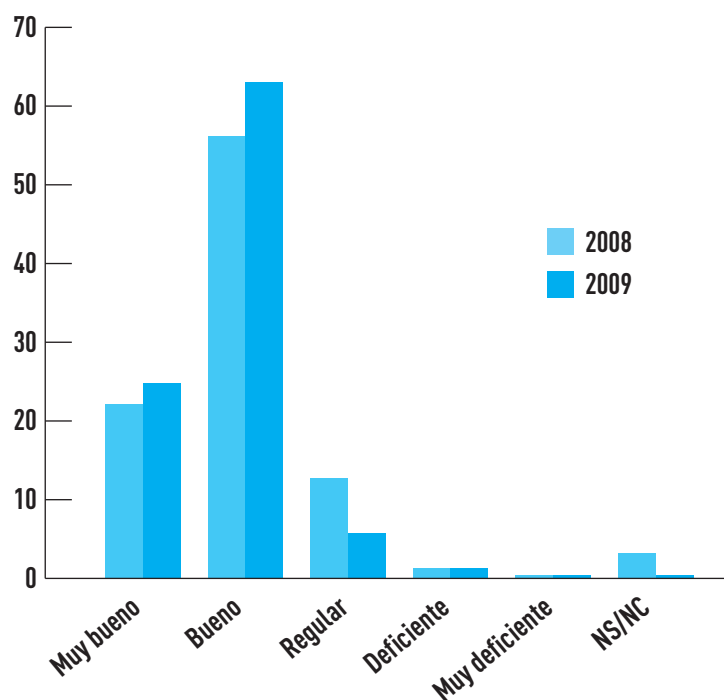
DKV edita desde 2001 su Informe de Sostenibilidad, una publicación que recoge las principales acciones del año y su impacto en los diferentes grupos de interés. Cada año, se identifican los aspectos materiales sobre los que DKV debe centrar su atención y reportar. El Informe de DKV se convirtió en 2003 en el primero de una aseguradora española en lograr la certificación del Global Reporting Initiative (GRI) y cuatro años más tarde, en 2007, también obtuvo la máxima calificación del GRI, A+, por delante del resto de aseguradoras españolas, puntuación que ha repetido en 2008, 2009 y 2010 con el presente informe.

Una de las vías para que los grupos de interés transmitan su opinión sobre el documento es el cuestionario que se encuentra al

### Comparativo de votos 2008-2009



### Calidad e interés del colectivo 2008/2009



### Monitor Interno de Reputación

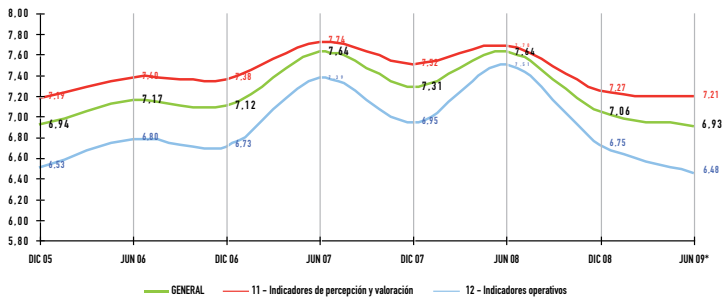
El Monitor Interno de Reputación es una herramienta diseñada por DKV Seguros para medir la evolución de la opinión de sus grupos de interés sobre la compañía. Permite medir la eficacia del Plan de Reputación a lo largo del tiempo para poder articular el diálogo sobre los asuntos relevantes.

En 2009 se obtuvieron los resultados de la quinta oleada del Monitor de Reputación, basada en 1648 encuestas.

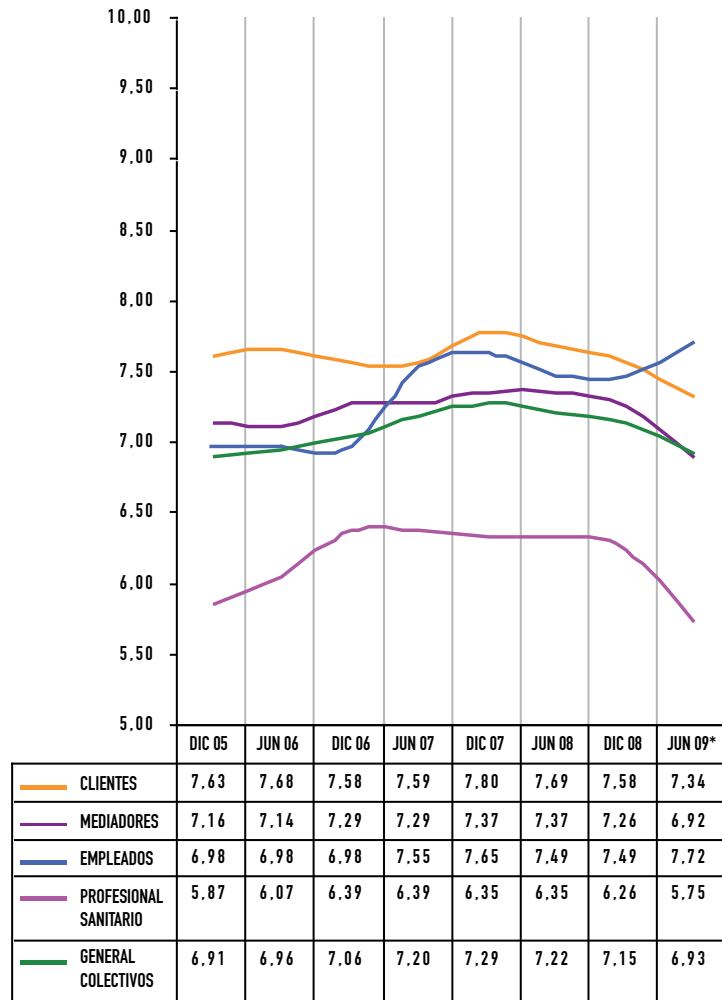
final del Informe de sostenibilidad on-line, disponible en [www.dkvseguros.com](http://www.dkvseguros.com).

El año pasado, 70 personas respondieron a esta encuesta, la mayoría procedente del colectivo de empleados y mediadores. La valoración de la calidad e interés del contenido es buena o muy buena, en la mayor parte de casos. Las opiniones registradas se han tenido en cuenta a la hora de elaborar el informe de este año.

### Evolución General



### Evolución resultados por colectivos

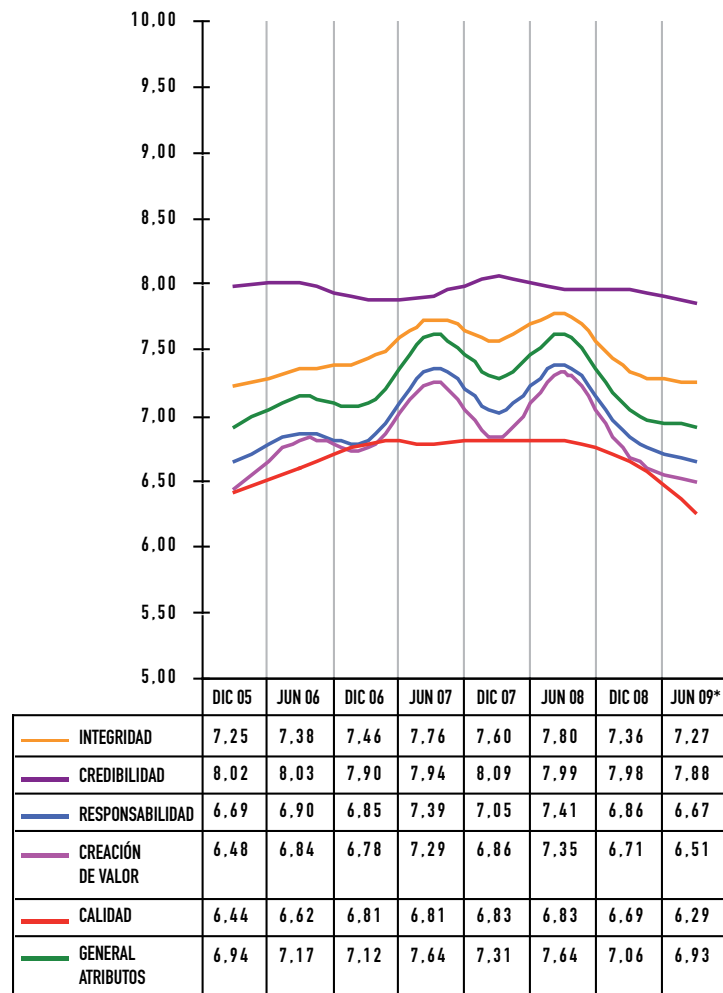


Los valores de reputación que mide el Monitor son los siguientes:

- **Integridad:** posicionamiento como empresa responsable y transmisión de los valores reflejados en su código de conducta.
- **Credibilidad** (del modelo empresarial): basada en el apoyo de la empresa matriz. La gestión basada en los nuevos valores sociales fortalece la proyección del modelo a medio y largo plazo.
- **Responsabilidad:** la Responsabilidad Empresarial puede convertirse en un riesgo si no se aplica a todos los niveles de la compañía con el objetivo de conseguir un beneficio social.
- **Creación de valor:** para todos los grupos de interés, fortaleciendo la cultura y proyectando una imagen cohesionada de grupo frente a los competidores.
- **Calidad (de la gestión):** configurando una cadena de valor en la que todos los componentes se sientan integrados y motivados y que tenga como fin mejorar la oferta y el servicio a los clientes.

A nivel general, la valoración sobre los atributos clave de DKV ha descendido en 2009 hasta un 6,93, situándose por primera

### Evolución resultados por atributos



## MEDIOS DE CONSULTA DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD

	2008	2009
PAPEL	34,22%	14,29%
INTERNET	65,67%	84,29%
NO INDICÓ	—	1,43%

vez desde diciembre de 2005 por debajo del 7. Al analizar los resultados de los diferentes grupos de interés, se observa como la valoración de todos los colectivos desciende respecto a la última medición, excepto la de los empleados, que aumenta un 3,07%, y configura a este grupo de interés como el que mejor valora a DKV de manera general, por encima, por primera vez, de los clientes. Los profesionales sanitarios, por su parte, son el grupo de interés que muestra una valoración global más baja hacia la compañía.

Respecto a los atributos, el mejor valorado continúa siendo la credibilidad, mientras que la calidad es el que obtiene una puntuación más baja y la integridad, el que se muestra más estable, con la segunda mejor nota.

### Premios y reconocimientos recibidos

- 1. Best Workplace 2009:** El Instituto Great Place to Work España ha certificado a DKV Seguros como uno de los mejores lugares para trabajar en España 2009.
- 2. Líderes en satisfacción, fidelidad y prestigio para los consumidores:** DKV es la empresa cuyos seguros de salud cuentan con mayor confianza, fidelidad y prestigio del sector entre los consumidores, según el índice STIGA de Satisfacción del Consumidor Español (ISSCE), elaborado a partir de 20.000 encuestas telefónicas a consumidores españoles.
- 3. MERCO 2009:** DKV ha repetido en el puesto 32 entre las compañías con mejor reputación corporativa, según los resultados de la novena edición de MERCO. Además, la compañía aparece en la segunda posición en la clasificación sectorial y su Consejero Delegado, Dr. Josep Santacreu, ocupa el puesto 23 en el ranking de líderes empresariales, mejorando ocho puestos respecto a 2008. En cuanto al MERCO Personas, DKV es una de las cien mejores empresas para trabajar en España, según el último informe. DKV Seguros avanza once puestos desde la anterior edición del estudio y pasa del 74 al 63.
- 4. SGE 21:** La compañía ha renovado la certificación SGE 21.

- 5. ISO14001:** La entidad DNV concedió a DKV el certificado ISO14001, para los edificios de la sede central en Zaragoza por su actividad en 2009.
- 6. Premio especial a la Trayectoria y Compromiso con SERHS:** El Dr. Josep Santacreu recogió este galardón, concedido por el Consejo de Administración del Grupo SERSH, por la estrecha relación entre ambas compañías.
- 7. Premio Trámite Parlamentario:** DKV recibió el 28 de enero el Premio Trámite Parlamentario a la Empresa Más Responsable, en un acto encabezado por José Bono, presidente del Congreso de los Diputados.
- 8. Primera empresa certificada por la Hermandad de Donantes de Sangre de Zaragoza:** DKV ha sido la primera compañía acreditada por la Hermandad por su colaboración durante una década. A lo largo de 10 años, los empleados han realizado más de 1.000 donaciones de sangre, que han permitido salvar 3.000 vidas.
- 9. Mejores ideas del año de Actualidad Económica por el producto DKV Renta Mujer:** DKV se ha convertido en la primera aseguradora que reconoce el trabajo de la mujer en el hogar, con una cobertura que la protege frente a posibles imprevistos y que prevé una aportación económica en caso de enfermedad o accidente.
- 10. Olivo de plata del Colegio de Mediadores de Jaén:** El premio acredita a DKV como la mejor compañía de 2008. José Luis Martínez, presidente del Colegio, destacó la especial vinculación y servicio de DKV con el Colegio de Mediadores de Jaén.
- 11. Cargol corredor:** El Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida hizo entrega a la compañía de la placa 'Cargol corredor', en agradecimiento por la colaboración de DKV Seguros con la entidad.

### Patrocinio deportivo y cultural

Durante 2009, el Grupo DKV Seguros ha centrado su actividad de patrocinio en los siguientes equipos y eventos:

#### DKV SEGUROS Y CLUB JOVENTUT DE BADALONA

DKV Seguros es patrocinador oficial del Club Joventut de Badalona desde el 2002. Para la compañía aseguradora el patrocinio deportivo es un vehículo para transmitir valores asociados al deporte como la vida sana, el esfuerzo, el trabajo en equipo, la superación, la emoción o la mentalidad joven.

El DKV Joventut de Badalona está implicado en numerosas acciones de carácter social y solidario que emprende su patrocinador principal. Por ejemplo, su plantilla ha visitado en 2009 la Fundación Integralia.

Asimismo, el equipo mantiene un acuerdo estratégico con la ONG Intermón Oxfam para colaborar en diversos proyectos de cooperación y se han destinado ayudas a tres proyectos sociales de Badalona. En la temporada 2008-2009 se ha obtenido una rentabilidad del 152% de este patrocinio, una cifra muy buena aunque inferior a la de la temporada precedente a causa de los peores resultados deportivos que se han obtenido.

Más información en [www.dkvjoventut.com](http://www.dkvjoventut.com)

#### **CARRERA DE LA MUJER**

En 2009, DKV Seguros fue, por tercer año consecutivo, la aseguradora oficial de la Carrera de la Mujer, el mayor evento deportivo femenino de Europa. Se trata de una iniciativa que pretende concienciar a las mujeres sobre la necesidad de practicar deporte y seguir unos hábitos saludables. Los fondos recaudados de parte de las inscripciones se destinan a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).

La prueba se ha consolidado como un gran evento deportivo que además en 2009 contó con la Princesa de Asturias como presidenta de honor. La Carrera de la Mujer se disputó en ocho ciudades españolas: Málaga, Valencia, Madrid, Vitoria, Sevilla, Gijón, Barcelona y Zaragoza; y en total participaron más de 46.000 mujeres.

Más información en [www.carreradelamujer.com](http://www.carreradelamujer.com)

#### **DKV BORGES VALL**

DKV Seguros firmó en 2009 un acuerdo de patrocinio con el Club Tennis Taula Borges, por lo que se convirtió en patrocinador oficial del equipo que compete en la superdivisión española de ping pong bajo el nombre DKV Borges Vall.

#### **DKV PADEL WOMEN TOUR DKV**

Seguros y la revista Yo Dona han organizado el primer Circuito DKV Padel Women Tour by Yo Dona, un torneo de pádel femenino que se celebró en seis ciudades españolas y cuyo objetivo fue animar a las mujeres de todas las edades a practicar este deporte como una forma de cuidar su salud realizando una actividad lúdica.

#### **DKV FRESH ART DKV**

Seguros ha creado el concurso DKV Fresh Art para estudiantes de bachillerato de Murcia y la Comunidad Valenciana. Con esta iniciativa, DKV pretende contribuir a la identificación de nuevos talentos y a la búsqueda de la expresión creativa sin censuras en sus diferentes disciplinas.

El concurso DKV Fresh Art se enmarca dentro del programa Arteria de DKV Seguros, una iniciativa para impulsar la creación artística dentro y fuera de la compañía y que se alinea con dos de los atributos recogidos en el plan estratégico de la aseguradora para el periodo 2007-2010: creatividad e innovación.

Más información en [www.dkvfreshart.com](http://www.dkvfreshart.com)

#### **PROGRAMA THAO**

DKV Seguros se ha unido al Programa Thao como entidad colaboradora. La iniciativa lucha contra la obesidad infantil a partir de diferentes actividades que desarrollan los municipios españoles adheridos al programa y que promueven hábitos de salud como una dieta equilibrada y la práctica de ejercicio físico.

Thao se enmarca dentro de la Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), impulsada por el Ministerio de Sanidad y Consumo a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

#### **CURSOS DE COCINA SALUDABLE**

DKV Seguros colabora con GAN (Grupo de Apoyo Nutricional) en la implantación de cursos de cocina en diferentes poblaciones españolas como una forma de prevenir la obesidad y el sobrepeso. 'Cuídate comiendo sano' y 'Comer sano te cuesta menos' son las dos temáticas de los 200 cursos que se han impartido en 2009.

#### **INAUGURACIÓN DE SUCURSALES**

Durante el 2009 se inauguraron tres nuevas sucursales, en L'Hospitalet de Llobregat, donde la compañía da servicio a más de 51.000 asegurados de la comarca barcelonesa del Baix Llobregat; en San Sebastián, donde la compañía está presente desde 1963 con más de 8.300 asegurados en la provincia Guipúzcoa; y en Sevilla, donde DKV tiene más de 59.000 asegurados.



<b>LIDERAZGO PÚBLICO</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Nº DE NOTICIAS RE EN MEDIOS	344	261	212
POSICIÓN DE DKV EN MERCADO	37	32	32
POSICIÓN DKV EN MERCADO SECTORIAL (ASEGURADORAS)	2	2	2
POSICIÓN DKV CONSEJERO DELEGADO	50	31	23
POSICIÓN DKV EN MERCADO PERSONAS	74	73	63
POSICIÓN DKV EN LA LISTA DE MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR DENTRO DE LA CATEGORÍA DE ORGANIZACIONES ENTRE 500 Y 1.000 EMPLEADOS DE GREAT PLACE TO WORK	ND	ND	5TO LUGAR
Nº CHARLAS/ SIMPOSIOS/ ACTOS SOBRE RE EN LOS QUE ASISTE COMO PONENTE O PARTICIPANTE DKV	22	16	13
Nº PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS OBTENIDOS	9	9	10



---

# CREACIÓN DE VALOR



# ORIENTACIÓN A RESULTADOS



MUNICH RE EN CIFRAS	2009
PRIMAS BRUTAS (MILLARDOS DE EUROS)	41,4
RESULTADO NETO (MILES DE EUROS)	4.721
CLIENTES EN EUROPA	40

DKV SEGUROS EN CIFRAS	2009
BENEFICIOS NETOS	20.563 miles de euros
ASEGURADOS	1.791.740
PRIMAS	537.643 miles de euros
INVERSIONES	545,73 miles de euros
CUOTA DE MERCADO EN EL RAMO DE LA SALUD	5,72%*
CRECIMIENTO**	23,20%
EMPLEADOS	707
RED ASISTENCIAL	
Profesionales sanitarios	19.750
Centro hospitalarios	299
RED COMERCIAL	5.478

\* Fuente: ICEA. Datos provisionales. Última actualización: 24 de marzo de 2010.  
 \*\* El crecimiento se refiere al total seguro directo. Se ha incluido Marina Salud en el cómputo.

## NACE MUNICH HEALTH

DKV Seguros es la filial española de la compañía alemana ERGO Insurance Group, división de seguros de Munich Re. Munich Re, que integra en su modelo de negocio seguros y reaseguros,

comenzó su estrategia de salud internacional en 2006. En 2009, agrupó sus compañías especializadas en salud en una organización independiente bajo la nueva marca Munich Health, de la que forma parte DKV Seguros y donde el grupo combina su *know how* mundial en este ramo.



Munich Re, con más de 40 millones de clientes, es el líder del mercado en Europa en seguros médicos y de defensa jurídica, a través de su *holding* de seguro directo ERGO, y está presente en otros 30 países.

---

## DKV SEGUROS

El Grupo DKV consolidado en España está configurado por DKV Seguros, dedicada fundamentalmente al seguro de salud y riesgos personales complementarios, Unión Médica La Fuencisla, dedicada también al seguro de salud, ERGO Vida, dedicada al seguro de vida, ERGO Generales, con actividad en el ramo de hogar, y Marina Salud.

En España, el Grupo DKV está implantado en todo el territorio nacional, con sede en Zaragoza y una amplia red de oficinas y consultorios en la que trabajan casi 2.000 empleados, y da servicio a cerca de dos millones de clientes.

Su vocación es ofrecer a sus asegurados una gestión orientada a la calidad, caracterizada por una actitud de innovación permanente en productos y servicios y por la especialización en salud y seguros personales.

En 2009, el volumen de primas de la compañía ha alcanzado los 538 millones de euros (579 millones de euros previstos), lo que ha supuesto un crecimiento del 23% sobre el año anterior.

El resultado neto consolidado del Grupo DKV Seguros ha sido de 20,6 millones de euros en 2009, un 18% inferior al de 2008 (25,2) y un 6% a los 21,80 millones previstos. El resultado neto excluida Marina Salud alcanzaría los 22,8 millones de euros, un 6% inferior al del año anterior (24,3).

En el ramo de Asistencia Sanitaria, que representa un 74% del total de primas, el incremento ha sido del 34% alcanzando los 394 millones de euros. El ramo de Decesos ha crecido un 9% hasta los 42 millones. El ramo de Hogar se mantiene estable y alcanza los 32 millones de euros, mientras que los ramos de Subsidio, Vida y Accidentes decrecen ligeramente hasta los 39 (-5%), 20 (-4%) y 10 (-9%) millones de euros respectivamente.

Las inversiones del Grupo DKV Seguros (excluida Marina Salud) al cierre del ejercicio ascendían a 546 millones de euros a valor de mercado, distribuidas entre Renta Fija (79%), Inmuebles (13%), Fondos de Inversión (5%), Tesorería (2%) y Otras Inversiones (1%).

# RESULTADOS DE NEGOCIO

## ÁREAS DE NEGOCIO

### Área de salud

Ofrecer una asistencia eficiente del mayor nivel de calidad es el reto que ha guiado al área de salud durante 2009. La gestión de proveedores, de prestaciones y la gestión clínica han sido los pilares de la política de control y calidad del Departamento.

2009 ha supuesto, además, un hito para DKV Seguros. La compañía se ha consolidado como una de las empresas líderes del sector del seguro de asistencia sanitaria libre. Cerca de 550.000 ciudadanos han depositado su confianza en DKV Seguros al haber elegido a la compañía como garante de su salud.

### RAMO DE SUBSIDIO

Los hitos del ramo de subsidio durante 2009 han sido:

#### - Producto baremado:

Ha supuesto el 30% de las ventas globales del producto individual, llegando en algunas territoriales como Valencia a superar incluso al producto tradicional.

Su facilidad para la venta, el diseño del producto y su idoneidad como producto de incapacidad temporal (IT) en el entorno económico actual lo han convertido en un producto estrella. Durante el año, también se ha desarrollado el producto baremado para colectivos.

#### - Acuerdos individualizados:

Se trata de un proyecto de acercamiento de la compañía al asegurado en situación de incapacidad temporal, un cliente que no demanda únicamente que la compañía se haga cargo de la prestación económica cuando se resuelva su situación, sino que tiene otras necesidades como evitar una lista de espera, la percepción económica aunque no esté todavía de alta, etc. La compañía estudia su caso y le da un tratamiento personalizado que redundará en la satisfacción por parte del cliente, de la compañía y sin que ello provoque un coste añadido.

#### - Proyecto Coral:

Ambicioso proyecto que ha comenzado su andadura en el segundo trimestre del año y que consiste en fijar y compartir criterios y objetivos con la Dirección General Comercial para potenciar las líneas de negocio y los canales más interesantes y detectar aquellos que no lo sean para modificarlos o eliminarlos.

El proyecto consta de tres fases, la primera de las cuales ya ha concluido y ha consistido en la formación de grupos de trabajo con cada uno de los directores territoriales y de sucursal para determinar cuáles son los indicadores más interesantes para el negocio y fijar el objetivo a alcanzar con cada uno de ellos.

A lo largo del 2010 se avanzará en el proyecto con un seguimiento por parte de cada uno de los directores territoriales, dotando a la iniciativa de un claro carácter de continuidad para tener una visión retrospectiva de los objetivos alcanzados, modificar/incluir nuevos indicadores/objetivos y analizar el impacto en el resultado que ha supuesto su consecución.

### RAMO DE ACCIDENTES

El ramo de accidentes, junto con el Departamento de Renta, ha creado un producto para la mujer que trabaja en el hogar, el primero que reconoce el trabajo doméstico como actividad laboral y por tanto indemnizable, para que en el caso de baja pueda contratarse un sustituto.

El producto ha obtenido un gran reconocimiento y ha sido premiado como 'Mejor Idea Aseguradora'.

### CENTRO DE GESTIÓN ASISTENCIAL

Dentro del marco del proyecto de reingeniería de procesos de la Dirección General de Salud iniciado en octubre del 2009, el Centro de Gestión Asistencial ha hecho un importante esfuerzo para detectar líneas de acción que permitan trabajar de forma más eficiente sin perder los criterios de calidad y servicio.

En este sentido, se han producido importantes cambios organizacionales, que acabarán de consolidarse durante el primer cuatrimestre del 2010.

En cuanto a acciones concretas, durante 2009, se han realizado importantes mejoras para reducir las trabas burocráticas, como es el caso de los cambios en los sistemas de comunicación de pagos a proveedores, sustituyendo las cartas en papel por un entorno de consulta vía web, en el que disponen de toda la información relacionada con su actividad con DKV.

### SELECCIÓN DE RIESGOS

En 2009 se han iniciado los pasos para la ampliación del proceso tradicional de selección de riesgos complementándolo con el proceso de Teleselección, sistema que puede resultar interesante implementar para la contratación de pólizas de bancaseguros o en el ramo de vida.

Asimismo, se ha avanzado en el proyecto de automatización y codificación de las exclusiones de patologías, emprendido conjuntamente con el departamento de informática, que permitirá

en un futuro ampliar la información de los riesgos de dichas patologías.

También se ha perfeccionado el proceso de ‘Selección Primaria Diferida’, iniciado a finales de 2008, para selección de riesgos médica basada en la detección de dolo ocultado en la contratación de la póliza.

### Área de seguros generales

El área de Seguros Generales ha superado los objetivos de rentabilidad previstos para el año 2009 tanto en el ramo de Decesos como en el de Hogar. En el ramo de Decesos se ha experimentado un crecimiento del 11 % en primas y de un 6 % en asegurados, mientras que en el de Hogar, pese a la crisis del mercado inmobiliario, se ha mantenido el nivel de primas aunque el número de pólizas ha descendido un 7 %.

Como mejora general del área, durante 2009 se ha realizado un envío trimestral a las sucursales de un documento que reúne información clave y relevante sobre el ramo, cuyo objetivo es contribuir a un mejor control en las sucursales.

### Decesos

Decesos ha alcanzado la cifra de 684.000 asegurados en 2009 y ha ingresado por primas 46,5 millones de euros, de los cuales 41,3 millones corresponden a la garantía principal de defunción y los 5,2 restantes se reparten entre los seguros complementarios de accidentes y hospitalización.

Durante el año 2009 los hitos más relevantes en el Área de Decesos han sido los siguientes:

- Definición de una línea de nuevos servicios médicos franquiciados de las principales especialidades médicas, como pediatría, ginecología, medicina interna, etc., así como de una serie de servicios médicos complementarios con precios muy beneficiosos para los asegurados, como ópticas, psicología, logopedia, fisioterapia, chequeos médicos, medicinas alternativas, teleasistencia, etc. Está previsto que estos servicios están a disposición de los asegurados a partir del primer trimestre de 2010.
- Puesta en marcha de un servicio de información a las sucursales sobre los cambios de prima en las pólizas que se pongan al cobro en el siguiente trimestre. La finalidad es que las sucursales puedan prever con antelación posibles quejas y reclamaciones de clientes. Se ha formado al personal del *call center* y de *back office* de las sucursales para que puedan ofrecer una respuesta efectiva y satisfactoria a las consultas sobre los motivos del incremento de las primas. Con este mismo fin, está previsto elaborar un argumentario.
- Se ha continuado con la formación del equipo de del *call center*, especializado en atender las llamadas y gestiones relacionadas con siniestros de defunción de asegurados de DKV.

### Hogar

El ramo de Hogar ha puesto en marcha en 2009 el **nuevo modelo de Gestión de Prestaciones de Hogar** con el objetivo de mejorar el servicio a los clientes que tienen un siniestro de hogar e incrementar su confianza en el producto. El modelo pretende también mejorar la información que se ofrece al asegurado y a las sucursales y alcanzar niveles de calidad más exigentes y un mejor control de los costes.

También ofrece a las sucursales la posibilidad de acceder a las webs de las empresas proveedoras y a los siniestros de los asegurados de manera rápida y fácil. Esta aplicación se complementa con la opción de consulta o lectura de los informes periciales y documentación relativa al siniestro, que igualmente están disponibles para las sucursales en dicha web.

Otro tema que ha requerido una gran dedicación durante el año ha sido la atención a los **siniestros producidos por el ciclón Klaus que**, a pesar de que estar a cargo del Consorcio de Compensación de Seguros, ha obligado a un trabajo ingente de recopilación y suministro de información.

### Área de vida

El mercado de vida en 2009 ha tenido un crecimiento del volumen de primas del 5,7% y de los importes de provisiones matemáticas del 5,6%.

Desde 2008 se ha venido observando que la complejidad de la situación económica ha producido un incremento de la demanda de ahorro, especialmente hacia productos de rentabilidad garantizada. En este entorno, la facturación del negocio ha experimentado una caída del 4,4%, que se debe fundamentalmente a los vencimientos de ahorro y al incremento de las anulaciones. El resultado contable después de impuestos ha alcanzado los 2,1 millones de euros.

Durante 2009 se ha prestado especial interés al **incremento de la actividad comercial de la organización**. Así, el volumen de nuevo negocio captado ha alcanzado los 3,7 millones de euros, un 52% superior al del ejercicio anterior.

### DKV Servicios

DKV Servicios ha incrementado en 2009 la gama de servicios complementarios a las coberturas de seguros. En concreto las pólizas de Salud disponen de:

- Nuevas Líneas Médicas, como las de embarazo, de la mujer y nutricional. Se ha creado una marca que las engloba como e-Salud DKV.
- Conservación de sangre de cordón umbilical.
- Servicios de asistencia familiar y de dependencia y servicios wellness de balnearios y estética, sólo en las pólizas individuales.



	2007	2008	2009
<b>SALUD</b>			
<b>PRIMAS (MILLONES DE EUROS)</b>	309	342	352
<b>ASEGURADOS</b>	492.070	532.808	699.844*
* Incluye Marina Salud			
<b>SUBSIDIO</b>			
<b>ASEGURADOS</b>	77.944	70.181	63.921
<b>PRIMAS</b>	39.278.305,82	38.052.153,35	34.898.597
<b>SEGUROS DE ACCIDENTE</b>			
<b>ASEGURADOS</b>	179.892	211.009	110.163
<b>PÓLIZAS</b>	35.970	33.820	29.074
<b>SEGUROS DE VIDA</b>			
<b>ASEGURADOS</b>	36.083	35.058	35.241
<b>PÓLIZAS</b>	33.494	33.811	33.734
<b>SEGUROS GENERALES (HOGAR Y DECESOS)</b>			
<b>PRIMAS NETAS (MILLONES DE EUROS)</b>	79	73,5	78
<b>ASEGURADOS</b>	859.173	865.489	882.571

Durante el año, se ha renovado una vez más el principal colectivo de este tipo de servicios de que dispone DKV: los funcionarios y familiares de la Comunidad Autónoma de la región de Murcia; y se ha trabajado para extender el producto Servisalud a otras administraciones públicas y colectivos.

A nivel internacional, se ha puesto en marcha un proyecto piloto con la embajada alemana en España, destinado a ofrecer servicios para la dependencia a ciudadanos alemanes residentes en España. También se ha iniciado una colaboración con dos empresas más del grupo: Victoria Kranken Versicherung y Europäische Reise

Versicherung. En la línea de centros asistenciales se ha ampliado la oferta dental del Centro Médico y Dental Alba, en Murcia, debido a la alta demanda.

Finalmente, se han establecido nuevos indicadores para evaluar el área con el objetivo de ofrecer una visión más real de la actividad que realiza DKV Servicios. Según estos nuevos indicadores, la gama de servicios complementarios asciende a 22; el número de asegurados que los han utilizado a 7.853 y el número de pacientes atendidos en centros asistenciales propios a 44.121.

# TRANSPARENCIA Y BUEN GOBIERNO

En DKV Seguros, la gestión de riesgos se realiza siguiendo las indicaciones del Grupo. El mapa de riesgos incluye tanto riesgos internos como externos. Para cada riesgo identificado, DKV analiza la siguiente información: descripción, departamento afectado, estado del riesgo, categoría a la que pertenece, probabilidad de ocurrencia, impacto económico y acciones que deben llevarse a cabo.

## RIESGOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES

La gestión de riesgos en DKV está alineada con la de Munich Re, grupo al que pertenece. La compañía tiene un mapa de riesgos que comprende tanto los riesgos externos como internos y que analiza para cada uno de ellos los siguientes aspectos: descripción, departamento afectado, estado, categoría del riesgo, probabilidad de ocurrencia, impacto económico y acciones a emprender.

### Riesgos sociales y ambientales

La estructura de la demanda que conforma el grueso de clientes de DKV Seguros va a verse modificada en un futuro a causa del aumento de esperanza de vida de las personas que va a comportar un cambio en el perfil poblacional. A esto se suma el desarrollo de los avances tecnológicos, que obliga a ofrecer nuevas prestaciones y repercute en los costes.

En el ámbito ambiental, los riesgos se centran en el cambio climático, cuyas consecuencias sobre la salud y sobre catástrofes ambientales están encima de la mesa de debate. DKV dispone de elementos para gestionar estos riesgos, pese a que las probabilidades de ocurrencia son bajas.

## RELACIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN

DKV, como compañía del sector seguros, está sujeta a la regulación específica de la Dirección General de Seguros y Fondo de Pensiones (DGSyFP). La DGSyFP depende directamente del Ministerio de Economía y Hacienda y supervisa la actividad aseguradora y reaseguradora, la mediación de seguros, la capitalización y los fondos de pensiones. También elabora normativas y estudios sobre el sector, brinda soporte a los asegurados en materia administrativa y técnica y ofrece contestación a las consultas sobre estos temas.

## COMPROMISOS DE AUTORREGULACIÓN

DKV Seguros ha sido una de las aseguradoras que se han adherido de manera voluntaria a la *Guía de buenas prácticas de las entidades aseguradoras en Internet*, editada por UNESPA en 2009. Esta

nueva guía de autorregulación supone un nuevo compromiso de transparencia para perfeccionar la relación con los clientes a través de Internet, ya que aclara los elementos que intervienen en la contratación electrónica, la información y, en general, las operaciones que deben estar disponibles a través de Internet.

La guía además adapta los requerimientos de la Ley de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información (LISI) a las especiales características del sector asegurador, como la necesaria neutralidad entre los diferentes canales de distribución, distintos ramos de seguro, complejidad técnica de los productos, pertenencia de las entidades a grupos, etc.

Con el lanzamiento de esta guía, UNESPA cuenta ya con seis documentos de autorregulación (Control Interno; Gobierno Corporativo; Transparencia; Publicidad; Buen Gobierno en materia de discapacidad e Internet). En todos los casos, DKV se ha adherido de manera voluntaria.

## SOLVENCIA II

La Comisión Europea y el CEIOPS (Comité Europeo de Supervisores de Seguros y Planes de Pensiones) comenzaron a trabajar en 2005 en el desarrollo de un nuevo sistema de cálculo del capital requerido de solvencia, con vistas a su implantación en 2012. El objetivo es desarrollar un sistema de cálculo que no se base únicamente en fórmulas estándar, sino que dé la capacidad a cada entidad aseguradora para crear sus propios métodos de cálculo teniendo en cuenta los riesgos que le afectan de manera particular. Este es uno de los tres pilares del proyecto Solvencia II. Al Pilar I (nuevos métodos de cálculo de los requerimientos financieros de solvencia) hay que añadir el papel más activo que deberán tener los supervisores locales a la hora de controlar e intervenir en el mercado asegurador –Pilar II– y unas mayores exigencias de transparencia a las aseguradoras en sus relaciones con el mercado y la sociedad –Pilar III.

En 2009, la compañía ha desarrollado un modelo propio del Grupo DKV Seguros para el cálculo del Dynamic Financial Analysis y ha calculado el European Embedded Value en ERGO Vida, tareas ambas que son necesarias para el futuro diseño de un modelo interno que permita la cuantificación del margen de solvencia de la compañía bajo Solvencia II.

## GOBIERNO CORPORATIVO

Durante el ejercicio 2009 las retribuciones devengadas por los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad en concepto de sueldos y salarios, remuneraciones en especie,

honorarios de consejeros y otros conceptos, y registradas en la cuenta de pérdidas y ganancias adjunta ascendieron a 303.563,00 €, 13.341,11 € y 88.450 €. Asimismo, las retribuciones devengadas en concepto de sueldos y salarios y remuneraciones en especie por los miembros de la alta dirección ascendieron a 1.153.465,95 € y 57.068,27 €. Asimismo, la Sociedad tenía obligaciones en materia de pensiones con los miembros de su Consejo de Administración y alta dirección formalizadas en una póliza de seguros cuya prima devengada en el ejercicio ascendía a 63.653,21 €.

De conformidad con lo establecido en el artículo 127 ter.4 de la Ley de Sociedades Anónimas, introducido por la Ley 23/2003, de 17 de julio, se señalan las sociedades con el mismo, análogo o complementario género de actividad al que constituye el objeto social de “DKV Seguros y Reaseguros, Sociedad Anónima Española (Sociedad Unipersonal) y sociedades dependientes”, en cuyo capital participan los miembros del Consejo de Administración, así como las funciones que, en su caso, ejercen en ellas.



TITULAR	SOCIEDAD	ACTIVIDAD	PARTICIPACIÓN	FUNCIÓN
SR. D. JAVIER VEGA DE SEOANE	DKV SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.E.	SEGUROS		PRESIDENTE
	ERGO VIDA SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SEGUROS		PRESIDENTE
	ERGO GENERALES SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SEGUROS		PRESIDENTE
	UNIÓN MÉDICA LA FUENCISLA, S.A.	SEGUROS		PRESIDENTE
SR. D. JOSEP SANTACREU BONJOCH	DKV SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.E.	SEGUROS		CONSEJERO
	ERGO VIDA SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	ERGO GENERALES SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	UNIÓN MÉDICA LA FUENCISLA, S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	MARINA SALUD, S.A.	HOSPITALARIA		PRESIDENTE
SR. D. CHRISTIAN SCHMID	DKV SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	ERGO VIDA SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	ERGO GENERALES SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	UNIÓN MÉDICA LA FUENCISLA, S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	MUNICH HEALTH HOLDING AG	HOLDING FINANCIERA		DIRECTOR EJECUTIVO
	DKV SALUTE, S.P.A	SEGUROS		CONSEJERO
	STERLING LIFE INSURANCE COMPANY	SEGUROS		CONSEJERO
SR. D. PETER CHOUERI	MEDNET HOLDING GMBH	HOLDING		DIRECTOR EJECUTIVO
	MUNICH HEALTH HOLDING AG	SERVICIOS		DIRECTOR EJECUTIVO
	DKV SALUTE, S.P.A	SEGUROS		CONSEJERO
	DAMAN INSURANCE COMPANY ( EEUU)	SEGUROS		CONSEJERO
	STERLING LIFE INSURANCE COMPANY ( EEUU)	SEGUROS		CONSEJERO
	MUNICH RE AMERICA ( EEUU)	SEGUROS		CONSEJERO
	UNIÓN MEDICA LA FUENCISLA S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	ERG GENERALES SEGUROS Y REASEGUROS S.A.	SEGUROS		CONSEJERO
	DKV SEGUROS Y REASEGURO, S.A.E.	SEGUROS		CONSEJERO
	ERGO VIDA SEGUROS Y REASEGUROS, S.A.	SEGUROS		CONSEJERO



# ÓRGANOS DE GOBIERNO

## COMITÉ DE DIRECCIÓN:



De izquierda a derecha: Carlos Martínez, Juanjo Mulero, Paco Juan, Josep Santacreu, Marino González, Pilar Madre, Pedro Orbe, Wolfgang Dederichs, Javier Cubría de Miguel y Fidel Campoy (no aparece en la foto).

## CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

A pesar de ser una sociedad con un único accionista, DKV Seguros cuenta desde el 3 de diciembre de 2008 con una guía de buen gobierno corporativo, de acuerdo con los compromisos adquiridos al adherirse al Código de Bueno Gobierno de UNESPA.

La guía aborda cuestiones relativas a transparencia informativa, estructura de la propiedad, competencias directas del Consejo para el control y supervisión de la entidad, composición del Consejo, identificación y número de los consejeros dominicales, ejecutivos o independientes, y nombramientos, ceses y límites de sus mandatos.

También se refiere a la remuneración, a la creación de un canal de denuncias y el anonimato de las mismas, y a la evaluación del desempeño del Consejo de Administración.

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN:



Javier Vega de Seoane



Josep Santacreu Bonjoch



Peter Choueiri



Christian Schmid

## AUDITORÍA INTERNA

El Grupo DKV Seguros cuenta con un departamento de Auditoría Interna que depende directamente del Consejo de Administración. Este departamento es responsable de revisar la efectividad de los controles establecidos en los procesos, el cumplimiento normativo y de las regulaciones internas relativas a segregación de funciones y límites de autorizaciones.

Las actividades externalizadas o subcontratadas se auditan dentro del proceso en el que se encuentra la actividad que realizan, contando con la colaboración de la empresa que las realiza. En estas auditorías se revisa tanto el cumplimiento del contrato establecido como la revisión de la actividad de la misma manera que si se realizara dentro de la compañía.

Por otro lado, DKV Seguros está sometida a auditorías periódicas que realiza la compañía matriz ERGO. Los objetivos y criterios que persiguen ambos equipos de auditoría, el de DKV Seguros y el International Audit ERGO, han sido consensuados, por lo que el equipo local participa activamente en el trabajo de campo que realiza el equipo de ERGO. En las auditorías realizadas por ambos equipos no se han encontrado hallazgos de importancia material. De esta manera se contribuye a la elaboración y mantenimiento de la Matriz de Riesgos Operativos de la Compañía.

A lo largo de 2009, la compañía ha renovado el Código de Conducta, y sigue contando con el Estatuto de Compromisos Éticos y el Sistema de Gestión Ética. Dichos documentos son el instrumento de orientación de comportamiento en los que se establecen los mínimos desde los que la compañía quiere y debe actuar. Además uno de los objetivos fundamentales es la prevención del fraude que afecta a todos los empleados de la compañía.

Para la correcta implementación de una gestión ética, DKV Seguros pone a disposición de todos los empleados diferentes canales de comunicación a través de los cuales pueden plantear todas las cuestiones y dudas que surjan sobre la interpretación y aplicación del Código de Conducta, en los que se garantiza la privacidad y confidencialidad.

En este sentido, el Sistema de Gestión de la Ética de DKV se apoya en la figura del 'Asesor Ético', que tiene como principal objetivo resolver las dudas sobre la aplicación del Código de conducta para empleados y del Estatuto de Compromisos Éticos. Para esta

función ha sido nombrado el responsable de Auditoría Interna de la compañía.

Finalmente, para reforzar la confianza, preservar la identidad de las fuentes de información y asegurar la independencia en la tramitación de incidencias sobre el comportamiento ético de los empleados de la Empresa, DKV ha creado un canal externo independiente de comunicación de quejas, reclamaciones o incidencias en relación con el cumplimiento del Código de Conducta y el Estatuto de Compromisos Éticos.

---

## CONTROL INTERNO DE BLANQUEO DE CAPITALES

La compañía posee un Manual de procedimientos para la prevención del blanqueo de capitales aprobado por el Comité de Dirección y disponible a través de la intranet de la compañía. Asimismo, también está accesible en la Intranet corporativa, una presentación sobre los procedimientos de la compañía y un texto formativo específico. Esta información forma parte, además, del manual de acogida de empleados.

Adicionalmente, en la formación que reciben los agentes exclusivos de DKV ERGO se incluye un capítulo sobre blanqueo de capitales elaborado junto con el Centro de Formación del Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros Titulados de España (CECAS). Esta materia se está impartiendo para la red comercial dentro de su nuevo plan de formación, tal y como se concreta en la Ley de Mediación de 2006.





# CLIENTES: RELACIÓN DE CONFIANZA



INDICADORES CLAVE	2008	2009	2008/2009	OBJETIVO 2010
NÚMERO TOTAL DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	3.942	3.969	↗	NO APLICA
TIEMPO MEDIO DE SOLUCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	10	11,5 DÍAS	↗	15 DÍAS
PORCENTAJE DE QUEJAS Y RECLAMACIONES RESUELTAS EN PLAZO	98%	97%	↔*	95%
IMPACTO ECONÓMICO GENERADO POR TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES **	61.399 EUR	135.508 EUR	↗	NO APLICA
ACCIONES DE MEJORA IMPLANTADAS A RAÍZ DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EFECTUADAS POR LOS CLIENTES	14	8	↘	NO APLICA
Nº DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE	8.319	3.449	↘	NO APLICA

(\*) No es estadísticamente relevante la diferencia.  
 (\*\*\*) El indicador para medir el Impacto económico generado por tramitación de reclamaciones fue modificado con respecto a la información que se venía reportando hasta el 2008. Anteriormente el impacto económico global incluía la repercusión del impacto económico directo de las reclamaciones (resolución a favor del cliente o existencia de acuerdo entre ambas partes), más el cálculo del impacto económico generado por las pólizas que han reclamado y se han dado de baja en ese período. Este año, debido a la situación económica general no es posible imputar el impacto de las bajas al cómputo global, dado que la mayoría de ellas no han sido consecuencia directa de una queja o reclamación, sino de la inestabilidad e incertidumbre económica que existe. El dato también ha sido modificado para 2008.

## GRADO DE DESARROLLO DE LOS PRINCIPALES PROYECTOS

PROYECTO	PORCENTAJE DE DESARROLLO
Plan encuestas en 2009:	
- Satisfacción de Salud, Renta, Previsión y Línea Médica Pediátrica	100%
Proyecto Inteligencia de Cliente:	
- Fidelización	
- Prevención	
- Retención	
- Venta Cruzada	80%
Programa e+: Programa de mejora continua en el que las sucursales son valoradas por clientes, Servicios Centrales y red comercial y Servicios Centrales son valorados por sus clientes internos de servicios centrales y sucursales	100%
Detección e implantación de acciones de mejora en procesos de trabajo a través de quejas y reclamaciones	100%
Mejoras en la funcionalidad en la herramienta de Atención al Cliente CRM	100%

## COMPROMISO CON EL GRUPO DE INTERÉS

Todos y cada uno de nuestros asegurados deben recibir un servicio excelente, una atención cálida y soluciones personalizadas a sus necesidades. Su satisfacción es nuestra recompensa

## PRINCIPALES LÍNEAS DE DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Plan de Encuestas  
 Quejas y Reclamaciones  
 Focus group con clientes y red comercial  
 Jornadas anuales de atención al cliente

## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Empresa del sector seguros de salud con mayor satisfacción de clientes en 2008.  
 DKV es la empresa cuyos seguros de salud cuentan con mayor confianza, fidelidad y prestigio del sector entre los consumidores, según el índice STIGA de Satisfacción del Consumidor Español (ISSCE)

**FORTALEZAS**

Uso del CRM\* como herramienta de gestión con el cliente

Experiencia y alto compromiso del equipo de Atención al Cliente de sucursales

Figura del Responsable de Atención al Cliente en Sucursal

Mejores tiempos en resolución de quejas y reclamaciones en relación al sector asegurador y de asistencia sanitaria

Plan de Encuestas y su segmentación por áreas geográficas

Disposición Datamart de clientes para poder realizar análisis

Alta satisfacción del cliente en todos los ramos evaluados

\*CRM (Customer Relationship Management)

**ÁREAS DE MEJORAS**

Aumentar la frecuencia en la elaboración de encuestas (mayor periodicidad y mayor despliegue entre ramos)

Realización de encuestas a nuevos clientes

Necesidad de una plataforma única de llamadas salientes (encuestas, prevención y retención)

Necesidad de una aplicación específica para encuestas y tratamiento de datos

Elaborar planes de mejora según resultados de las encuestas

Homogeneizar la respuesta al cliente en todos los puntos de atención de la compañía

**ACCIONES DE INVOLUCRACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS EN EL PROGRAMA DE EMPRESA RESPONSABLE**

Posibilidad de participar en la selección del proyecto en el que DKV invierte su Ayuda Social y Medioambiental (campaña '¡Tú decides!')

Pueden contribuir a cuidar el medio ambiente solicitando recibir publicaciones y comunicaciones de la compañía en su versión electrónica

**PRINCIPALES RETOS 2010**

Revisión del Modelo de Sucursal

Medición del tráfico telefónico

Nuevas funcionalidades del CRM

Programa e+ en sucursales

Programa de Venta Cruzada

Plataforma única de llamadas salientes a clientes para todos los productos

**VALORACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS**

Índice STIGA de Satisfacción del Consumidor Español: Empresa del sector seguros de salud con mejor valoración

Monitor de Reputación: 7,34 (sobre 10)

Satisfacción Clientes: 89,1%

**BALANCE GENERAL**

El año 2009 ha sido un año en el que la relación con el cliente ha sido clave en el desempeño de la compañía. La grave situación económica ha motivado una mayor exigencia del cliente respecto al servicio que DKV ofrece y una mayor tasa de abandono por motivos económicos. Esto se ha reflejado en que el principal motivo de queja haya sido el incremento de prima.

Esta circunstancia nos ha obligado a realizar un mayor esfuerzo en la identificación de las necesidades de clientes y en el análisis de su comportamiento. En consecuencia nos hemos centrado en la especialización de los contact center, en la mejora en los procesos operativos de servicio y en acciones de fidelización, fijando el objetivo en la satisfacción del cliente.

En 2010 seguiremos trabajando en la mejora de la calidad del servicio y estableciendo nuevos métodos de acercamiento y relación con el cliente.

**CLIENTES: CONFIANZA Y SATISFACCIÓN**

DKV asesora al cliente en todas las etapas de su relación con la compañía: desde el proceso de venta, la gestión de autorizaciones, a la resolución de incidencias/dudas, análisis de sugerencias, información, etc. El objetivo final, tanto para la red comercial y sucursales como para el call center, es que el cliente esté perfectamente informado y satisfecho.

Para valorar estos aspectos, DKV mide la percepción del cliente respecto al proceso de comercialización, prestación del servicio y atención, a través de encuestas de satisfacción y del análisis de las quejas y reclamaciones.

**GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES**

El Departamento de Atención al Cliente es el encargado de analizar toda la información sobre quejas y reclamaciones, con el objetivo de medir y evaluar la eficiencia y eficacia en su gestión. Para reflejar adecuadamente la visión del cliente, el análisis se lleva a cabo siguiendo criterios de naturaleza y riesgo, así como teniendo en cuenta diferentes dimensiones: segmentos de clientes, productos y tipo de incidencia. Las conclusiones extraídas han permitido poner en marcha ocho planes de actuación para la mejora de los productos y servicios internos de la compañía.

En 2009, los clientes han efectuado 3.969 quejas y reclamaciones (3.542 quejas y 517 reclamaciones) a través de los diferentes canales, verbales y escritos, que DKV pone a su disposición.

La compañía tiene el compromiso de atender las quejas y reclamaciones de forma eficiente y en el menor tiempo posible, lo que ha revertido en un tiempo medio de respuesta de 11,5 días. Un 62 % de las quejas y reclamaciones se han resuelto en un plazo máximo de cinco días y el 97% se han solucionado en el plazo legal de dos meses.

De todas las quejas y reclamaciones recibidas, el 28% han derivado en una solución favorable para el cliente; un 20% han dado lugar a un acuerdo entre ambas partes; un 50%, una solución favorable para DKV Seguros; y un 2% han sido desestimadas por omisión de datos esenciales para su tramitación.

Los principales motivos de quejas y reclamaciones en 2009 han sido relativos al incremento de la prima, a los servicios médicos prestados en clínicas y hospitales, y a los problemas con autorizaciones a través del teléfono 902 499 499.

QUEJAS Y RECLAMACIONES	2007	2008	2009
<b>ACTIVIDAD</b>			
Nº DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	3.409	3.942	3.969
QUEJAS	2.872	3.397	3.452
RECLAMACIONES	537	545	517
<b>TIEMPOS</b>			
EN PLAZO (DOS MESES)	99%	98%	97%
DURACIÓN MEDIA	9,3 DÍAS	10 DÍAS	11,5 DÍAS
<b>RESULTADOS</b>			
FAVOR COMPAÑÍA	39%	43%	50%
FAVOR CLIENTE	35%	32%	28%
ACUERDO ENTRE LAS PARTES	25%	22%	20%
DESESTIMADA (*)	1%	3%	2%
<b>IMPACTO ECONÓMICO (EUROS)</b>			
IMPACTO ECONÓMICO	74.753	61.399	135.508

\* Casos en los que la incidencia está pendiente o ya ha sido resuelta por un órgano arbitral, judicial o administrativo. También cuando se requiere documentación al cliente para resolver y no se aporta, la compañía ya se ha pronunciado y no se aportan hechos o datos nuevos que puedan dar lugar a otra decisión, no se detallan los datos completos del asegurado (imposibilidad de identificar al cliente), omisión de datos fundamentales para valorar la situación que ha generado la queja, entre otros.

## QUEJAS Y RECLAMACIONES POR RAMOS 2007 2008 2009

(CALCULADO SOBRE EL TOTAL DE ASEGURADOS POR RAMO)

TOTAL VIDA	0,05%	0,09%	0,06%
TOTAL DECESOS	0,44%	0,36%	0,29%
TOTAL HOGAR	0,09%	0,08%	0,10%
TOTAL ACCIDENTES	0,01%	0,01%	0,02%
TOTAL SUBSIDIO	0,16%	0,14%	0,17%
TOTAL SALUD	0,48%	0,58%	0,56%

## QUEJAS Y RECLAMACIONES POR RAMOS 2007 2008 2009

2007 % SOBRE EL TOTAL 2008 % SOBRE EL TOTAL 2009 % SOBRE EL TOTAL

(CALCULADO SOBRE EL TOTAL DE QUEJAS Y RECLAMACIONES DE LA COMPAÑÍA)

TOTAL VIDA	17	0,50%	30	0,76%	21	0,53%
TOTAL DECESOS	539	15,81%	531	13,47%	702	17,69%
TOTAL HOGAR	242	7,10%	188	4,77%	144	3,63%
TOTAL ACCIDENTES	25	0,73%	19	0,48%	21	0,53%
TOTAL SUBSIDIO	127	3,73%	100	2,54%	110	2,77%
TOTAL SALUD	2.459	72,13%	3.074	77,98%	2.971	74,86%

## TIEMPO DE SOLUCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES 2007 2008 2009

EN PLAZO DE 5 DÍAS	62%	63%	62%
SOLUCIÓN EN PLAZO (SUPERIOR A 5 DÍAS)	37%	35%	35%
INCUMPLIMIENTO DEL PLAZO	1%	2%	3%

SOLUCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	2007	2008	2009
ACUERDO ENTRE LAS PARTES <sup>(1)</sup>	25%	22%	20%
SOLUCIÓN A FAVOR DE DKV <sup>(2)</sup>	39%	43%	50%
SOLUCIÓN A FAVOR DEL CLIENTE	35%	32%	28%
DESESTIMADA <sup>(3)</sup>	1%	3%	2%

<sup>(1)</sup> Caso en que la actuación de la compañía es correcto, pero los motivos de queja existen. Casos de reclamación en los que hay impacto económico y se llega a un acuerdo entre las partes.

<sup>(2)</sup> La actuación por parte de la compañía es correcta.

<sup>(3)</sup> Queja o reclamación pendiente o resuelta por órgano judicial, arbitral, etc. o aquella en la que no se aporta documentación requerida, etc.

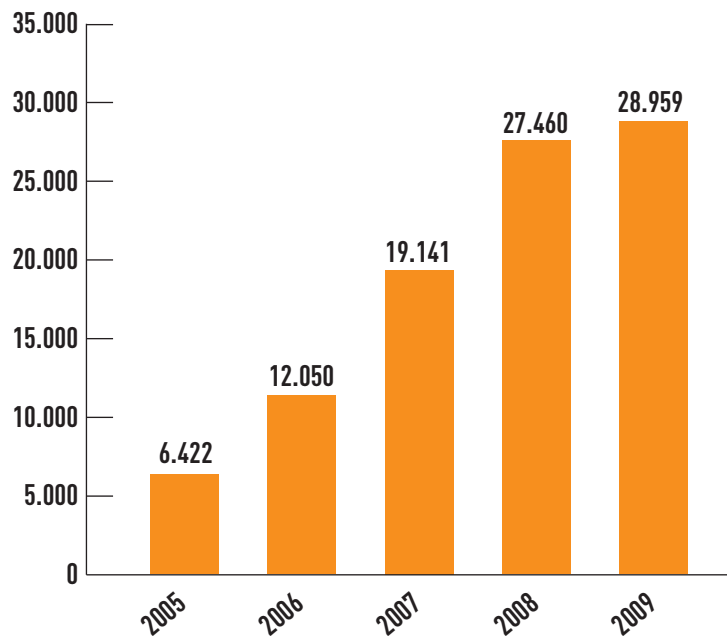
### ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

El objetivo principal del Plan de Encuestas que DKV tiene establecido es fidelizar a los clientes y conocer su satisfacción y necesidades para poder elaborar planes de mejora en productos, servicios y procesos. El plan consiste en un análisis de coberturas, servicios, aspectos relacionados con la atención al cliente,

tramitación de siniestro y necesidades del cliente, principalmente.

En 2009 se han realizado los estudios de satisfacción de: previsión, renta, salud y asegurados que han utilizado la Línea Médica Pediátrica. En total, se han realizado cerca de 29.000 encuestas, que han obtenido un porcentaje de satisfacción superior al 84% (sobre 100%) en todos los casos.

#### Encuestas realizadas



Para el 2010 está prevista la realización de los siguientes estudios de satisfacción y sus correspondientes planes de mejora:

- Asegurados de Salud
- Asegurados de Renta
- Asegurados Previsión
- Asegurados Hogar
- Asegurados de Vida
- Asegurados de nueva Contratación
- Satisfacción campaña fidelización
- Bajas de Hogar
- Bajas de Vida
- Bajas de Previsión

RESULTADOS ENCUESTAS	2007	2008	2009
<b>% DE SATISFACCIÓN</b>			
SALUD	N.D.	94%	89,3%
SALUD BAJAS	N.D.	81%	N.D.
RENTA	83%	N.D.	84,1%
RENTA POST SINIESTRO	N.D.	N.D.	N.D.
RENTA BAJAS	N.D.	72%	N.D.
HOGAR	75%	N.D.	N.D.
VIDA	N.D.	N.D.	N.D.
PREVISIÓN	N.D.	N.D.	90%
SERVIQUAL SALUD	81%	N.D.	N.D.
REDES COMERCIALES	N.D.	90%	N.D.
CLÍNICA BERGARA	88%	N.D.	N.D.
IMAGEN DE MARCA	N.D.	N.D.	N.D.
LÍNEA MÉDICA	N.D.	89%	N.D.
LÍNEA MÉDICA PEDIÁTRICA	N.D.	N.D.	84,3%
CALL CENTER	N.D.	86%	N.D.
DKV DIRECTO	N.D.	96%	N.D.

## MODELO DE GESTIÓN BASADO EN LA EXCELENCIA

La excelencia es uno de los ejes de la estrategia de DKV y se despliega a través de la gestión por procesos y del modelo de mejora continua que envuelve a su modelo de gestión.

DKV toma como referencia el modelo de excelencia empresarial EFQM, evaluado anualmente y a partir del cual se establecen planes de actuación de mejora. La compañía ha superado la línea de los 500 puntos en su última autoevaluación EFQM en 2009.

Para alcanzar estos estándares, DKV trabaja desde 2002 en la optimización del sistema desde dos vertientes:

- La revisión anual de los procesos en Servicios Centrales mediante el análisis de sus aspectos clave, su seguimiento y el planteamiento de acciones de mejora para cada uno de ellos.
- En sucursales, a través del Análisis del Cuadro de Mando de Sucursales, en el que el mismo personal de cada sucursal, junto con el área de Calidad, analiza la información relevante y plantea acciones y sugerencias de mejora propias y para Servicios Centrales que interactúan con ellos. El cumplimiento del Modelo de Gestión establecido para sucursales se analiza también a través de visitas periódicas.

Además, en 2009, DKV se ha planteado mejorar su eficiencia y eficacia iniciando un proyecto de rediseño completo de sus procesos de gestión de prestaciones.



## CASO DE ESTUDIO

## PROGRAMA e+

La calidad en el servicio al cliente forma parte del compromiso de DKV. Superar el umbral de lo cotidiano, actuar por encima de las expectativas del cliente, mejorar, merece un reconocimiento. Con este fin, DKV emprendió en 2007 el programa e+, una iniciativa que persigue la mejora continua a través de la percepción de los clientes internos y externos y que en 2009 se ha seguido consolidando con dos acciones concretas:

- Los clientes internos de sucursales y central han valorado los Servicios Centrales.
- Los clientes, la red comercial y sus principales clientes internos de Servicios Centrales han valorado a las sucursales.

Los equipos de Servicios Centrales y las sucursales mejor valoradas obtendrán un reconocimiento en 2010.

## Proyecto inteligencia de cliente

El término CRM obedece a las siglas de gestión de relaciones con los clientes (*Customer Relationship Management*) y consiste en la utilización del marketing relacional para conocer y satisfacer las necesidades de los clientes. Se trata de un sistema de análisis integral de clientes, que ha adoptado DKV y que permite maximizar la información del cliente y, entre otras cosas:

- Identificar segmentos a los que realizar acciones de retención, fidelización y recuperación.
- Realizar acciones eficaces de *cross-selling* y *up-selling*.
- Conocer el valor actual y potencial del cliente.
- Identificar segmentos de clientes para adaptarnos a sus necesidades en nuestra oferta de productos y servicios.

DKV denomina a este sistema Proyecto Inteligencia de Cliente, que consta de tres grandes pasos:

- Definición y creación de un Datamart Analítico
- Análisis y modelización de los datos
- Realización campañas comerciales y validación de las mismas

## ESTADO DEL PROYECTO:

1. Actualmente, DKV dispone de un **Datamart Analítico** que permite realizar análisis estadísticos y tener un mayor conocimiento del cliente y de sus necesidades. Se está trabajando en su ampliación y mejora, con el objetivo de afinar más en los procesos de fidelización, prevención, retención y venta cruzada, gracias a la segmentación de la cartera de clientes.

2. **Fidelización de Clientes:** En 2009, se ha felicitado la Navidad a los mejores clientes y se les ha invitado al cine. Para 2010, se ha diseñado un Plan de Fidelización, que consta de diferentes acciones como felicitación por maternidad, felicitación por cumpleaños y encuesta a nuevos clientes.
3. **Voz del Cliente:** Plan de Encuestas
4. **Prevención:** DKV dispone de un modelo estadístico que ayuda a identificar al asegurado con mayor probabilidad de darse de baja que la media. Mensualmente, se llama a estos clientes para detectar su intención real de darse de baja y en caso afirmativo, se realizan las acciones necesarias para retenerlos. Para 2010, se tiene previsto mejorar este proceso, introduciendo alarmas de prevención.
5. **Retención:** Mensualmente, DKV selecciona a clientes que han manifestado su intención de darse de baja, pero que todavía no lo han hecho, para intentar retenerlos, si es oportuno. En 2010, la compañía quiere mejorar este proceso así como crear una plataforma única de llamadas salientes. Este proceso se está desarrollando para clientes de Salud y Renta, y se está estudiando la posibilidad de ampliarlo a otros ramos.
6. **Venta Cruzada:** Se ha previsto un proyecto de venta cruzada, basado en identificar clientes con probabilidad de comprar un tipo de producto y detectar oportunidades de venta. Asimismo, se quiere identificar perfiles de clientes similares entre los distintos ramos para hacerles propuestas comerciales de venta cruzada acorde a su perfil.

## ATENCIÓN A CLIENTES DE DKV

La Fundación DKV Integralia es la responsable de realizar la atención a clientes de DKV a través de su *call center*. En 2009, el equipo de la entidad ha establecido más de 1,5 millones de contactos con clientes, con un porcentaje de efectividad del 86,4%.

<b>INDICADORES DE ACTIVIDAD DKV</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>CONTACTOS CON CLIENTES DKV</b>	723.840	828.973	841.512
<b>LLAMADAS RECIBIDAS DKV</b>	722.238	817.525*	879.293*
<b>LLAMADAS/MES DKV</b>	60.186	66.322	73.274
<b>TOTAL LLAMADAS ATENDIDAS DKV</b>	615.207	690.293*	733.480*
<b>FAX EMITIDOS</b>	107.211	135.121	106.183
<b>E-MAILS RECIBIDOS Y RESPONDIDOS</b>	1.422	3.559	1.849
<b>PORCENTAJE DE EFECTIVIDAD</b>	85%	84%	83%
*Suma de llamadas del Centro de Atención al Cliente + Servicios +Comercial			

# ASEGURAMIENTO INNOVADOR Y SOSTENIBLE

## LA CONCESIÓN DEL HOSPITAL DE DENIA: MARINA SALUD

El nuevo Hospital de Denia ha iniciado en 2009 su actividad a pleno rendimiento. Durante el primer año de actividad se ha consolidado el compromiso adquirido con la población. Éstas son algunas de las iniciativas llevadas a cabo:

- **Ampliación de la cartera de servicios.** Se han introducido nuevos servicios como Cirugía Vasculard, Reumatología, Biología Molecular y Hospitalización Psiquiátrica, así como nuevas técnicas quirúrgicas en servicios ya existentes como cirugía del polo posterior (OFT), cirugía de columna (COT), cirugía oncológica, cirugía laparoscópica y biopsia renal (URO) y técnicas diagnósticas como citologías vaginales (GIN), estudio de linfomas (HEM), resonancia magnética, radiología intervencionista, ortopantomografía, densitometría, mamotest y hemodinámica (RX).
- **Búsqueda de la excelencia sanitaria.** AENOR ha otorgado la certificación de calidad ISO 9001:2008 a los Servicios Centrales Asistenciales (Diagnóstico Biológico, Diagnóstico por Imagen, Urgencias, Farmacia y el Área de Programación de la Actividad Asistencial), prueba del compromiso con la calidad tanto de la dirección del hospital como de los profesionales que trabajan en él. Por otro lado, las encuestas realizadas a los pacientes muestran un alto grado de satisfacción en las atenciones sanitarias recibidas.
- **Apertura de nuevos centros.** En mayo de 2009 se inauguró un nuevo consultorio en Xaló, que ha supuesto una inversión de más de 400.000 euros. También se inició el proyecto del nuevo Centro de Salud Integrado de Denia, cuya inauguración está prevista para marzo del 2010.
- **Arte en el Hospital.** Se trata de una iniciativa pionera en España, promovida e impulsada por DKV Seguros, que pone de manifiesto como el arte influye en la mejora de la salud y el bienestar. Para ello, la ‘Colección DKV: Arte y Salud’, que muestra el trabajo de 28 destacados artistas, ha sido cedida temporalmente al Hospital de Denia.
- **Integración laboral.** La Fundación DKV Integralia, entidad sin ánimo de lucro instituida por DKV Seguros para favorecer la integración de las personas con discapacidad, atiende el cien por cien de llamadas recibidas en el *call center* del Hospital de Denia. En él trabajan personas con discapacidades, tanto físicas como psíquicas o sensoriales, para quienes se han adaptado 16 puestos.
- **Un centro sanitario verde.** El Hospital de Denia es un edificio concebido para cuidar el medio ambiente. Su estructura permite bañar de luz natural la práctica totalidad de las dependencias sanitarias, consiguiendo un ambiente agradable tanto para los profesionales como para los pacientes, además de un considerable ahorro energético. Las zonas más alejadas de las fuentes naturales se iluminan siempre con alimentación de bajo consumo y se utilizan paneles de energía solar para producir toda el agua caliente sanitaria que se consume en el edificio.

## EL HOSPITAL EN CIFRAS 2009

ÁREA DE CONSULTAS EXTERNAS

128.000 CITAS

ÁREA DE HOSPITALIZACIÓN

62.000 INGRESOS

ÁREA DE DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO

79.000 PRUEBAS RADIOLÓGICAS

POR LA IMAGEN

10.000 PRUEBAS DIAGNÓSTICAS

ÁREA DE URGENCIAS

48.000 URGENCIAS

ÁREA QUIRÚRGICA

8.000 INTERVENCIONES

CONCEPTO	2007	2008	2009
RENTABILIDAD	LIMITADA AL 7,5% DE LA TASA DE RETORNO	LIMITADA AL 7,5% DE LA TASA DE RETORNO	LIMITADA AL 7,5% DE LA TASA DE RETORNO
INVERSIÓN	96,6 MILLONES DE EUROS	96,6 MILLONES DE EUROS	101 MILLONES DE EUROS
COEFICIENTE TRANSFERENCIA FACTURACIÓN INTERCENTROS	0,85	0,85	0,85
NÚMERO DE EMPLEOS INDIRECTOS	212	140	81
NÚMERO DE EMPLEOS DIRECTOS	20	168	837
% DEL PROYECTO EJECUTADO	31%	87,5%	94,4%
INVERSIÓN EJECUTADA	31.274.583 EUROS	84.572.603 EUROS	95.392.058 EUROS

## MUFACE, MUGEJU E ISFAS

DKV Seguros está presente en el modelo de financiación pública con cobertura privada de los colectivos de MUFACE, MUGEJU e ISFAS. De manera global, atiende en esta modalidad a más de 125.000 clientes.

estratégico, una ventaja competitiva, una vía para conseguir el éxito consolidado y un motor de crecimiento.

En ese sentido, DKV se ha convertido en la compañía pionera del sector asegurador en el desarrollo de soluciones web 2.0. A finales de 2009, lanzó su propia red social, [www.vivelasalud.com](http://www.vivelasalud.com), para que asegurados, usuarios, médicos, sociedades científicas y asociaciones de pacientes compartan información sobre salud, de forma segura y con garantías de calidad e intercambien experiencias o testimonios.

## SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

DKV apuesta por la innovación, entendida como un proceso continuo que merece esfuerzo y recursos, desde el origen de las ideas hasta su puesta en valor, para la consecución de los resultados.

Además de la nueva orientación del 'Programa Ideas' y del Grupo de Creatividad, de los que se dan más detalles en el apartado de empleados, DKV ha llevado a cabo una serie de actuaciones relevantes en el campo de la innovación y la sostenibilidad:

La compañía considera la innovación un eje principal de su plan

Nº DE CLIENTES	2007	2008	2009
MUFACE	101.769	103.839	105.115
MUGEJU	6.093	5.955	6.273
ISFAS	6.188	6.235	12.781
MUFACE INTERNACIONAL	6.780	7.960	1.246*
TOTAL	120.830	123.989	125.415

\*La diferencia se debe a que el concurso de MUFACE Internacional fue adjudicado a otra compañía. La cifra reflejada es propia de la cota residual motivada por el cambio de una empresa a otra.

### Productos y Servicios

- Se han **actualizado con nuevas coberturas y servicios los seguros de Salud**. Destaca el lanzamiento del Plan ¡Vive la Salud! y la incorporación de nuevos servicios como *wellness*, servicio de asistencia familiar, entre otros.
- **Sistema de Gestión de Copagos en Negocio Colectivo**. Los clientes disponen de una completa oferta que les permite elegir el escenario de copago que más se adapta a sus necesidades tanto en cobertura como en prima, en escenarios estándar o situaciones ad hoc.
- **Nueva oferta en el Colectivo con Garantía de Condiciones**, que permite a los asegurados con dificultades económicas, mantener una asistencia básica y el derecho a retornar a su cobertura original sin nueva valoración médica y con derechos inmediatos.
- Nuevo producto **DKV Renta Baremado**, con cobertura por Incapacidad Temporal articulada mediante baremo, con posibilidad de ampliación en caso de bajas prolongadas para negocio Colectivo, con actualización de las tarifas y coberturas del DKV Renta, con acceso gratuito a pruebas diagnósticas en caso de lista de espera.
- Lanzamiento del proyecto **Spanien Plus**, dirigido específicamente a residentes alemanes en España y en colaboración con la embajada alemana en España.
- La compañía ha lanzado también **DKV Renta Mujer**, un seguro pensado para las mujeres que trabajan en el hogar que cubre aquellas situaciones en las que no puede afrontar sus tareas cotidianas por enfermedad o accidente. De esta forma, la compañía asegura el trabajo en el hogar de la mujer con una cobertura similar a la de otras profesiones.

## CASO DE ESTUDIO

### DKV INTEGRAL SIN BARRERAS

Consciente de las dificultades de contratación de seguros de salud que suele tener el colectivo de personas con discapacidad y fiel a su compromiso con estas personas, DKV Seguros ha lanzado DKV Integral Sin Barreras, una cobertura especialmente creada para atender las necesidades que las personas con Síndrome de Down y sus familias puedan tener día a día. La iniciativa cuenta con el apoyo de Accenture, La Fundación Catalana Síndrome de Down y la Fundación Integralia.

DKV Integral Sin Barreras garantiza la asistencia médica completa en la red de servicios sanitarios de DKV a nivel nacional, incluyendo la asistencia primaria, la asistencia hospitalaria y extra hospitalaria, así como las urgencias en territorio nacional. También incluye la asistencia sanitaria en casos de accidentes laborales y de tráfico, y una indemnización por día de hospitalización.

Además de las ventajas que ofrece este nuevo producto, los beneficiarios de esta cobertura podrán acceder al servicio de asesoramiento médico de DKV Seguros a través de sus líneas médicas 24 horas. También tendrán la posibilidad de participar en los programas de salud preventiva ¡Vive la Salud! de DKV Seguros, que a través de Internet y de forma personalizada, establecen pautas y el seguimiento de especialistas médicos para mejorar sus hábitos de salud y controlar los factores de riesgo de determinadas enfermedades.

### Prestaciones en Salud

- En Gestión de Red de Proveedores, se ha dimensionado la Red Asistencial Básica según estándares de calidad y eficiencia, forfaits en consultas externas, concentración de proveedores en determinadas actividades y creación de nuevas redes diferenciadas (privada, CCNN, Decesos y Preferentes).
- Puesta en marcha del **centro e-documentación médica DKV**.
- Definición del sistema de gestión de crónicos.
- Definición y desarrollo del **Plan de Vida Saludable ¡Vive la Salud!**, un proyecto cuyo objetivo es fomentar actividades de promoción de la salud y prevención de la enfermedad a través de distintos programas específicos: Vida Saludable, Prevención Cardiovascular, Diabetes, Obesidad, Obesidad

Infantil, Prevención de Alergias, Prevención Cáncer de Mama y Prevención Cáncer de Próstata.

### Actuaciones en prestaciones del ramo de Hogar

- Se ha introducido un **modelo de gestión de prestaciones más proactivo y cercano** a los asegurados, buscando una mayor calidad de servicio y eficiencia. Se ha conseguido mejorar el proceso, tanto desde la comunicación del siniestro hasta la finalización del mismo, así como una transparencia total con las sucursales desde donde pueden acceder a la misma información del expediente. Este proceso se ha visto acompañado por un nuevo control de gestión que tiene como objetivo la mejora de los ratios de calidad y de costes de la gestión de prestaciones del ramo de Hogar.

#### Actuaciones en modelo comercial y cliente

- Actualización del modelo de recuperación de clientes.
- Nuevo modelo de provisión en las acciones de motivación comercial (campañas de excelencia, etc.).
- Adecuación procesos de administración comercial, tanto para nombramientos como para sostenimiento del nuevo modelo comercial.

#### Actuaciones en procesos clave

- Desarrollo del *call center* comercial en Jerez.
- Nuevas aplicaciones en el soporte informativo para los Cuadros Médicos, en CD y/o descarga desde la web, con actualización

automática. Nueva aplicación de consulta también desde el teléfono móvil.

- Nuevo sistema de tratamiento y envío documental de los contratos de proveedores.
- Cambios en los servidores transaccionales mejorando prestaciones con mayor eficiencia en el consumo eléctrico, etc.
- Actualización del sistema CRM, para la mejora de la atención a los clientes.
- Programa e+: Herramienta de mejora continua para Servicios Centrales y sucursales a través de la percepción de sus clientes.







# EMPLEADOS



INDICADORES CLAVE	2008	2009	2008/2009	OBJETIVO 2010
ESTABILIDAD EN EL EMPLEO INDEFINIDO	98,05%	97,8%	↓	98%
NÚMERO DE EMPLEADOS	718	707	↓	715
HORAS FORMACIÓN/EMPLEADO	47,42	45,7	↓	40
INVERSIÓN EN FORMACIÓN	807.000 EUR	772.000 EUR	↓	700.000 EUR
ÍNDICE ABSENTISMO	3,73%	3,14%	↓	3,12%
MEDIA DE AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA PLANTILLA	13,15	13,37	↑	13,60
PORCENTAJE DE EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD	18,8%	21,66%	↑	MANTENER EL % DE 2009

GRADO DESARROLLO PRINCIPALES PROYECTOS 2009	
PROYECTO	PORCENTAJE DE DESARROLLO
Desarrollo comunicación interna	100%
Evaluación desempeño	14,43%
Formación en valores	75%
Programa Óptima/Plan de igualdad	100%
Cultura prevención	100%

FORTALEZAS
Satisfacción general empleados
Clima laboral/Compromiso empleados
Conciliación vida personal y laboral/Plan de Igualdad
Beneficios sociales
Nivel cualificación profesional
Participación y comunicación interna

VALORACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS	
Satisfacción general	82%*
Compromiso empleados	88%*

\*Según el ranking Great Place to Work

COMPROMISO CON EL GRUPO DE INTERÉS
Compromiso con el equipo, con el desarrollo profesional y con la conciliación laboral-familiar.
Cuatro ejes de actuación: Servicio, Desarrollo, Compromiso y Reconocimiento

PRINCIPALES RETOS 2010
Continuación del despliegue del Modelo de Gestión Personas
Conciliación de la vida personal y laboral/Igualdad
Plan general de desarrollo (Academia DKV)
Revisión procesos y procedimientos RR.HH.
Estrategia global de compromiso
Actualización de la descripción de puestos trabajo
Nuevas iniciativas de comunicación interna

PRINCIPALES LÍNEAS DE DIÁLOGO CON EL GRUPO DE INTERÉS
Programa comunicación y participación empleados (focus groups, comités empresa, ideas, necesidades de formación, concursos, grupo de creatividad,...)

ACCIONES DE INVOLUCRACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS EN EL PROGRAMA DE EMPRESA RESPONSABLE
Plan de Igualdad (35 acciones positivas en total 2009)
Voluntariado profesional, corporativo y familiar

**ÁREAS DE MEJORAS**

Desarrollo de un modelo de formación global

Evaluación del desempeño de todos los empleados como parte de la implantación del Plan Compromiso

**PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS**

Empresa top para trabajar en España (CRF)

Obtención Best Place to Work (concedido en abril 2009)

**BALANCE GENERAL**

DKV Seguros ha sido reconocida como una de las 50 mejores empresas para trabajar en España (Best Place to Work). Asimismo, la compañía ha firmado su Plan de Igualdad y definido el proceso de actuación ante posibles casos de acoso, continuando con la labor que ya desarrollaba desde el Programa Óptima.

En materia de salud laboral, DKV ha recibido por parte de AENOR el Certificado de Seguridad y Salud en el Trabajo así como el Certificado de IQNet según Norma OHSAS 18001:2007.

Para 2010, continúa el despliegue del Modelo de Gestión de Personas haciendo especial hincapié en los cuatro ejes de actuación de dicho modelo: Servicio, Compromiso, Reconocimiento y Desarrollo.

**LAS PERSONAS EN DKV**

59 personas se han incorporado en 2009 al equipo de DKV Seguros, lo que conforma una plantilla total de 707 personas y una efectiva, de 691. Además, durante el año, la compañía ha contado con los servicios externos de 89 personas para las áreas de informática, limpieza y seguridad.

La mitad de la plantilla aproximadamente trabaja en los servicios centrales, mientras que el resto desempeña su actividad en las sucursales. El mayor grueso del equipo tiene entre 30 y 50 años; cuenta con formación universitaria o formación profesional; y desarrolla su actividad como técnico/a, comercial o en atención al cliente.

El gasto total de personal ha ascendido a 34.536 millones de euros en 2009, una cifra que incluye salarios, seguridad

**LAS PERSONAS EN DKV**

	2007	2008	2009
Nº DE EMPLEADOS PROPIOS A 31/12/09 (FÍSICOS)	712	718	707
PLANTILLA EFECTIVA	694,83	701,9	691,72
EMPLEADOS DE SERVICIOS EXTERNOS	93	91	89

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

SEDE CENTRAL	363(50,98%)	367(51,11%)	361(51,06%)
SUCURSALES	349(49,02%)	351(48,89%)	346(48,94%)

**EDAD DE LA PLANTILLA**

	2007	2008	2009
MENOR DE 30 AÑOS	123	102	87
DE 30 A 40	254	261	242
DE 41 A 50 AÑOS	250	266	278
MÁS DE 51 AÑOS	85	89	100
EDAD MEDIA (AÑOS)	40	40	41

## CONOCIMIENTOS

UNIVERSITARIOS	236	250	261
FORMACIÓN PROFESIONAL	232	217	210
MEDIOS	187	199	185
RESTO	57	52	51

## ESTRUCTURA FUNCIONAL (POR ÁREA TÉCNICA)

SDIRECCIÓN	14	16	16
GESTIÓN-ADMINISTRACIÓN	83	89	88
INFORMÁTICA	31	32	34
TÉCNICA	205	200	200
COMERCIAL	157	156	144
ATENCIÓN AL CLIENTE	214	217	217
OTROS	8	8	8

## GASTO TOTAL DE PERSONAL (MILES DE EUROS)

32.671	35.628	34.536
--------	--------	--------

## COSTE MEDIO POR EMPLEO

45.886	49.621	48.848
--------	--------	--------

social, formación, beneficios sociales y provisiones del seguro de vida. El coste medio por empleado/a ha sido de 48.848 euros.

## TALENTO Y RESPONSABILIDAD

DKV apuesta por la estabilidad laboral, potenciando los contratos indefinidos (97,88% de la plantilla), para retener a los empleados comprometidos. Gracias a ello, DKV ha mantenido un incremento sostenido de su éxito empresarial. En 2009, las primas por empleado han sido de 637,62 miles de euros, lo que equivale a un crecimiento del 40,74% respecto a 2004.

DKV, desde 2004, desarrolla un **sistema general de desempeño**, que fija objetivos individuales y comportamientos para el personal

directivo, a corto y medio plazo, y para el resto de personas de la organización, a medio y largo plazo.

En 2008, se adaptaron los comportamientos a los nuevos valores del Plan Compromiso con la ayuda de diferentes departamentos y áreas de la compañía (Dirección General de Salud, Dirección General Comercial y departamentos de Comunicación y Responsabilidad Empresarial, Recursos Humanos, Gestión de Calidad, Actuarial, Informática y los dos Centros de Gestión). Esto ha servido para que, una vez efectuada esta revisión, los departamentos y las áreas que han intervenido en el proceso, hayan desplegado en 2009 el sistema de desempeño adaptado, no sólo en su planificación sino también en el seguimiento anual en la mayoría de los casos. La Dirección General Comercial ha extendido también el sistema al Comité Comercial, además de a los directores de sucursal, mientras que nuevos departamentos, como

Investigación y Desarrollo de Productos y Servicios, han realizado su primera planificación en el sistema de desempeño. Está previsto

desplegar el sistema a un tercer nivel, dentro de la compañía, en distintos departamentos.

TALENTO Y COMPROMISO	2007	2008	2009
MEDIA DE AÑOS DE EXPERIENCIA EN LA PLANTILLA	12,63	13,15	13,37
VINCULACIÓN CON NUESTRO PROYECTO	38 BAJAS	50 BAJAS	69 BAJAS
<b>PRIMAS POR EMPLEADOS (MILES DE EUROS)</b>			
PRIMAS POR EMPLEADOS (MILES DE EUROS)	575.949	609,78	637,62
INCREMENTO	5,12%	5,55%	4,56%
INCREMENTO CON RESPECTO A AÑO BASE (2004)	65,13%	34,59%	40,74%

ESTABILIDAD E IGUALDAD EN EL EMPLEO	2007		2008		2009	
	FIJOS	TEMPORALES	FIJOS	TEMPORALES	FIJOS	TEMPORALES
HOMBRES	311 (97,18%)	9 (2,81%)	311(99,04%)	3(0,96%)	297(99%)	3(1%)
TOTAL HOMBRES	320		314		300	
MUJERES	378 (96,42%)	14 (3,56%)	393 (97,28%)	11(2,72%)	395(97,05%)	12(2,95%)
TOTAL MUJERES	392		404		407	
TOTAL	689 (96,76%)	23 (3,23%)	704 (98,05%)	14 (1,95%)	692(97,88%)	15(2,12%)

## DESARROLLO PROFESIONAL

El departamento de Recursos Humanos ha potenciado durante 2009 diferentes programas de desarrollo profesional para identificar, desarrollar y retener el talento de las personas de la organización.

La **Academia DKV** ha puesto en marcha cinco módulos formativos del Programa Avanza y el primer módulo del Programa Enseña.

La innovación es un valor que se quiere potenciar en toda la organización, por lo que la formación en creatividad e innovación al Grupo de Creatividad se ha consolidado año tras año, en este caso combinándola con el arte. El resultado de todos estos programas son casi 100 empleados participando en programas formativos continuos de desarrollo.

### Formación no comercial

De manera global, se han impartido 30.836 horas en formación no comercial en DKV, que han contado con 2.489 participantes y con un índice de satisfacción de 3,49 sobre 4.

El Programa de formación no comercial de 2009 ha apostado por la innovación, tanto en metodologías de formación, como en contenidos.

- **Cocina de Valores:** Puesta en marcha de una innovadora formación en los valores de la compañía basada en la realización de diferentes platos de cocina que representan a cada valor de la empresa. Esta metodología combina las habilidades adquiridas a través de un curso de cocina con la interiorización de los valores de la compañía (trabajo en

equipo, la innovación, la empatía) todo dentro de la cultura corporativa de hábitos saludables.

- **Risoterapia** para administrativos: Se han impartido diferentes sesiones de risoterapia en las distintas formaciones de los administrativos de sucursales tanto de atención al cliente como de *back office*. Estas sesiones de risoterapia tienen como objetivo aprender a gestionar el estrés que genera el trabajo diario de una manera divertida e innovadora y van íntimamente unidas a las sesiones presenciales de formación sobre la gestión del estrés.
- **Pilates** para administrativos: Se han impartido diferentes sesiones de pilates en las distintas formaciones de los administrativos de sucursales tanto de atención al cliente como de *back office*. Estas sesiones de pilates tienen como objetivo mostrar y enseñar ejercicios suaves de mantenimiento unidos a musicoterapia de relajación personal.
- Formación en **creatividad a través del arte**: El grupo de Creatividad recibió una sesión de formación en creatividad basada en la producción creativa a través de la visualización de diferentes obras de arte.
- **Formación e-learning**: Todos los empleados de la compañía realizaron diferentes cursos de formación en prevención de riesgos laborales a través de la plataforma de *e-learning*, así como diferentes cursos de informática.
- Destaca también la alta participación en el **Programa Idiomas**, con 258 alumnos (más de 35% de la plantilla).

Con la filosofía de seguir innovando en la formación, se ha puesto en marcha un sistema de evaluación del impacto de la formación en el puesto de trabajo. Para ello, se ha medido el impacto en el puesto de trabajo del colectivo de administrativos de la formación recibida durante el curso de *back office*.

### Formación comercial

La Unidad de Formación Comercial ha coordinado o impartido 306 cursos en 2009, con una duración total de 204.644 horas y una participación de 30.131 personas. En total, se han impartido un conjunto de 26.568 sesiones, contabilizando la formación reportada por el profesorado interno de la compañía y las consultorías externas, según el Plan de Formación Comercial de DKV – ERGO adaptado a los requisitos de la nueva Ley de Mediación. Los cursos han contado también con la participación de 239 personas de departamentos administrativos y marketing Directo.

- A lo largo del año 2009, se ha empezado a formar la Escuela Comercial DKV, creando una imagen propia “Escuela Comercial DKV” y diseñando itinerarios formativos para diferentes figuras comerciales, con metodología formativas novedosas y comenzando a unificar el estilo de formación dentro del área comercial.

- Para homogeneizar las formaciones comerciales se han desarrollado dos programas de **Formación de Formadores**, con el objetivo principal de fijar las variables del estilo de formación:
  - **Aprender a Enseñar**: acción formativa diseñada para los Responsables de Grandes Cuentas, los Responsables de Negocio Directo y los Formadores Comerciales de Zona. Se trata de un seminario presencial, un curso on-line de presentaciones eficaces y un seguimiento personalizado por parte del tutor.
  - Un programa presencial para potenciar las habilidades formativas de las figuras comerciales de la Red Exclusiva que tiene competencias en el desarrollo y formación de equipos de ventas (Coordinadores de **Red Exclusiva**, Jefes de Equipo y Gestores de Área).
- Puesta en marcha del itinerario formativo diseñado a tres años para los **Consultores de Red Externa**, comenzando con un curso presencial impartido en tres grupos sobre ‘**Nuevos Nombramientos de Mediadores**’ y con un seguimiento de la acción que se realizará a lo largo del 2010, a través reuniones en pequeños grupos de multiconferencia. En este seminario participaron también los Directores Comerciales de Zona.
- Con el objetivo de mejorar en la retención de los clientes que entran en las sucursales, se impartió a las personas de Venta Directa en Sucursal (Retail) el curso de ‘**Retención de Clientes**’.
- Conjuntamente con la Dirección Técnica del ramo de **Renta**, se ha continuado durante los dos primeros meses del año con la formación del producto de Renta Baremado, en el que se han formado 905 asistentes, en 41 cursos.
- Junto con la Dirección Técnica de los ramos de **Hogar y Vida**, se han realizado cursos de formación sobre las campañas comerciales del último trimestre del año. En el caso de hogar se impartieron 17 cursos sobre DKV Hogar a 204 alumnos y en el caso de Vida, 26 cursos de Ergo Vida con 274 asistentes.
- Se ha dado continuidad al **acercamiento** con los **Colegios de Mediadores** impartiendo el **Curso Monográfico de Salud**, conjuntamente con el CECAS, así como reafirmando la colaboración con el curso ‘**La atención al cliente en seguros de Salud**’, que durante 2009 ya se ha impartido en tres colegios de agentes. Asimismo, se ha seguido el **Plan de Formación de Acceso a la Mediación para Agentes Exclusivos elaborado por DKV y el CECAS**, con las materias y horas para cumplir con las disposiciones de la ley de Mediación. Un total de 962 nuevos asesores han realizado algún módulo de los ramos que no tenían o han finalizado el curso completo de 120 horas, que les acredita como agentes exclusivos de DKV-Ergo para poder distribuir sus productos aseguradores.
- Durante las jornadas de la Excelencia celebradas en 2009 en Dénia, se desarrolló el taller de trabajo ‘**Creatividad e Innovación Comercial**’, enfocado a familiarizar a los participantes con una metodología innovadora de trabajo. La sesión combinó la presentación teórica con la aplicación práctica.

<b>FORMACIÓN COMERCIAL Y NO COMERCIAL A EMPLEADOS</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
HORAS FORMACIÓN POR EMPLEADO	42,4	46,56	45,74
HORAS TOTALES	30.188	34.053	32.335
INVERSIÓN TOTAL EN FORMACIÓN (EUROS)	686.000	807.000	772.000
RELACIÓN ENTRE EL PRESUPUESTO DE FORMACIÓN Y GASTO TOTAL DE PERSONAL	2,10%	2,26%	2,23%
ÍNDICE TOTAL DE CALIDAD DE FORMACIÓN	4,02 /5	3,5/4	N.D.
<b>NÚMERO DE CURSOS DE FORMACIÓN:</b>			
COMERCIAL	9.292	14.858	26.566
NO COMERCIAL	250	123	167
<b>Nº DE ASISTENTES A CURSOS DE FORMACIÓN</b>			
COMERCIAL	15.902	18.626	30.131
NO COMERCIAL	1.354	1.505	2.489

<b>FORMACIÓN NO COMERCIAL</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>FORMACIÓN EN VALORES</b>			
Nº DE CURSOS	12	2	6
Nº DE PERSONAS	141	25	96
<b>FORMACIÓN INDIVIDUALIZADA</b>			
PARTICIPACIÓN	100	98	70
Nº DE HORAS	2.650	5.019	5.121
<b>PROGRAMA IDIOMAS</b>			
Nº DE PERSONAS	451	242	258
<b>PLATAFORMA E-LEARNING</b>			
Nº DE PERSONAS	7	96	1.122
PORCENTAJE DE FORMACIÓN NO COMERCIAL E-LEARNING	0,20%	8%	6,49%



<b>FORMACIÓN NO COMERCIAL</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>FORMACIÓN PRL</b>			
PARTICIPANTES	340	105	1.402
HORAS	1.084	120	1.526
<b>INVERSIÓN FORMACIÓN NO COMERCIAL</b>			
INVERSIÓN (EUR)	343.000	403.500	386.000
HORAS	23.178	29.342	30.836
PARTICIPANTES ACCIONES FORMATIVAS	1.354	1.594	2.489
ÍNDICE GLOBAL DE SATISFACCIÓN NO COMERCIAL	3,99/5	3,50/4	3,49/4

<b>FORMACIÓN COMERCIAL</b>	<b>2008</b>			<b>2009</b>		
	Nº HORAS	ASISTENTES	Nº CURSOS	Nº HORAS	ASISTENTES	Nº CURSOS
TOTAL	103.021	18.628	14.858	204.644	30.131	26.568
UNIDAD DE FORMACIÓN	16.787	4.097	327	16.833	3.869	306
FORMACIÓN INTERNA	13.240	3.770	310	15.140	3.599	291
FORMACIÓN CONSULTORÍA	3.547	327	17	1.693	270	15
CANALES	86.234	14.531	14.531	187.811	26.262	26.262
<b>FORMACIÓN IMPARTIDA POR FORMADORES INTERNOS RESPONSABLES DE CANALES</b>						
PROGRAMA CECAS	ND	ND	ND	76.960	962	962

<b>FORMACIÓN COMERCIAL</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
INCREMENTO CON RESPECTO AL EJERCICIO ANTERIOR	20,4%	108%	99%
MEDIA DE ACCIONES DIARIAS	44	68	121
ÍNDICE DE CALIDAD DE LA FORMACIÓN COMERCIAL	4,5/5	4,6/5	4,6/5

### Estudiantes en prácticas

En 2009, 65 estudiantes realizaron prácticas en DKV, de los cuales el 12,31% se incorporó a la plantilla. Las

prácticas están reguladas por el Real Decreto 1497/81 y se basan en convenios con centros nacionales e internacionales (universidades, Escuelas de Negocios, Institutos de Formación Profesional, etc.)

## PROGRAMA DE BECARIOS EN DKV

### BENEFICIOS PARA LOS BECARIOS

- PRIMER CONTACTO CON EL MUNDO LABORAL
- CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS, COMPLEMENTARIOS A SU FORMACIÓN TEÓRICA
- FORMACIÓN ESPECÍFICA EN SEGUROS
- FACILITA SU INSERCIÓN EN EL MUNDO LABORAL

### BENEFICIOS PARA DKV

- INTRODUCCIÓN DE IDEAS INNOVADORAS.
- FUENTE DE SELECCIÓN DE PERSONAL, QUE PERMITE CONOCER LA FORMA DE TRABAJAR DEL CANDIDATO. EN UN PROCESO DE SELECCIÓN, LA PRIMERA FUENTE DE RECLUTAMIENTO SON LOS BECARIOS.
- INTRODUCCIÓN DE IDEAS INNOVADORAS

BECARIOS	2007	2008	2009
TOTAL BECARIOS	51	53	65
Nº PUESTOS CUBIERTOS	9	3	8
PORCENTAJE	17,65%	5,66%	12,31%

### CONCILIACIÓN FAMILIAR Y LABORAL

Como continuación del Programa Óptima de la compañía y cumpliendo con la Ley Orgánica 3/2007 para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, DKV ha puesto en marcha un **Plan de Igualdad**, respaldado por todo los representantes legales de los trabajadores de la compañía.

Asimismo, la compañía ha puesto en marcha en 2009 un **servicio de asesoramiento social telefónico gratuito**, que proporciona orientación social, psicológica y jurídica. El servicio, que se gestiona a través de una empresa externa con especialistas en diferentes temas, garantizando la completa confidencialidad, facilita información sobre todas aquellas dudas que los empleados o sus familiares directos puedan tener a nivel social (gestión de dependencias, discapacidad, problemas de pareja, infancia y familia, toxicomanías...), ayudándoles en las gestiones necesarias para su resolución.

#### Comité permanente de igualdad

Para velar por la igualdad, la compañía ha creado un comité permanente del que forman parte los empleados que impulsaron el

Programa Óptima, dos representantes legales de los trabajadores y dos miembros de Recursos Humanos.

Este comité, que pretende representar la opinión de diferentes áreas y categorías profesionales, tiene como fin proponer y promover las acciones del Plan de Igualdad, posibilitar una buena transmisión de la información al resto de la empresa y participar en el seguimiento de la implantación y objetivos conseguido. Para ello, el comité se reunirá una vez al año para evaluar las acciones establecidas, así como para planificar nuevas actuaciones.

#### Gestión del acoso

Como novedad y de acuerdo con la normativa, DKV ha elaborado un protocolo de gestión del acoso que persigue mantener un entorno laboral en el que se respete la dignidad de las personas y los derechos amparados por la Constitución y el Estatuto de los trabajadores, previniendo y erradicando posibles situaciones de acoso.

## CASO PRÁCTICO

### PLAN DE IGUALDAD

Con la finalidad de respaldar la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en la aseguradora, DKV Seguros ha lanzado el Plan Igualdad, iniciativa que ha surgido como producto del análisis de la situación actual y de los avances realizados desde el 2003 con el Plan Óptima para garantizar la igualdad y favorecer la conciliación de la vida personal y profesional. El diagnóstico ha permitido analizar la evolución del trabajo con acciones que facilitan la igualdad y conciliación.

El resultado positivo ha animado a continuar trabajando con el nuevo Plan de Igualdad. También se ha definido el procedimiento para casos de acoso por razón de sexo. La información sobre el proceso y procedimiento se ha publicado en la intranet y en DKVdirecto. De esta forma, las actuaciones de DKV Seguros incorporan los nuevos requisitos legales, como la participación de la representación legal de los trabajadores en un comité permanente de igualdad o el establecimiento de un protocolo para la gestión del acoso.

El Plan de Igualdad de DKV Seguros incluye también una serie de acciones positivas que se pondrán en marcha a lo largo de 2010, como la inclusión de un apartado para solicitar formación para el desarrollo profesional y promoción en el análisis de necesidades de formación, un permiso para el día anterior a exámenes de formación reglada, un estudio de competencias salariales por sexo o el permiso retribuido desde la semana 37 de gestación para las futuras madres, entre otros.

Estas medidas se suman a las que ya se han establecido desde el 2003, alcanzando en la actualidad 35 acciones positivas dirigidas tanto a mujeres como a hombres. Entre ellas, se encuentran interesantes iniciativas en conciliación, como un horario de trabajo con flexibilidad, numerosos permisos que facilitan compaginar vida laboral y personal, acciones que fomentan la promoción y desarrollo de los empleados en términos de igualdad, y un servicio de asesoramiento social telefónico gratuito que proporciona orientación social, psicológica y jurídica.

### PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA DIRECCIÓN

	2007	2008	2009
ALTA DIRECCIÓN	0	11,11%	11,11%
DIRECTORAS DE DEPARTAMENTO	20,83%	15,00%	14,29%
DIRECTORAS TERRITORIALES	0	0	0
TÉCNICAS/DIRECTORAS DE SUCURSAL	44,23%	46,45%	45,38%
Nº DE MUJERES EN PUESTOS CUALIFICADOS	97	102	112
MUJERES EN PUESTOS CUALIFICADOS	40,95%	41,46%	40,73%

### GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

#### Integración laboral de personas con discapacidad

DKV ha mantenido en 2009 su plantilla de empleados con discapacidad y ha continuado dando apoyo a Fundación DKV

Integralia, creada en 1999 para la integración laboral de personas con discapacidad y que cuenta con 202 personas en plantilla. La suma de ambos colectivos supone un 21,66% del equipo total de la empresa.

Fundación Integralia tiene centros en Barcelona, Madrid, Jerez de la Frontera y Denia.

## INTEGRACIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

	2007	2008	2009
DISCAPACITADOS EN PLANTILLA DKV	11	11	10
PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN PLANTILLA FUNDACIÓN DKV INTEGRALIA	120	153	202
RELACIÓN CON PLANTILLA TOTAL	18,39%	18,80%	21,66%

### Diversidad y multiculturalidad

La diversidad cultural ya es una realidad en DKV, que cuenta con empleados de siete nacionalidades distintas.

## DIVERSIDAD EN LA PLANTILLA

	2007	2008	2009
Nº DE NACIONALIDADES EN DKV	4	6	7
Nº DE EMPLEADOS EXTRANJEROS EN DKV	12	15	16

### Equidad interna

La plantilla goza de un salario competitivo, muy por encima del mínimo nacional legal y de beneficios sociales que superan los

obligatorios establecidos por convenio. El salario mínimo anual en 2009 en DKV ha sido de 11.146,95 euros brutos mientras que el salario mínimo interprofesional se ha situado en 8.736 euros brutos, por lo que la diferencia es del 127,59%.

## RELACIÓN ENTRE EL SALARIO MÁS BAJO Y EL MÍNIMO NACIONAL LEGAL

	2007	2008	2009
	137,61%	130,87%	127,59%

Actualmente, la diferencia media en retribución bruta por hora entre hombres y mujeres en todos los sectores de la economía es del 18% en la Unión Europea y de un 27,7% en España, superior en hombres que en mujeres. En DKV, la diferencia media es del 9,61%, claramente inferior a la media española y europea.

Del análisis por categoría profesional, se desprende que en el grupo superior (G1N1), que corresponde a directores de departamento o similares, en la categoría G2N5 y en la de administrativos (G2N6), se encuentra la menor brecha salarial.

En las categorías medias, que suelen corresponder a puestos técnicos, existe una mayor diferencia salarial, desfavorable para las mujeres.

En algunos de estos casos, pueden tener cierta influencia las diferencias de antigüedad. En las categorías inferiores el número de hombres es muy bajo y la diferencia media salarial es favorable a las mujeres.

A pesar de que los resultados son mejores a los de la media nacional, DKV Seguros continúa trabajando en medidas de igualdad y en la realización de este tipo de estudios.

Para poder analizar la diferencia salarial de manera efectiva, es imprescindible conocer la composición de género y la antigüedad de cada categoría profesional, tal y como se muestra en la tabla siguiente:

## DIFERENCIA SALARIAL ENTRE HOMBRES Y MUJERES EN DKV

CATEGORÍA	MUJER		HOMBRE		% DIF MUJ-HOM	%DIF MUJ SOBRE MEDIA	%DIF HOM SOBRE MEDIA
	PERS. EFECTIVOS	ANT MEDIA	PERS. EFECTIVOS	ANT MEDIA			
GRUPO 1 NIVEL 1	4,00	20,04	25,00	15,43	-1,39	-1,20	0,19
GRUPO 1 NIVEL 2	21,20	12,18	23,00	13,64	-19,09	-10,93	10,08
GRUPO 1 NIVEL 3	26,76	9,32	50,00	14,08	-18,96	-13,22	7,08
GRUPO 2 NIVEL 4	56,89	14,57	52,00	16,96	-17,75	-9,35	10,22
GRUPO 2 NIVEL 5	71,07	17,11	86,00	16,47	-4,08	-2,27	1,88
GRUPO 2 NIVEL 6	181,60	11,14	51,00	12,33	-6,62	-1,53	5,45
GRUPO 3 NIVEL 7	26,79	2,60	2,00	2,21	0,14	0,01	-0,13
GRUPO 3 NIVEL 8	5,04	16,95	1,00	14,81	3,00	0,49	-2,44
TOTAL	393,35		290,00		-9,61	-5,56	4,48

## BENEFICIOS POR CONVENIO

BENEFICIO	CLASE	BENEFICIARIOS	OBSERVACIONES
SEGURO DE VIDA (MUERTE, MUERTE POR ACCIDENTE INCAPACIDAD PERMANENTE)	ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	POR CONVENIO COLECTIVO DEL SECTOR, MEJORADO
COMIDA	TICKET PROPIO DE LA COMPAÑÍA	100% EMPLEADOS	ENTREGA PERIÓDICA SEGÚN TURNOS PARA COMER EN RESTAURANTES CONCERTADOS (POR CONVENIO)
BAJA POR INCAPACIDAD TEMPORAL	ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	COMPLEMENTO HASTA 100% DEL SUELDO (POR CONVENIO)
PREMIO JUBILACIÓN	ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	PREMIO POR AÑOS DE SERVICIO (POR CONVENIO)

## BENEFICIOS POR ACUERDO CON LA EMPRESA

BENEFICIO	CLASE	BENEFICIARIOS	OBSERVACIONES
HORARIO FLEXIBLE	CONDICIONES DE TRABAJO	MAYORÍA DE EMPLEADOS	FLEXIBILIDAD ENTRADA Y SALIDA EN AQUELLOS CENTROS DONDE NO AFECTE A LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE
JORNADA LABORAL	CONDICIONES DE TRABAJO	100% EMPLEADOS	MENOS HORAS QUE LAS QUE FIJA EL CONVENIO COLECTIVO DEL SECTOR
PÓLIZA DENTAL	SALUD - ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	DESCUENTO
HORARIOS ESPECIALES	CONDICIONES DE TRABAJO	100% EMPLEADOS	HORARIOS ESPECIALES PARA SITUACIONES DE FAMILIARES ESPECIALES
PERMISO DE HOSPITALIZACIÓN DE FAMILIAR PRIMER GRADO	CONDICIONES DE TRABAJO	100% EMPLEADOS	CINCO DÍAS DE PERMISO
ADOPCIÓN INTERNACIONAL	CONDICIONES DE TRABAJO	100% EMPLEADOS	CINCO DÍAS DE PERMISO
PERMISO DE MATERNIDAD EN CASO DE NACIMIENTO O ADOPCIÓN DE HIJO CON ENFERMEDAD	CONDICIONES DE TRABAJO	100% EMPLEADOS	AMPLIACIÓN A DOS SEMANAS
PERMISO DE PATERNIDAD	CONDICIONES DE TRABAJO	100% EMPLEADOS	AMPLIACIÓN A TRES DÍAS
SEGURO SALUD	SALUD - ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	GRATUITO EMPLEADO
		CÓNYUGE E HIJOS	DESCUENTO
		FAMILIARES HASTA 2º GRADO	DESCUENTO
PÓLIZA DENTAL	SALUD - ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	DESCUENTO
AYUDA PARA DEJAR DE FUMAR	SALUD - ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	FINANCIACIÓN TOTALIDAD SI DEJA DE FUMAR 6 MESES
RECONOCIMIENTO MÉDICO	SALUD	100% EMPLEADOS	VOLUNTARIO Y PERIÓDICO
SEGURO PLAN PREVISIÓN ASEGURADO	ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	OFERTAS ESPECIALES CON DESCUENTO A EMPLEADOS Y FAMILIARES
SEGURO VIDA	ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	OFERTAS ESPECIALES CON DESCUENTO A EMPLEADOS
SEGURO ACCIDENTE	ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	GRATUITO EMPLEADO

BENEFICIO	CLASE	BENEFICIARIOS	OBSERVACIONES
SEGURO HOGAR	ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	DESCUENTO SOBRE PRIMA Y POR NO SINIESTRALIDAD
REGALO	REGALO	100% EMPLEADOS	NAVIDAD
CAFETERÍAS	REDUCCIÓN ECONÓMICA	CENTROS DE TRABAJO GRANDES	MÁQUINAS CAFÉ, REFRESCOS, AGUA Y SNACKS
ZONAS DESCANSO Y/O COMIDA	ESPACIO Y CONDICIONES TRABAJO	CENTROS DE TRABAJO GRANDES	MESAS, SILLAS PARA COMER
FONDO SOCIAL CLUB DEPORTIVO	ECONÓMICA	MIEMBROS CLUB O PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS	DOTACIÓN PRESUPUESTARIA ANUAL POR SECCIONES DEPORTIVAS
PERMANENCIA	REGALO	100% EMPLEADOS	POR 25 AÑOS DE PERMANENCIA
IDIOMAS	ECONÓMICA	100% EMPLEADOS	SUBVENCIÓN

## PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS

Para potenciar la participación de los empleados en la gestión de la compañía, DKV ha establecido dos canales: el Grupo de creatividad y el Programa Ideas. El año 2009 ha sido el año de la consolidación de la cultura de la creatividad en DKV y de la consecución del Record Guinness con el Día de la Creatividad.

El **Grupo de Creatividad** es un activo consolidado en DKV Seguros desde su creación en 1998. Se trata de un equipo estable

compuesto por 26 empleados de diferentes áreas de la compañía, coordinado por la Dirección General Técnica y el Departamento de Recursos Humanos, que se reúne periódicamente para generar ideas sobre temas que afectan a la compañía con el principal objetivo de su puesta en valor en la organización.

Como cada año, en 2009 se realizaron dos sesiones de creatividad, una de ellas sobre el tema ‘Cómo diferenciarnos como compañía de Salud’, en la que se generaron 286 ideas, de las que cuatro han sido implantadas; y una segunda, celebrada en junio en Sitges,

## CASO DE ESTUDIO

### LA CREATIVIDAD EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL OBTIENE RÉCORD GUINNESS

En momentos de crisis como el actual, DKV Seguros apuesta por integrar el pensamiento creativo en la actividad de la empresa y entre sus empleados, para que éstos puedan aportar ideas innovadoras que se puedan plasmar en un mayor éxito empresarial.

Para incorporar en todas sus acciones la creatividad como un valor fundamental y una fuente de innovación, DKV Seguros escogió el día 9 del 9 del 2009 como el Día de la Creatividad. Ese día a las 9:09 los empleados tuvieron que superar una prueba histórica: conseguir un récord mundial avalado por la organización de los Récord Guinness. La prueba consistió en resolver en un período máximo de 15 minutos un cuestionario online, con nueve preguntas sobre el libro *El Pensamiento Lateral* de Edward de Bono, reputado psicólogo y especialista en el campo de la creatividad, la innovación y la enseñanza del pensamiento como una habilidad adquirida.

Esta acción se ha convertido, gracias a la participación de 500 personas, en el mayor concurso corporativo del mundo, superando la anterior marca en esta categoría, establecida en 170 trabajadores. El Juez del Guinness, Carl Seville, ha avalado desde la central de la compañía en Zaragoza la alta participación registrada en el concurso.

Entre las acciones que se desarrollarán posteriormente para mantener el espíritu creativo de los empleados, está la elaboración de un libro sobre todo el proceso de consecución del Récord Guinness y la realización de un *brainstorming* vía online, entre todos los empleados, para fomentar el uso de esta técnica creativa grupal que permite generar ideas.



que consistió en una sesión innovadora en la que se mezclaron el arte, la pintura y la producción de ideas, aplicados sobre nuevos productos dirigidos a nichos de mercado.

Por otro lado, el Programa Ideas, puesto en marcha en 1999, es un canal directo y permanente para que toda la plantilla aporte sus ideas y sugerencias. En 2009, el Programa recibió 20 ideas, de las que ocho han sido consideradas válidas.

### Órganos de representación

DKV dispone de 24 representantes legales de los empleados/as, distribuidos de la siguiente manera:

- Zaragoza:
  - Servicios Centrales 5 Independientes , 4 UGT
  - Centro de Gestión de Contratación y Administración 3 Independientes, 2 UGT
- ERGO Vida Zaragoza 1 UGT
- Centro de Gestión Asistencial (Barcelona): 5 CCOO
- Valencia: 1 UGT
- San Sebastián: 1 LAB
- Tarragona: 1 UGT
- Lleida: 1 UGT

## PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO Y PROFESIONAL

Recursos Humanos gestiona la Responsabilidad Empresarial entre sus empleados con un doble objetivo: impulsar el voluntariado corporativo, involucrando a los empleados de DKV en diferentes proyectos organizados por la compañía, y el voluntariado profesional, que consiste en fomentar la colaboración de los empleados en proyectos organizados por entidades sociales externas.

Entre las acciones gestionadas a lo largo del año que se encuentran dentro del Voluntariado Corporativo, destacan:

### - Organización del Día del Voluntariado 2009

DKV organiza estas jornadas en las que se establecen diferentes acciones de tipo social o ambiental para que puedan participar empleados de la compañía conjuntamente con asociaciones o entidades de carácter social o ambiental. El Día del Voluntariado se celebra en Zaragoza, Madrid y Valencia.

- **El Día del Voluntariado en Zaragoza:** DKV Seguros participó en el Día Solidario de las Empresas, jornada organizada por Cooperación Internacional ONG y la Fundación Antena 3, en la que diferentes compañías llevan a cabo una actividad solidaria. DKV Seguros participó junto a otras empresas en un torneo de bolos con personas con discapacidad psíquica-intelectual de las entidades ASPACE, CEDES y ATADES.

- **El Día del Voluntariado en Valencia:** La compañía participó con un equipo de fútbol 7 compuesto por empleados y familiares de Valencia.

- **El Día del Voluntariado en Madrid** consistió en un Torneo Solidario de Fútbol 7 contra el hambre, entre distintas empresas. DKV Seguros participó con un equipo de fútbol compuesto por empleados y familiares de Madrid.

- **Lucha contra el cáncer infantil:** Organización en el Estadio de la Romareda de la XIV edición del tradicional partido de fútbol que a beneficio de Aspanoa (Asociación de Padres de niños oncológicos de Aragón), jugaron los equipos de veteranos del Real Zaragoza.

- DKV Seguros a través de sus empleados colabora en el mes de diciembre, en la VII edición del **Mercadillo navideño contra el cáncer**, organizado por la AECC (Asociación Española Contra el Cáncer) en Zaragoza.

- Durante el mes de diciembre los empleados de DKV Seguros colaboran con la Hermandad de Donantes de Sangre para **recoger alimentos no perecederos** para entregarlos a la Hermandad del Santo Refugio, quienes se encargarán de repartirlos entre las familias más necesitadas de Zaragoza.

- Los empleados DKV colaboran con **Intermón-Oxfam** en la 13ª edición del Rastro de Juguetes.

- Los empleados de DKV han colaborado con dos donaciones de sangre, organizada junto a la **Hermandad de Donantes de Sangre**. El 5 de junio tuvo lugar un homenaje de la Hermandad a los empleados de DKV que alcanzaron las 50 (insignia de oro), 25 (insignia de plata) y 10 donaciones de sangre (insignia de bronce). El homenaje coincide con la celebración del 10 aniversario de la colaboración entre DKV Seguros y la Hermandad de Donantes de Sangre, fecha que la Hermandad ha aprovechado para entregar a DKV el primer certificado en Aragón de empresa colaboradora de la entidad.

- **Campaña apadrinamiento en Bombay:** El departamento de Comunicación y Responsabilidad Empresarial ha iniciado una campaña de Comunicación Interna para apadrinar una guardería que forma parte del proyecto de Sonrisas de Bombay, ONG que, desde el año 2004, combate la pobreza y ayuda a los niños de las zonas más desfavorecidas de Bombay. El apadrinamiento consiste en la aportación de 5 euros al mes de la nómina de los empleados que quieran formar parte de este proyecto para cubrir los gastos de esta guardería.

- **Banco de Alimentos de Badalona:** El procedimiento para obtener el carnet de temporada del DKV Joventut Badalona consistió en aportar una donación de los empleados de 10 euros por carnet (que tiene un coste de 200 euros) que fueron destinados al Banco de Alimentos de Badalona.

## CASO DE ESTUDIO

### VOLUNTARIADO PROFESIONAL

Los empleados de DKV Seguros se han volcado en 2009 en la solidaridad compartiendo su experiencia y conocimientos a través de algunas actividades de voluntariado profesional.

Los empleados de Madrid han colaborado en una jornada de voluntariado profesional junto a la Fundación Empresa y Sociedad y la Fundación Semilla dirigida a mejorar la inserción laboral de jóvenes de 18 y 19 años. La acción, que tuvo lugar durante el mes de junio, consistió en una visita de los doce jóvenes participantes a la sala de formación de la sucursal de Diego de León, donde empleados de DKV les impartieron formación sobre la empresa y la prevención de riesgos laborales. Posteriormente, los jóvenes realizaron un itinerario formativo de un día, durante el que pasaron por los diferentes departamentos de la sucursal para conocer mejor su trabajo y funciones.

Por otra parte, empleados del departamento de Calidad y Recursos Humanos de DKV han colaborado con Cáritas con el objetivo de ayudarles a mejorar en la atención al usuario/a. De forma voluntaria, los trabajadores de la aseguradora han impartido dos sesiones de formación en las que los voluntarios de Cáritas han aprendido los elementos que aseguran una buena atención al cliente.

VOLUNTARIADO	2007	2008	2009
Nº DE PARTICIPACIONES DE EMPLEADOS EN ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO	765	630	365
Nº DE PARTICIPACIONES DE EMPLEADOS EN ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO PROFESIONAL	ND	ND	15
Nº DE CONTACTOS ENTRE ONG Y EMPLEADOS A TRAVÉS DEL PORTAL DEL VOLUNTARIADO DE DKV	120	382	422
Nº DE PROYECTOS DE VOLUNTARIADO APOYADOS	11	8	9

## SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

En 2009 se ha aprobado, por parte de los órganos de representación de los empleados en materia preventiva, la nueva Política en materia de Seguridad y Salud, más estricta en sus requisitos y principios.

Durante el año también se ha llevado la auditoría reglamentaria y de Certificación según Norma OHSAS 18001:2007 del Sistema de Gestión de Prevención de

Riesgos Laborales. En el informe final se detectaron tres No Conformidades Mayores que se subsanaron satisfactoriamente en la siguiente auditoría extraordinaria celebrada. La entidad auditora AENOR concedió a la compañía el Certificado de Seguridad y Salud en el Trabajo así como el Certificado de IQNet según Norma OHSAS 18001:2007.

Este proceso supone una mejora en la gestión de la prevención de riesgos, si bien sigue siendo imprescindible la colaboración de todo el equipo y las áreas para contar con unos centros y puestos de trabajo adecuados, según exige la normativa en la materia.

## CASO DE ESTUDIO

### CERTIFICACIÓN SEGÚN NORMA OHSAS 18001:2007

La actual Ley de Prevención de Riesgos Laborales (PRL) 54/2003, de 12 de diciembre (modifica la anterior Ley 31/95 de 8 de noviembre) establece que la prevención de riesgos laborales deberá integrarse en el Sistema General de Gestión de la empresa, tanto en el conjunto de sus actividades como en todos los niveles jerárquicos de ésta, teniendo en cuenta que la alta dirección es la máxima responsable de la seguridad y salud en la organización y del Sistema de Gestión.

En el momento en que se constituyó el Servicio de Prevención Propio adaptado a DKV y sus requisitos legales, se definió un Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales que abarcaba todos los requisitos y obligaciones.

A raíz de la primera auditoría obligatoria se decidió dar un paso más y se adecuó voluntariamente el Sistema a los estándares de la Norma OHSAS 18001, más estrictos que los de la propia Ley. Esto ha supuesto revisar la anterior política e implantar una más adecuada a la naturaleza y magnitud de los riesgos de la organización así como unos requisitos más estrictos según Norma OHSAS. Asimismo se definen unos objetivos que garanticen, no solo su seguridad desde un punto de vista legal, sino también desde un punto de vista voluntario.

Adicionalmente, se han documentado todos los procesos que componen el Sistema de Gestión de PRL a través de procedimientos, instrucciones y registros, entre otros. En consecuencia, se han identificado requisitos legales y se ha mejorado el control de documentos, el control operacional, la medición y el seguimiento del desempeño, la evaluación de cumplimiento legal, el tratamiento de las no conformidades, de las acciones correctivas y preventivas, el control de registros, las auditorías internas y la revisión por la dirección. También se han reforzado aspectos como la planificación preventiva, la formación y toma de conciencia, la comunicación y participación y consulta, como respuesta ante emergencias e investigación de incidentes.

Todos los grupos de trabajo de diferentes departamentos de la organización han participado de forma activa y entusiasta en el proceso.

#### Servicio de fisioterapia

En 2009, se ha incorporado un nuevo servicio de fisioterapia dirigido a los empleados. Para apoyarlo se ha celebrado la campaña 'Trabajo en forma' con el objetivo de prevenir o mejorar las lesiones músculo-esqueléticas.

Este servicio se ha puesto en marcha en Zaragoza con una gran aceptación (124 asistentes). Próximamente se implantará en Barcelona y en Madrid.

Las consultas realizadas hasta el momento revelan que las lesiones que se repiten con más frecuencia son fundamentalmente cervico-dorsalgias y lumbares. De manera general, se detectan problemas relacionados con hábitos de mala higiene postural.

En una segunda fase de la campaña, se han celebrado sesiones prácticas, en grupos reducidos de personas, con formación sobre ejercicios adaptados a las lesiones o dolencias recogidas.

#### Programa de formación en materia preventiva

A lo largo del año 2009 se ha implantado un nuevo programa de formación en materia preventiva a través de la plataforma

e-learning, con el objetivo de formar a todos los empleados sobre los riesgos a los que están expuestos en función de su actividad.

Los cursos que componen esta campaña formativa son: Introducción a la prevención de riesgos laborales, Riesgos generales en la oficina, PVD: Prevención de riesgos posturales, Riesgos músculo-esqueléticos: extremidad superior, Riesgos músculo-esqueléticos: columna cervical, Riesgos músculo-esqueléticos: columna lumbar, Seguridad contra incendios en los edificios, Recomendaciones de seguridad en la conducción de vehículos, Accidentes in itinere, Actuación ante emergencias médicas y Formación e información para la prevención de lesiones por movimientos repetitivos.

#### Índices de siniestralidad

En 2009, se han registrado unos índices de siniestralidad mejorados respecto a 2008. Así, el índice de frecuencia ha descendido a 2,52, el de gravedad, a 0,058 y el de incidencia a 11,11. En total, se han contabilizado siete accidentes laborales.

	2007	2008	2009
ÍNDICE DE FRECUENCIA	1,67	4,97	2,52
ÍNDICE DE GRAVEDAD	0,069	0,124	0,058
ÍNDICE DE INCIDENCIA	7	11,14	11,11
DURACIÓN MEDIA	20,75	25	23
ACCIDENTE IN ITINERE	3	3	4
ACCIDENTES LABORALES CON BAJA	2	6	3
ACCIDENTES LABORALES SIN BAJA	1	2	6
TOTAL ACCIDENTES	5	8	9
Nº DE PERSONAS FORMADAS			
NUEVOS INGRESOS	61	63	65
BECARIOS	24	22	54
ACCIDENTES (EN DÍAS DE BAJA)			
IN ITINERE	42	76	57
Nº CAÍDAS	28	22	0
GOLPES CON OBJETOS	0	0	0
ACCIDENTES DE TRÁFICO	49	3	12
SOBRESFUERZO	0	49	0
Nº TOTAL DE DÍAS DE BAJA POR ACCIDENTE	119	150	69

# PROFESIONALES Y PROVEEDORES SANITARIOS



INDICADORES CLAVE	2008	2009	2008/2009	OBJETIVO 2010
<b>PROFESIONALES SANITARIOS</b>				
Nº DE ESPECIALISTAS	19.147	20.412	↑	NO APLICA
ACTIVIDAD ASISTENCIAL (Nº ACTOS)	5.546.878	5.894.817	↑	NO APLICA
FACTURACIÓN (EUROS)	200.765.628	220.218.153	↑	NO APLICA

## GRADO DESARROLLO PRINCIPALES PROYECTOS 2009

PROYECTO	PORCENTAJE DE DESARROLLO
Nuevos controles en Facturación Electrónica: Listas Blancas (control del nº sesiones autorizadas) y Listas Azules (control de póliza en activo)	100%
Nuevo Sistema de Gestión de Pagos	En curso (20%)
Auditorías de Facturación de Hospitales	100%
Nuevo sistema de autorizaciones	100%
Facturación electrónica de laboratorios	En curso (20%)
Política de proveedores preferentes	100%
Mesa de contratación y control de compras	100%
Potenciación del uso de las líneas médicas	100%
Renovación imagen y soporte a los Cuadro Médicos	100%
Potenciación de la web del proveedor	100%

## PRINCIPALES RETOS 2010

Sistema de selección y contratación de proveedores  
Potenciación de la web del proveedor  
Aumento del porcentaje de transacciones facturadas electrónicamente  
Desarrollo de redes de franquiciadas (decesos, subsidio,...)  
Programa de Gestión de Crónicos  
Programa de gestión de patologías graves  
Programa de gestión del censo hospitalario  
Automatización y reducción de la burocracia del proceso de reembolso  
Archivo de contratación de proveedores  
Sistema gestión de facturación hospitalaria  
Gestión del cuadro médico como herramienta estratégica

## ÁREAS DE MEJORAS

Simplificación en el acceso a las prestaciones

## FORTALEZAS

Control y calidad en la gestión  
Capacidad de adaptación a la nueva situación del mercado  
Diferenciación en los procesos y en la gestión de clientes dependiendo del producto

## PRINCIPALES LÍNEAS DE DIÁLOGO CON EL GRUPO DE INTERÉS

Reuniones con grupos de proveedores sanitarios  
Línea de atención al proveedor  
Web del proveedor

## COMPROMISO CON EL GRUPO DE INTERÉS

Compromiso con la ética en los negocios, la creación de valor y la transparencia

## ACCIONES DE INVOLUCRACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS EN EL PROGRAMA DE EMPRESA RESPONSABLE

Inclusión en los contratos de un párrafo específico sobre la Responsabilidad Social y medioambiental

## BALANCE GENERAL

Destacamos el esfuerzo que ha hecho el equipo de la Dirección General de Salud (servicios centrales, centro de gestión y direcciones médicas) para asumir todos los cambios que ha supuesto el incremento del colectivo de MUFACE sin aumentar los recursos.

2010 será un año complicado en cuanto a siniestralidad, lo que requerirá que todos seamos mucho más eficientes para poder dedicar nuestros esfuerzos a tareas de control y gestión fundamentales para el éxito sin que ello repercuta en la calidad de los servicios que ofrecemos tanto a clientes como proveedores.

DKV ha trabajado en 2009 con más de 34.300 profesionales sanitarios y centros ambulatorios con los que mantiene una relación transparente, ágil y de confianza.

Cabe destacar el éxito de la nueva operativa de facturación electrónica implantada en 2008, que ha canalizado en 2009 el 60,48% de la facturación.

## EL CUADRO MÉDICO DE DKV

	2007	2008	2009
PROFESIONALES SANITARIOS Y CENTROS AMBULATORIOS	36.083	19.147	34.320
CENTROS HOSPITALARIOS	295	295	291

## CUADRO MÉDICO PÓLIZA PRIVADA 2009

ZONA	HOSPITALES	PROFESIONALES
ANDALUCÍA	43	5.996
ARAGÓN-RIOJA	10	1.503
CATALUÑA	79	8.538
CENTRO-CANARIAS	62	7.144
LEVANTE	36	4.765
NOROESTE	39	4.772
NORTE	22	1.602
TOTAL GENERAL	291	34.320

<b>ENVÍOS DE DOCUMENTACIÓN</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
INCIDENCIAS DE FACTURACIÓN TRAMITADAS	49.619	57.862	59.105
RECLAMACIONES DE PAGOS TRAMITADOS	5.029	4.339	6.359
PROFESIONALES SANITARIOS DE ALTA EN LA WEB DE PROFESIONALES	1.388	1.646	2.171
<b>TÉRMINOS DE PAGO A PROVEEDORES (DÍAS)</b>			
MÉDICOS FACTURACIÓN MANUAL	28,6	28,2	28,3
CLÍNICA FACTURACIÓN MANUAL	40,7	40,3	40,5
MÉDICOS Y CLÍNICAS FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	29,2	28,4	20,3
<b>FACTURACIÓN</b>			
FACTURACIÓN MANUAL	50,89%	45,70%	39,52%
FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	49,11%	54,30%	60,48%
<b>PAGOS REALIZADOS A PROVEEDORES DE ASISTENCIA SANITARIA (SIN CONSIDERAR PAGOS DE REEMBOLSO PERO SÍ DENTALES)</b>			
	149.440.732 €	200.765.628 €	211.026.072 €

# DKV Y LOS PROVEEDORES DE SEGUROS GENERALES



INDICADORES CLAVE	2008	2009	2008/2009	OBJETIVO 2010
<b>PROVEEDORES DE SEGUROS GENERALES</b>				
TOTAL PAGO A PROVEEDORES	21,4 MILLONES	20,07 MILLONES	↓	19.573.523
SINIESTROS GRABADOS	NO DISPONIBLE	41.937		39.168

## GRADO DESARROLLO PRINCIPALES PROYECTOS 2009

PROYECTO	PORCENTAJE DE DESARROLLO
Decesos. Incorporación a pólizas de servicios médicos franquiciados.	30%
Decesos. Continuación proyecto SERVIFUN de homologación de empresas funerarias	74%
Decesos. Servicio de información a sucursales sobre cambios en primas de las pólizas.	100%
Hogar. Nuevo modelo de gestión de siniestros	100%
Hogar. Actualización capitales pólizas CAM	40%

## PRINCIPALES RETOS 2010

- Decesos. Concluir el proceso de incorporación de Servicios Médicos a pólizas
- Decesos. Efectuar la revisión de proceso de Decesos
- Decesos. Revisar tarifas
- Hogar. Consolidar el nuevo modelo de gestión de siniestros
- Hogar. Revisar tarifas
- Hogar. Iniciar la revisión de proceso de Hogar

## FORTALEZAS

- Encuestas internas muy favorables a Decesos y mejorando en Hogar
- Equipos de trabajo muy profesionales y con un alto grado de motivación y compromiso

## ÁREAS DE MEJORAS

- En Decesos, implementar las mejoras que surjan de la revisión de los procesos
- En Hogar, colaboración con la red comercial para incrementar el nivel de venta

## COMPROMISO CON EL GRUPO DE INTERÉS

- Compromiso con la ética en los negocios, la creación de valor y la transparencia

## PRINCIPALES LÍNEAS DE DIÁLOGO CON EL GRUPO DE INTERÉS

- En Decesos, el proyecto SERVIFUN de relación con los proveedores funerarios
- En Hogar, las reuniones periódicas de seguimiento con empresas proveedoras de servicios de reparación

## BALANCE GENERAL

El año 2009 ha sido un buen año para el Área de Seguros Generales ya que sus resultados han sido muy positivos tanto en Decesos como en Hogar. Se ha incrementado el número de asegurados de Decesos de una forma muy importante (más de 40.000) mientras que en Hogar la paralización del mercado inmobiliario y los problemas del sector financiero han comportado un descenso en el número de asegurados. Por el contrario, se ha mantenido e incluso incrementado ligeramente el volumen de primas gracias a la incorporación de diferentes servicios a todas las pólizas gestionadas con el principal cliente financiero de Hogar. Durante el año 2010 los objetivos principales del área son, continuar creciendo de una forma importante en el ramo de Decesos y conseguir que el conjunto de la organización comercial incorpore Hogar a la cartera de productos que distribuye.



<b>PAGOS A PROVEEDORES DE SEGUROS GENERALES (EUROS)</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>HOGAR</b>	14.641.223	13.804.474	12.148.363,93
<b>DECESOS</b>	7.017.396	7.657.516	6.385.060,64

En el **área de Decesos**, DKV ha continuado en 2009 con el despliegue del proyecto SERVIFUN, cuya finalidad es mejorar la relación con las empresas de servicios funerarios y potenciar la colaboración a través de un proceso de homologación de aquellas funerarias cuya estructura y actuación crean valor para la compañía en el momento de prestar su servicio. Durante el año se han evaluado con visitas presenciales, 43 nuevas funerarias, lo que comporta que el porcentaje de funerarias homologadas suponga ya el 74% de la facturación.

Durante el año, se ha concertado también un acuerdo con un nuevo proveedor de servicios de gestoría y asesoría legal para las pólizas de Decesos. El nuevo proveedor es DAS, una empresa perteneciente a Grupo ERGO. En el **ramo de Hogar** se ha puesto

en marcha el nuevo modelo de Gestión de Prestaciones de Hogar. La implantación de este nuevo modelo ha sido posible gracias al acuerdo alcanzado con la empresa Multiasistencia, que ha permitido que personal de DKV trabaje directamente en las instalaciones de la plataforma telefónica que recibe las llamadas de los asegurados comunicando sus siniestros. De esta forma, desde el primer momento se ha conseguido optimizar el servicio y brindar al asegurado una información rápida sobre los pasos que se van a seguir para solucionar el siniestro que acaba de comunicar. También durante el año se ha cambiado el proveedor que presta los servicios informáticos a la cartera de Hogar que DKV tiene con el Centro de Atención a Mediadores. El nuevo proveedor es Sosmatic, una empresa especializada en este tipo de servicios.

# DKV Y LOS PROVEEDORES DE SERVICIOS GENERALES



INDICADORES CLAVE	2008	2009	2008/2009	OBJETIVO 2010
<b>PROVEEDORES DE SERVICIOS GENERALES</b>				
DÍAS DE PLAZO DE PAGO	27	26	↓	NO APLICA
TOTAL PAGOS A PROVEEDORES	32,4 MILLONES	27,3 MILLONES	↓	NO APLICA
COMPRAS A CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO	586.558	1,2 MILLONES	↑	NO APLICA
<b>Nº PROVEEDORES DE SERVICIOS GENERALES SUSCRITOS A PRINCIPIOS DE DKV (PACTO MUNDIAL, CÓDIGO DE CONDUCTA)</b>				
	21	30	↑	85% DE LA FACTURACIÓN

GRADO DESARROLLO PRINCIPALES PROYECTOS 2009	
PROYECTO	PORCENTAJE DE DESARROLLO
Homologación de proveedores	100%
Implantación SAP	0% (aplazado por el grupo)
Extensión de la RSC a la cadena de proveedores	80%
Integración en la política de compras de criterios de eco-socio-eficiencia	100% aunque la Guía de Compra Sostenible está pendiente de aprobar
Actualización cuestionarios de homologación con los 2 puntos anteriores	100%
Adaptación nuevo Reglamento LOPD (nivel básico)	100%

PRINCIPALES RETOS 2010
Extensión de la RSC a la cadena de proveedores
Integración en la política de compras de criterios de eco-socio-eficiencia
Adaptación nuevo Reglamento LOPD (nivel alto)

COMPROMISO CON EL GRUPO DE INTERÉS
Compromiso con la ética en los negocios, la creación de valor y la transparencia

ACCIONES DE INVOLUCRACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS EN EL PROGRAMA DE EMPRESA RESPONSABLE
Desarrollo del pan de diálogo con grupos de interés (2010)

ÁREAS DE MEJORAS
Mejorar herramientas de inventario
Mejorar herramientas de gestión de mantenimientos

PRINCIPALES LÍNEAS DE DIÁLOGO CON EL GRUPO DE INTERÉS
Cuestionario de homologación
Área de compras
Informe de sostenibilidad
Reunión presencial con proveedores más importantes

FORTALEZAS
Proceso de homologación de proveedores
Código de conducta

**BALANCE GENERAL**

A lo largo de 2009 hemos seguido aplicando una política de contención y estricto control del gasto, con más intensidad, si cabe, debido a la crisis económica. Consecuencia de esta política es la reducción en 1,7 puntos el ratio de gastos generales del área sobre primas. Nuestro propósito es seguir manteniendo esta política durante 2010.

El total de pagos a proveedores ha descendido en 2009 a 27,3 millones de euros, como consecuencia de la política de contención del gasto que desde DKV se ha acometido, dado el contexto económico de crisis. El período medio de pago a proveedores se ha reducido a 26 días.

Cerca de la mitad de los proveedores han firmado la cláusula de adhesión a los principios DKV manifestando así su compromiso con la Sostenibilidad y la Responsabilidad Empresarial.

<b>PLAZO DE PAGO</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
PERÍODO MEDIO DE PAGO (DÍAS)	33	27	26
<b>TOTAL PAGADO A PROVEEDORES</b>			
TOTAL PAGO A PROVEEDORES* (MILLONES DE EUROS)	25,9	32,4	27,3
(*) Se incluyeron regalos y formación del personal, rooming, material oficina, comunicaciones, viajes, servicios, publicidad, gastos tesorería, cuotas institucionales y las inversiones en el pago a proveedores.			
<b>FACTURACIÓN</b>			
FACTURACIÓN MANUAL	50,89%	45,70%	39,52%
FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	49,11%	54,30%	60,48%
<b>COMPRAS A CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO (INTEGRALIA ÚNICO PROVEEDOR)</b>			
EUROS	492.008,41	586.558,13	1.251.619,63
<b>ADHESIÓN PROVEEDORES A CLÁUSULA DE ADHESIÓN A PRINCIPIOS DKV</b>			
Nº DE PROVEEDORES QUE HAN FIRMADO LA CLÁUSULA DE ADHESIÓN A PRINCIPIOS DKV	19	21	30
PORCENTAJE QUE REPRESENTA SOBRE LA FACTURACIÓN TOTAL DE PROVEEDORES	36%	46,60%	46,60%

# MEDIADORES



INDICADORES CLAVE	2008	2009	2008/2009	OBJETIVO 2010
MEDIADORES QUE CONFORMAN LA RED COMERCIAL DE DKV SEGUROS	5.162	5.882	▲	5.000
MILLONES DE EUROS EN COMISIONES	28,7	28,7	▬	28,3
PÓLIZAS MEDIADAS ON-LINE (EXCLUYENDO NEGOCIO DIRECTO)	41.710	59.411	▲	N. D.
VALOR DE LAS PÓLIZAS MEDIADAS (EXCLUYENDO NEGOCIO DIRECTO)	16.803.989 EUR	23.373.731 EUR	▲	N. D.

GRADO DESARROLLO PRINCIPALES PROYECTOS 2009	
PROYECTO	PORCENTAJE DE DESARROLLO
Puesta en marcha nuevo modelo comercial	100%
Ordenación Canales Distribución	75%
Unificación Redes Exclusivas	100%
Cambio sistema retributivo redes exclusivas	100%

**FORTALEZAS**  
 Los miembros del 1er Consejo de la Mediación consideran a DKV como la compañía con más facilidad para el diálogo.

**VALORACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS**  
 No se ha realizado encuesta en el 2009

**ACCIONES DE INVOLUCRACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS EN EL PROGRAMA DE EMPRESA RESPONSABLE**  
 Puesta en marcha del programa Medialia, en una primera fase dirigido a los mediadores de la red externa  
 Causa Solidaria: 83 mediadores se adhieren a la primera causa solidaria del programa Medialia  
 Ponencias en Asociaciones de Mediadores para la implantación de la RS en la mediación (Medialia)

**COMPROMISO CON EL GRUPO DE INTERÉS**  
 Compromiso con la ética en los negocios, la creación de valor y la transparencia.

**PRINCIPALES RETOS 2010**  
 Ordenación y segmentación redes comerciales  
 Cambio del sistema retributivo Consultores red externa  
 Control de estructura y costes  
 Potenciar interacciones Zona - Canal  
 Estandarización de procesos

**ÁREAS DE MEJORAS**  
 Profundizar en el desarrollo informático  
 Venta Cruzada  
 Herramientas de control

**PRINCIPALES LÍNEAS DE DIÁLOGO CON EL GRUPO DE INTERÉS**  
 Nuevos protocolos con Asociaciones de Mediadores  
 Renovación de los protocolos de colaboración con los Colegios Profesionales

**OTRAS ACCIONES REALIZADAS EN EL AÑO A DESTACAR**  
 Constitución del Consejo Asesor de la Mediación  
 Nuevos acuerdos con Mediadores Preferentes  
 Puesta en marcha Planeta DKV (Plataforma incentivación comercial)

**BALANCE GENERAL**

2009 ha sido un ejercicio intenso pero fructífero para el Canal de Mediación. La implantación del nuevo modelo comercial y la exitosa unificación de las redes exclusivas fueron un buen inicio para el primer semestre, consiguiéndose incrementar las ventas en un 23%. El nuevo sistema retributivo que se puso en marcha en abril para las redes exclusivas supuso un cambio importante que contribuye a la consecución final de la estabilidad y profesionalización de la red comercial. En el segundo semestre, con la integración de la red externa al nuevo canal se cumple con la hoja de ruta establecida para el 2009. La situación del mercado afectó a la mediación de una manera importante condicionando a los profesionales del sector a una política de contención y defensa de sus carteras más que en la obtención de nuevos clientes, repercutiendo de esta forma en el cumplimiento del objetivo de venta de nuestra red externa. Para el próximo año debemos aprovechar nuestras facetas diferenciadoras para aportar valor añadido a la gestión del día a día con los mediadores.

Los mediadores son una pieza clave en la cadena de valor de DKV Seguros, por lo que la compañía se esfuerza en hacerles partícipe de su cultura corporativa, como puente entre sus valores y los clientes.

**NUEVO MODELO COMERCIAL**

Durante 2009 se ha implantado en DKV un nuevo modelo comercial en las redes comerciales. Ha surgido así el nuevo Canal

de Mediación de la integración de los tres antiguos canales: Red Propia, Red de Previsión y Red de Mediación. De esta manera, se aglutina en un solo Canal a todos los mediadores, diferenciando dos redes comerciales: la red exclusiva y la interna, ambas constituidas por más de 3.600 mediadores activos que representan el 60% de la producción de la entidad.

La nueva estructura es más coherente con el ordenamiento que la nueva Ley de Mediación realiza a las diferentes figuras que intervienen en la mediación de seguros.

<b>ESQUEMA DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL 2009</b>	<b>Nº DE PERSONAS</b>
<b>DIRECTORES DE SUCURSAL:</b>	<b>40</b>
<b>DIRECTORES COMERCIALES RED MEDIACIÓN</b>	<b>9</b>
<b>RESPONSABLES GRANDES CUENTAS</b>	<b>7</b>
<b>CONSULTORES</b>	<b>37</b>
<b>OFICINA INTERNET</b>	<b>1</b>
<b>NEGOCIO DIRECTO</b>	<b>102</b>
<b>COMERCIALES</b>	
- JEFES DE EQUIPO/GESTORES DE CARTERA	134
- ASESORES	1.824
<b>AGENTES INDEPENDIENTES Y BROKERS</b>	<b>3.324</b>

En 2009, el Canal de Mediación de DKV ha logrado cumplir el 97% de sus objetivos de venta (39.435.000 euros). Desglosado por redes, ha habido un cumplimiento del 87% en la red externa con un decremento del 1,5% con respecto al 2008 y un 105% en la red exclusiva, con un incremento de un 23% con respecto al ejercicio anterior.

**RELACIÓN CON COLEGIOS Y ASOCIACIONES DE MEDIADORES**

- Ratificado el acuerdo con el Consejo General de Mediadores.
- Renovación de protocolos de colaboración con los colegios profesionales.

- Obtención del premio a la mejor compañía en el colegio de Lérida.
- Protocolo de colaboración con FECOR, Federación de Organizaciones Profesionales de Corredores y Corredurías de Seguros, donde están integradas una gran parte de las mayores asociaciones de mediadores.
- Renovación de los protocolos con las asociaciones APROMEX, COJEBRO, ANACOSE y Asociación Madrileña.
- Potenciación de aquellos mediadores comprometidos con DKV para involucrarlos en la entidad y convertirnos en su compañía de referencia. Se han dado de alta 160 ‘mediadores preferentes’.
- Continuidad en la colaboración con el CECAS para la formación de los agentes exclusivos.

## FORMACIÓN COMERCIAL 2009.

Puedes encontrar los datos sobre formación comercial en el apartado de “Empleados”.

## OTRAS LÍNEAS DE ACCIÓN CON LOS MEDIADORES

### Centro de Atención al Mediador y DKV Directo

La mejora continua de la relación con los mediadores es un objetivo prioritario para DKV Seguros, dada la importancia que tienen como eslabón de contacto con el cliente. Con este fin, DKV creó en 2003 el Centro de Atención al Mediador (CAM), destinado a resolver sus dudas y a ayudarles en sus gestiones.

En estos momentos tanto el CAM como la plataforma de DKV Directo dan respuesta a la mayoría de las consultas y ayudan a los mediadores en la emisión y gestión de las pólizas intermediadas.

CENTRO DE ATENCIÓN AL MEDIADOR	2007	2008	2009
PÓLIZAS MEDIADAS ON-LINE (EXCLUYENDO NEGOCIO DIRECTO)	46.815	41.710	59.411
VALOR DE LAS PÓLIZAS MEDIDAS (EXCLUYENDO NEGOCIO DIRECTO) (EUROS) (*)	22.148.994,24	16.803.989	23.373.731
(*)No están contemplados: Canal Negocio Directo, UMLF, MUFACE y Central.			
CENTRO DE ATENCIÓN AL MEDIADOR	2007	2008	2009
CONSULTAS ATENDIDAS (TELÉFONO Y EMAIL)	30.213	31.877	41.825 (*)
(*) 64,15% realizadas por teléfono y el 35,85% por mail.			

### Consejo de la Mediación

DKV constituyó en 2009 el Consejo Asesor de la Mediación cuyos objetivos prioritarios son:

- Establecer un punto de encuentro para el diálogo entre la mediación y DKV, en busca del beneficio mutuo.
- Acercar la compañía al conjunto de mediadores, un colectivo estratégico para el desarrollo futuro de DKV.

- Fomentar la creación de planes de acción conjuntos.
- Implicar al colectivo en la realización de acciones de Responsabilidad Empresarial.
- Posicionar a DKV como líder en la distribución aseguradora a través de la mediación profesional.

La consolidación del Consejo Asesor puede suponer una herramienta de gran utilidad para la mediación, ante los retos que plantea la coyuntura actual y que puedan surgir en un futuro.

## CASO DE ESTUDIO

### MEDIADORES RESPONSABLES: MEDIALIA

Medialia es una iniciativa creada por DKV Seguros para promover la Responsabilidad Social Empresarial entre los mediadores de seguros. El objetivo de la iniciativa es servir a los mediadores para crear, en colaboración con la aseguradora, productos y servicios responsables que atiendan especialmente a clientes con dificultades o contemplen condiciones especiales para colectivos con determinadas necesidades.

Con esta acción, la aseguradora pretende trasladar su experiencia y conocimiento en el área de Responsabilidad Social Empresarial a su red de mediadores. Unos 1.500 mediadores que trabajan con la compañía, que distribuyen el 30% de la cartera, ya se han sumado a la medida.

Medialia ha sido presentada en el Consejo Asesor de la Mediación, un órgano recientemente creado para marcar las líneas principales de los proyectos de Responsabilidad Empresarial que afecten a la red de mediación y para ser el canal de comunicación entre la compañía y sus mediadores en este aspecto.

El programa se centrará en el desarrollo de actividades en los ámbitos de inserción de personas con discapacidad, voluntariado, colaboración con instituciones, productos y servicios, medio ambiente y educación para la salud. En todas ellas, los mediadores podrán participar de manera voluntaria.

Para desarrollar otras acciones en la misma línea, se han creado los Premios Medialia, que serán otorgados a los mediadores que se suscriban al programa, a fin de reconocer los proyectos más innovadores y las empresas que hayan ejercido mejor su compromiso en el área.

#### Play Off de la Red de Mediación y campañas

El Play Off es una campaña comercial cuyo objetivo es premiar a los mejores mediadores de los diferentes ramos. En la edición del 2009 estos mediadores asistieron a la primera reunión del Consejo de la Mediación aportando sus opiniones y propuestas sobre los diferentes temas que se debatieron.

Durante el año se realizaron también diversas campañas comerciales para las redes orientadas a la comercialización de los diferentes ramos de la compañía y a la captación de nuevos mediadores.

#### Viaje de Incentivos

Los ganadores de la campaña de ventas de 2008 y sus acompañantes, 120 personas, han disfrutado en 2009 de un crucero por el Caribe, durante el que se celebró una cena de gala y un acto especial para reconocer la labor de los asistentes.

#### Jornadas de la Excelencia 2009

Denia ha acogido las Jornadas de la Excelencia de DKV 2009, que han contado con una asistencia de 45 personas. Además de asistir a la reunión y participar en un taller sobre creatividad e innovación, el grupo visitó el Hospital que DKV conjuntamente con Ribera Salud tiene en la población.







# LA SALUD COMO EJE DE NUESTRO PROGRAMA DE ACCIÓN SOCIAL



INDICADORES CLAVE	2008	2009	2008/2009	OBJETIVO 2010
Nº BENEFICIADOS	8.406	31.625	↑	15.000
ENTIDADES DEL TERCER SECTOR CON LAS QUE SE COLABORA	37	40	↑	30
Nº DE PROYECTOS DE VOLUNTARIADO APOYADOS	8	9	↑	10
PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS EN ACCIONES DE VOLUNTARIADO	630	365	↓	350
EUROS DE INVERSIÓN EN DINERO	441.525,90	396.812,00	↓	548.845
COMPRAS A CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO EN EL 2008	586.558	1,2 MILLONES	↑	NO APLICA

GRADO DESARROLLO PRINCIPALES PROYECTOS 2009	
PROYECTO	PORCENTAJE DE DESARROLLO
Lanzamiento de Medialia: Plan de participación en Responsabilidad Social con mediadores	90%
Plan de participación en acción social con profesionales sanitarios	5%
Fundación DKV Joventut: programa escuelas	70%
Foco en Salud en las actividades del Programa de Empresa Responsable	80%
Implicación de empleados y clientes en acción social	75%
Marco de relaciones con las asociaciones de pacientes	100%
Transparencia en donaciones: normativa interna y plan anual de donaciones	100%
Prevención: Programa Thao	90%
Integración laboral personas con discapacidad	100%

FORTALEZAS
Integración socio-laboral de personas con discapacidad
Experiencia de 11 años en acción social
Apoyo a proyectos de educación para la salud

VALORACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS
Puesto 32 en el MERCOSUR
Puesto 2 en el MERCOSUR sectorial

**COMPROMISO CON EL GRUPO DE INTERÉS**

Nuestro compromiso con la sociedad se plasma en: desarrollo sostenible, comportamiento ético, transparencia y acción social estratégica.

**PRINCIPALES RETOS 2010**

- Proyecto microseguros en República Dominicana
- Participación de profesionales sanitarios en acción social
- Aumentar el número de mediadores que participan en Medialia
- Prevención: extensión del programa Thao

**ÁREAS DE MEJORAS**

- Concentrar recursos dedicados a acción social estratégica.
- Implicación profesionales sanitarios y proveedores médicos
- Indicadores de retorno de la responsabilidad social
- Medición rigurosa de la acción social

**ACCIONES DE INVOLUCRACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS EN EL PROGRAMA DE EMPRESA RESPONSABLE**

- Plan de Igualdad (35 acciones positivas en total 2009)
- Voluntariado profesional, corporativo y familiar

## PRINCIPALES LÍNEAS DE DIÁLOGO CON EL GRUPO DE INTERÉS

Monitor de Reputación

Encuesta de satisfacción

Reuniones y proyectos de trabajo con ONG y asociaciones de pacientes

Presentaciones en foros, jornadas y entidades

## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Best Workplace 2009

Certificación SGE21

Premio Trámite Parlamentario a la Empresa más Responsables

Primera empresa certificada por la Hermandad de Donantes de Sangre de Zaragoza

## BALANCE GENERAL

El ejercicio de 2009 ha sido muy positivo desde el punto de vista de la labor de la Fundación Integralia, ya que el número de personas con discapacidad empleadas ha pasado de 155 a 202, con el crecimiento del centro de El Prat y la apertura del nuevo centro de Denia. Por otro lado, también hemos impulsado el desarrollo de las acciones de prevención sobre la obesidad infantil, a través del programa Thao y se han aprobado normativas internas claras respecto a los criterios de aprobación de donaciones.

DKV entiende la Responsabilidad Empresarial como parte de su estrategia de negocio. Como consecuencia, la salud es el eje central de las actividades de acción social que desarrolla la compañía, tal y como se refleja en las acciones que se han llevado a cabo en 2009 y que se detallan a continuación.

## INTEGRACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

DKV constituyó la Fundación DKV Integralia en el año 2000 con el objetivo de lograr la inserción social y laboral de personas con discapacidad a través de la gestión de un *contact center* atendido por ellas mismas (Más información en el apartado 'La integración laboral de personas en riesgo de exclusión: la Fundación Integralia' en este capítulo).

## CONVENIO ESTRATÉGICO DE COLABORACIÓN CON INTERMÓN OXFAM

Intermón Oxfam (IO) y DKV Seguros comenzaron a trabajar juntos en el año 2000. Desde entonces hasta ahora ambas organizaciones han trabajado como *partners* en diferentes proyectos para erradicar la pobreza en aquellas zonas del planeta más necesitadas.

En 2009, DKV ha apoyado la celebración del tradicional 'Un Día para la Esperanza de Intermón' en 48 municipios españoles. DKV, como patrocinador habitual de la fiesta, colaboró con la iniciativa proponiendo a sus clientes y empleados participar como voluntarios.

Asimismo, durante el año se ha alcanzado un acuerdo entre las dos entidades y el DKV Joventut mediante el cual DKV cede parte de los espacios publicitarios que tiene con el club a la ONG, ayudando a hacer más visible su trabajo. En virtud de este acuerdo, se organizaron dos partidos bajo el nombre 'DKV e IO juntos contra la pobreza', en los que la fundación del club donó un euro por cada punto encestado. En total se recaudaron 15.500 euros.

Otra de las iniciativas destacadas ha sido la finalización del proyecto de construcción del hospital Allí Causay en Ambato, Ecuador. Durante 2008 y 2009, DKV Seguros Ha colaborado con IO y la Fundación Allí Causay en la construcción del área de emergencia y atención materno-infantil del hospital, así como en la implementación de un

microsistema de atención preparada de salud. Actualmente ambas entidades se encuentran definiendo el proyecto que comenzarán a trabajar a partir del 2010 y que tendrá como centro la mujer.

## CONVOCATORIA PÚBLICA DE FINANCIACIÓN A PROYECTOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES

La IV Convocatoria Pública de Ayuda a Proyectos Sociales y Medioambientales repartió 118.000 euros en 2009 para el desarrollo de programas que promueven la salud y la mejora de la calidad de vida de colectivos especiales. Gracias a estas ayudas, un total de más de 30.000 personas se han beneficiado de los proyectos apoyados.

Como novedad, en 2009 los clientes y empleados de DKV han podido participar en la elección de los proyectos bajo el lema '¡Tú decides!'

DKV convoca anualmente estas ayudas con el objetivo de:

- Mejorar la salud de personas desfavorecidas, fomentando una vida saludable a través de la alimentación y el deporte.
- Poner en marcha terapias innovadoras.
- Asesorar y formar en salud, en acceso al sistema sanitario, en hábitos saludables y en prevención de riesgos laborales.
- Promover actividades de respiro familiar y acompañamiento para reducir el aislamiento social de familiares y enfermos.
- Promover iniciativas que difundan campañas de comunicación para sensibilizar a la población sobre la influencia de los factores medioambientales sobre la salud.

## APUESTA POR LOS MICROSEGUROS

DKV Seguros participa en varias iniciativas de desarrollo de microseguros en países en vía de desarrollo:

### Quito (Ecuador)

Desde 2003 a 2009, la compañía ha colaborado en la implantación de un microseguro de salud en la población del sur de Quito. DKV ha brindado su conocimiento técnico para el diseño de las coberturas de estos servicios, la administración y los sistemas de información y gestión.

El seguro fue diseñado de manera que se autofinanciara y sin ánimo de lucro. Se buscaba especialmente que las primas soportasen los costes de la cobertura y administración y que no dependieran de aportaciones o subvenciones externas que pusieran en peligro la continuidad del proyecto. El coste del seguro se estableció en 2,5\$ y se incluyeron dos pequeños fondos: uno para incidencias como epidemias, y otro fondo solidario, para asegurar gratuitamente a aquellas personas que no pudieran asumir el coste del seguro. El 10% de la prima se destinaba a este último.

En el periodo en que DKV participó en este proyecto la media de clientes anual era de 1500 personas atendidas. Actualmente, el proyecto ha sido traspasado al Distrito Metropolitano del sur de Quito que ha decidido impulsarlo y ampliar el número de beneficiarios, lo que explica la desvinculación de DKV del proyecto.

### Ambato (Ecuador)

La compañía ha colaborado también en la implantación de un sistema de medicina prepagada (microseguro) en Ambato dando soporte de consultoría al margen de la colaboración económica que ya mantiene, a través de Intermón Oxfam.

Este seguro de salud tiene como objetivo cubrir las necesidades de atención primaria y secundaria de la población urbana y rural de Ambato, pequeños campesinos y medianos propietarios que combinan la agricultura con actividades comerciales y que no tienen cubiertas todas las necesidades básicas.

### Venezuela

Desde la dirección de las Comunidades de Autofinanciamiento (CAF) en Venezuela se ha solicitado apoyo a DKV Seguros para la creación de un fondo que proteja a los clientes de los Bancomunales frente a tres tipos de enfermedades: cáncer, infarto agudo de miocardio y accidentes cardiovasculares por edad y sexo que son las más comunes en Venezuela.

Este seguro vendría a complementar el 'Servicio Funerario' que cubre la deuda con el banco en caso de muerte del asegurado además de cubrir los gastos funerarios del socio. CAF está estudiando la implantación de este modelo para 2011.

### República Dominicana

La Fundación Codespa Catalunya ha solicitado apoyo técnico a DKV para la creación de un microseguro en República Dominicana,

junto al Banco de Ahorro y Crédito Adopem, S.A. (Adopem) como socios locales. El objetivo es dar respuesta a la necesidad de incorporar a las personas más pobres del país en el sistema financiero y crediticio formal, dándoles una oportunidad que puedan mejorar su calidad de vida y desarrollar su propia empresa.

Adopem ha demandado apoyo a DKV para la elaboración de un seguro de lucro cesante y otro de salud. MunichRe está evaluando la viabilidad del proyecto, que se prevé poner en marcha en 2010.

---

## PROGRAMA 'EDUCACIÓN PARA LA SALUD'

- DKV Seguros se ha unido al **Programa Thao** como entidad colaboradora. La iniciativa lucha contra la obesidad infantil a partir de diferentes actividades que desarrollan los municipios españoles adheridos al programa y que promueven hábitos de salud como una dieta equilibrada y la práctica de ejercicio físico. Thao se enmarca dentro de la Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), impulsada por el Ministerio de Sanidad y Consumo a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

La compañía aseguradora contribuye de esta manera a la lucha contra la obesidad infantil, un problema sanitario de graves consecuencias. En los últimos años, DKV ha desarrollado diferentes iniciativas con el objetivo de promover hábitos saludables entre los más jóvenes para prevenir la obesidad infantil y el desarrollo de otras enfermedades relacionadas con una mala alimentación o el sedentarismo.

- DKV Seguros ha sido por cuarto año consecutivo aseguradora oficial y uno de los patrocinadores de la **Carrera de la Mujer**, una iniciativa deportiva que pretende concienciar a las mujeres sobre la necesidad de practicar deporte y seguir unos hábitos saludables. Los fondos recaudados de las inscripciones se destinan a la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) para impulsar la investigación contra el cáncer de mama.

- Como parte de su compromiso con los hábitos de vida saludable, DKV ha patrocinado la **Semana del Corazón en Madrid**.

- Con el objetivo de fomentar hábitos de vida saludables y prevenir la obesidad en personas con síndrome de Down, Down España, en colaboración con DKV Seguros ha presentado la campaña de concienciación '**¡Estoy en Plena Forma!**'. En el marco de esta campaña se ha publicado una guía para ofrecer, a profesionales y familias, recomendaciones y pautas para llevar una buena alimentación, realizar un adecuado ejercicio físico y llevar a cabo los controles de salud necesarios.

- DKV ha colaborado con GAN (Grupo de Apoyo Nutricional) en una iniciativa destinada a enseñar los beneficios de una dieta sana y equilibrada para prevenir la obesidad y el sobrepeso. Para ello, invitó a clientes y empleados a '**Cuídate comiendo sano**' y '**Comer sano te cuesta menos**'. Ambos talleres pretenden promover la comida saludable, en consonancia con el Programa Thao de Salud Infantil, del que DKV también es colaborador.

- La Fundación del Joventut y DKV Seguros han destinado en 2009, 7.500 euros a **tres proyectos sociales** de Badalona: Ateneu de Sant Roc, Fundació la Salut Alta y la Mussara de Sant Crist en Badalona. Esta colaboración es posible gracias al patrocinio que el club deportivo mantiene con DKV Seguros que contempla que una parte de los ingresos que recibe por este concepto se destinen a acciones de carácter social.

## PROGRAMA CUIDA'M

DKV colabora con el Hospital Pediátrico Sant Joan de Déu, en una iniciativa que proporciona acceso a tratamientos médicos altamente especializados a niños que requieren de intervención urgente, desplazados de países donde es imposible su curación. En 2009 se han atendido 24 niños.

## VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Los empleados de DKV han participado en diferentes iniciativas de voluntariado corporativo de las que se ofrecen más detalles en el capítulo de Recursos Humanos.

## APOYO A LA INICIATIVA MEDIALIA

Con el objetivo de implicar a todos sus grupos de interés en la Responsabilidad Empresarial, DKV ha lanzado el programa Medialia, una iniciativa que quiere involucrar a los mediadores en las acciones responsables de la compañía aseguradora (Más información en el capítulo de 'Mediadores').

## ENTIDADES DEL TERCER SECTOR CON LOS QUE SE HA COLABORADO ECONÓMICAMENTE

ENTIDAD	IMPORTE
HOSPITAL SANT JOAN DE DÉU	9.000,00
FUNDACION PRIVADA ARSIS	2.400,00
MISIONERAS CARIDAD PROVIDENCIA	12.000,00
FUNDACION ACTIVA ESPINA BIFIDA	2.399,00
FUNDACION PRO CULTURAL CATALANA	18.000,00
INTERMON OXFAM	30.000,00
ASOCIACION PROVINCIAL DE PARALISIS CEREBRAL	2.190,00
FUNDACION BALIA POR LA INFANCIA	9.581,00
ASOCIACION ESPAÑOLA DE SINDROME DE PRADER WILLI	6.958,00
DOWN ESPAÑA FEDERACION ESPAÑOLA DE INSTITUCIONES DE SINDROME DE DOWN	9.600,00
FUNDACIO CATALANA DE L'ESPLAI	9.600,00
APCA ASOCIACION DE PARALITOS CEREBRALES DE ALICANTE	9.600,00
APASCIDE ASOACION ESPAÑOLA PADRES DE NIÑOS SORDOCIEGOS	9.600,00
FEPNC FEDERACION ESPAÑOLA DE PADRES DE NIÑOS CON CANCER	9.600,00
PALLAPUPAS PALLASSOS DE HOSPITAL	3.000,00
NAGUSILAN VOLUNTARIO SOCIAL DE MAYORES	9.600,00
ONCOLLIGA FUNDACION PRIVADA CATALANA ONCOLOGIA	9.600,00

ENTIDAD	IMPORTE
UPACE UNION PARALIS CEREBRAL DE JEREZ	9.600,00
FUNDACION MANUEL ALCANTARA	5.500,00
FUNDACION INSTITUTO EDAD Y VIDA	400,00
FUNDACION ESPAÑOLA DEL CORAZON	9.800,00
ASOCIACION ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL	2.000,00
FUNDACION PARA LA DIABETES	2.400,00
FUNDACION ADEMO	2.000,00
IESE UNIVERSIDAD DE NAVARRA	6.000,00
FUNDACION ECOLOGIA Y DESARROLLO	62.475,00
CONFEDERACION GALEGA DE MINUSVALIDOS (COGAMI)	9.000,00
ASOCIACION DE NIÑOS CON CANCER (AFANOC)	2.400,00
ASOCIACION DE PADRES DE NIÑOS CON PROBLEMAS DE AUDICION	2.000,00
ASOCIACION ESPAÑOLA DE AFECTADOS DE LINFOMAS	2.000,00
ASOCIACION RIOJANA DE ESCLEROSIS MULTIPLE ARDEM	2.400,00
ASOCIACION VALENCIANA DIABETES	2.000,00
CENTRO MATER MISERICORDIAE	2.000,00
FEDERACION GALEGA DE SINDROME DOWN	2.400,00
FUNDACION GOETHE ESPAÑA	6.000,00
FUNDACION ECOLOGIA Y DESARROLLO	6.497,00
FUNDACION ECOLOGIA Y DESARROLLO	15.412,00
FUNDACION CATALANA SINDROME DE DOWN	6.000,00
SIERVAS SEGLARES JESUCRISTO	911,00
FUNDACION ACCION CONTRA EL HAMBRE	2.900,00
INTERMON OXFAM	62.923,00
FUNDACION ESPAÑOLA DEL CORAZON	400,00
FUNDACION PARA LA DIABETES	5.000,00
FUNDACION PASCUAL MARAGALL	3.666,00
TOTAL	396.812,00

# LA INTEGRACIÓN SOCIAL DE PERSONAS EN RIESGO DE EXCLUSIÓN: LA FUNDACIÓN DKV INTEGRALIA

La Fundación DKV Integralia es una entidad sin ánimo de lucro creada con el objetivo de facilitar la integración social y laboral de las personas con discapacidad.

Impulsada por DKV Seguros, nace de la preocupación de la compañía por encontrar fórmulas que faciliten la inserción de este colectivo. El objetivo de la entidad es ofrecer una oportunidad profesional a las personas con discapacidad, prestándoles asistencia y formación para integrarse gradualmente en el mundo laboral.

La primera acción de la Fundación DKV Integralia fue la creación en el año 2000 de un centro de atención telefónica atendido exclusivamente por personas con discapacidad en El Prat de Llobregat (Barcelona). La buena acogida de esta iniciativa propició su crecimiento y expansión. Así en 2006, Integralia inaugura un

nuevo *contact center* en Madrid, al que se suman en 2008 el Centro Especial de Empleo de Jerez de la Frontera (Cádiz) y el centro de atención telefónica del nuevo Hospital de Dénia (Alicante).

De la actividad desarrollada durante 2009, cabe destacar dos aspectos principalmente:

- La consolidación del proyecto Discatel implantado en Integralia Madrid, con siete operadores trabajando desde su domicilio.
- La puesta en marcha de un nuevo *call center* para dar servicio al Hospital de Denia.

Con la apertura del *call center* de Denia, la Fundación Integralia emplea ya de manera global a 202 personas con discapacidad, de las que 23 son inmigrantes y 75 mayores de 45 años.

<b>PLANTILLA INTEGRALIA</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>PLANTILLA INTEGRALIA</b>	120	153	202
<b>EMPLEADOS</b>			
<b>HOMBRES</b>	39	43	59
<b>MUJERES</b>	81	110	143
<b>INSERCIÓN EMPRESA ORDINARIA</b>	16	4	4
<b>INSERCIÓN EMPRESA ORDINARIA (ACUMULADO)</b>	42	46	50
<b>PERSONAS QUE HAN FORMADO PARTE DEL PROYECTO (ACUMULADO)</b>	165		307
<b>PUESTOS DE TRABAJO</b>			
<b>NUEVOS</b>	44	58	79
<b>EN ACTIVO</b>	120	50	70
<b>Nº DE EMPLEADOS INMIGRANTES</b>	20	21	23
<b>Nº DE EMPLEADOS MAYORES DE 45 AÑOS</b>	35	51	75
<b>MUJERES</b>	28	42	62
<b>HOMBRES</b>	7	9	13

En 2009, la Fundación Integralia ha establecido más de 1,5 millones de contactos con clientes, con un porcentaje de efectividad del 86,4%.

<b>TOTAL ACTIVIDAD <i>CALL CENTER</i> FUNDACIÓN INTEGRALIA</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>SUMA DE TODAS LAS ACCIONES DEL <i>CALL CENTER</i> CON CLIENTES</b>	1.262.113	1378154	1.592.083*
<b>INCREMENTO DE ACTIVIDAD</b>	25%	9.1%	15%
<b>FORMACIÓN INTEGRALIA</b>			
<b>HORAS DE FORMACIÓN (INICIAL Y DE RECICLAJE)</b>	3.958	4.074	7.019
<b>PROGRAMAS DE FORMACIÓN</b>	33	72	84
<b>TOTAL PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS DE FORMACIÓN</b>	215	384	446

\*18.037 corresponden al *call center* comercial, 70.147 corresponden a Banc de Sang, 95.937 corresponden a llamadas externas del Hospital de Denia, 8.297 corresponden a llamadas internas de Denia y 52.920 llamadas salientes conversadas de Jerez.



# CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE



INDICADORES CLAVE	2008	2009	2008/2009	OBJETIVO 2010
TONELADAS DE CO <sub>2</sub> EMITIDAS	1.514,25	1.699,204	↑	-16,992 TN
EMISIONES DE CO <sub>2</sub> POR EMPLEADO *	0,623 TN	0,536 TN	↑	-0,005 TN
PAPEL CONSUMIDO POR EMPLEADO Y AÑO	345,01 KG	399,28 KG	↑	-3,95 KG
AGUA CONSUMIDA POR EMPLEADO Y DÍA**	11,96 L	14,27 L	↑	-0,14 L
TONELADAS DE PAPEL RECICLADAS	36,67 TN	31,12 TN	↓	+0,311 TN

\*Cálculo realizado con todos los empleados de DKV incluida la red comercial.  
 \*\* Solo se consideran los empleados de la sede Central de Zaragoza, cuyo edificio está reconocido como Modelo eficiente del uso del agua.

## GRADO DESARROLLO PRINCIPALES PROYECTOS 2009

PROYECTO	PORCENTAJE DE DESARROLLO
Sistema de medición de los impactos medioambientales	60%
Establecimiento de objetivos medioambientales	100%
Cambio de todos los vehículos de empresa a coches híbridos para los comerciales	93%
Implantación de la política de compras que incluye criterios de eco-socio-eficiencia	80%
Mejorar plan de gestión ambiental para acreditación ISO 14001	100%
Sello Cero CO <sub>2</sub> 2009 de ECODES y Acciónatura	100%
Presentación del EKOplan-Plan Medioambiental de DKV	100%
Creación de la figura del EKOamig@, voluntario ambiental	100%
Lanzamiento del Boletín 'Salud y Medio Ambiente' destinado a profesionales sanitarios y público en general	100%
DKV empresa patrocinadora junto con ECODES y el gobierno de Aragón del 'Seminario Salud y Medio Ambiente'	100%

## FORTALEZAS

- Desarrollo de una política medioambiental que engloba todas las empresas del grupo
- Definición de una política de compras que incluye criterios de eco-socio-eficiencia

## OTRAS ACCIONES REALIZADAS EN EL AÑO A DESTACAR

- Cambio de todos los vehículos de empresa a coches híbridos para todos los comerciales
- Prohibición del puente aéreo a favor del AVE

## COMPROMISO CON EL GRUPO DE INTERÉS

- Nuestro compromiso con la sociedad se plasma en: desarrollo sostenible, comportamiento ético, transparencia y acción social estratégica.

## PRINCIPALES RETOS 2010

- Implantación de una política de compras con criterios de eco-socio-eficiencia
- Preparar la acreditación EMAS para 2011
- Renovación del sello CeroCO<sub>2</sub> y compensación de emisiones con ECODES
- Formación interna para los empleados del Grupo en Medio Ambiente
- Estudio proyecto de relamping en edificio de Av. Cesar Augusto de Zaragoza para ahorro de energía

## ÁREAS DE MEJORAS

- Mejoras en la recogida de información para medición de impactos

## ACCIONES DE INVOLUCRACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS EN EL PROGRAMA DE EMPRESA RESPONSABLE

- Plan de comunicación externa de las acciones llevadas a cabo por la empresa en el marco del EKOplan
- Plan de comunicación interno del EKOplan y sus objetivos
- Reunión Plan de Diálogo con Proveedores

## PRINCIPALES LÍNEAS DE DIÁLOGO CON EL GRUPO DE INTERÉS

Memoria de sostenibilidad  
 Presentación al Consejo de Administración  
 Publicación en todas las webs del Grupo de la Política Medioambiental  
 Para empleados en L@net - Publicación del EKOcanal - Presentación EKOamig@s - Comunicación EKOacciones - Formación Interna  
 Plan de Diálogo con Proveedores  
 Boletín Salud y Medio Ambiente  
 Seminario Salud y Medio Ambiente

## BALANCE GENERAL

En general ha sido un buen año. Renovamos el Sello CeroCO2 y compensamos emisiones en un proyecto de generación de electricidad a partir de una fuente renovable en las regiones de Maharashtra y Gujarat en la India. Especialmente, cabe resaltar la puesta en marcha del EKOcanal y la colaboración para la puesta en marcha de las EKOacciones de los EKOamig@s que de forma voluntaria colaboran. Nuestros retos en estos momentos son la acreditación de la ISO 14001 para el edificio de Av. Cesar Augusto de Zaragoza, renovar un año más el Sello CeroCO2, seguir trabajando para reducir emisiones y prepararnos para conseguir la acreditación EMAS en el 2011.

Presentación del EKOpplan (Plan Medioambiental de DKV)  
 Puesta en marcha del EKOcanal (Espacio dedicado al EKOpplan en la Intranet)  
 Presentación de los voluntarios medioambientales de la organización EKOamig@s  
 Envío de las EKOacciones, carta trimestral con sugerencias de acciones medioambientales, para toda la organización  
 Definición del mapa de riesgos ambientales  
 Plan de Emergencias Medio Ambiental en edificio de Zaragoza  
 Simulacro de emergencia medioambiental en edificio de Zaragoza  
 Elaboración de todos los procedimientos, manuales, instrucciones y registros del Sistema de Medio Ambiente  
 Aprobación y publicación de la Política Medioambiental de la compañía  
 Participación en los grupos de trabajo para el desarrollo de la Estrategia Aragonesa de Cambio Climático y Energías Limpias (EACCEL) convocado por el Gobierno de Aragón  
 Publicación del primer Observatorio Alimentación, Salud y Medio Ambiente

DKV Seguros apuesta y está comprometida con el crecimiento sostenible a través de la integración de criterios ambientales, sociales y éticos en su actividad. La protección del medio ambiente es por lo tanto, uno de los pilares de la Responsabilidad Empresarial de la compañía y de la propia estrategia corporativa.

Para DKV, la protección del entorno es esencial. Si bien el impacto que genera la compañía sobre el medio ambiente es reducido, los efectos del cambio climático afectan directamente al negocio asegurador.

## PRINCIPALES ACCIONES 2009

DKV ha obtenido la certificación ISO 14001 aceptada internacionalmente y que establece el estándar de sistema de gestión medioambiental eficaz. Esta certificación acredita el desarrollo de la política medioambiental de DKV en los últimos años.

Asimismo, la compañía ha renovado por tercer año consecutivo el sello como Empresa CeroCO2, tras haber compensado las

emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) generadas por su actividad durante el año 2009, según los estándares de la iniciativa para el cuidado del clima CeroCO2.

La compensación de emisiones se ha realizado a través de los proyectos de minicentral hidroeléctrica El Bote y de electrificación rural en Nicaragua y de generación de energía eólica en la India, ambos de la plataforma de compensación voluntaria de emisiones de la iniciativa CeroCO2.

El dato de emisiones de CO2 en 2009 ha aumentado debido a factores externos a la compañía: el cambio legislativo de contratación de energía, que ha obligado a la compañía a regresar en cada oficina a las empresas energéticas de origen, perdiendo la posibilidad de contratar energía verde; el incremento del factor de cálculo para las emisiones de vehículos; y un consumo de papel mayor motivado por el incremento del 75% de los asegurados de MUFACE (unas 80.000 personas).

En lo que respecta a las emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, DKV Seguros está desarrollando un plan progresivo de tres años de duración (2010-2012) para la sustitución del

gas R22 al R417 en los aparatos de aire acondicionado, que dé respuesta a la Ley Europea de enero de 2010 que prohíbe la venta de R22, aunque no su reciclado.

En los casos en los que esta sustitución no sea posible por motivos de rendimiento, DKV procederá a la sustitución integral de la instalación, primando aquellos aparatos más sostenibles.

Durante 2009, se han cambiado los aparatos de las oficinas de Bilbao, Hospitalet, San Sebastián y Sevilla.

Por otra parte, DKV ha avanzado en 2009 en la sensibilización y comunicación ambiental interna. Para ello, ha puesto en marcha el EKOcanal, un espacio en la Intranet corporativa dedicado a divulgar iniciativas y desarrollos del Plan Medio Ambiental de DKV

(EKOplan). Asimismo, se han puesto en marcha las EKOacciones, cartas con iniciativas ambientales que se envían trimestralmente a todos los trabajadores, impulsadas por un grupo de voluntarios de la compañía comprometidos con el medio ambiente, que se han denominado los EKOamig@s.

A nivel interno, se han seguido promoviendo los viajes en AVE en detrimento del avión y se ha cambiado toda la flota de vehículos comerciales por coches híbridos.

En lo que respecta a divulgación entre otros grupos de interés, cabe destacar el lanzamiento del boletín 'Salud y Medio Ambiente', dirigido a profesionales sanitarios y al público en general; y la publicación del primer Observatorio DKV de Salud y Medio Ambiente.

## CASO PRÁCTICO

### OBSERVATORIO DKV DE SALUD Y MEDIO AMBIENTE

El Observatorio DKV de Salud y Medio Ambiente es una iniciativa de DKV Seguros y la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES) cuyo objetivo es el estudio y análisis de las últimas investigaciones realizadas en materia de salud y medio ambiente. Este año ha sido presentada su primera publicación bajo el título Alimentación, Medio Ambiente y Salud, documento que hace un repaso sobre los últimos estudios realizados en torno a cómo afecta a nuestro organismo la persistencia de los metales en la naturaleza, la presencia de tóxicos en los alimentos o los problemas que puede provocar el consumo de agua que no cumple con los niveles adecuados de salubridad.

Alimentación, Medio Ambiente y Salud, es la primera publicación de una serie que se elaboraran cada año analizando alguno de los temas identificados como de estudio por el programa SCALE de la Unión Europea, a través del Observatorio DKV Salud y Medio Ambiente.

Ecología y Desarrollo es una entidad sin ánimo de lucro cuyas actividades se encaminan hacia el objetivo de contribuir a la implantación de un modelo de desarrollo sostenible, elaborando alternativas que sean compatibles con el desarrollo económico y la protección del medio ambiente.

AGUA	2007	2008	2009	DIFERENCIA Δ2008-09
CONSUMO TOTAL DE AGUA DE TODA LA EMPRESA (ESTIMADA) (M3)	4.775,77	5.033,07	5.228,19	3,88%
CONSUMO DIARIO DE AGUA POR EMPLEADO EN SEDE CENTRAL (*) (LITROS)	10,03	11,96	14,28	19,40%
CONSUMO DIARIO DE AGUA POR EMPLEADO TODA EMPRESA (LITROS)	23,33	19,2	22,69	18,18%
AGUA DE CONSUMO EMBOTELLADA A NIVEL DE TODA LA EMPRESA (LITROS)	51.685	55.585	57.154	2,82%

(\*) Sólo se consideran los empleados de la sede central de César Augusto-Zaragoza

PAPEL	2007	2008	2009	DIFERENCIA Δ2008-09
<b>CONSUMO TOTAL DE PAPEL</b>				
TONELADAS	213,008	247,72	282,29	13,96%
<b>FOLIOS EN BLANCO PARA FOTOCOPIADORAS DEL TOTAL DE LA COMPAÑÍA</b>				
TONELADAS	27,62	27,5	27,58	0,29%
<b>CONSUMO EN DKV EMPLEADO/AÑO</b>				
KILOS	327,21	345,01	399,28	14,75%
<b>PORCENTAJE DE PAPEL RECICLADO SOBRE EL TOTAL DE PAPEL UTILIZADO</b>				
PORCENTAJE DE PAPEL RECICLADO	87,03%	83,6%	85,46%	2,50%
<b>ENERGÍA</b>				
<b>CONSUMO TOTAL DE ENERGÍA ELÉCTRICA</b>				
TOTAL MWH	2.515,79	2.399,19	2.406,12	0,29%
MWH NO VERDES	766,27	ND	2.176,81	ND
MWH VERDE	1.440,59	641,34	229,30	-64,25
PORCENTAJE ENERGÍA VERDE	57,13%	26,73%	9,53%	17,20%
TONELADAS DE EMISIONES CO2	481,53 (**)	459,40	549,57	19,63%
<b>DESPLAZAMIENTOS Y CONSUMO DE COMBUSTIBLE FÓSIL</b>				
<b>EMISIONES CO2 GLOBALES</b>				
TONELADAS EMISIONES CO2	841	588,98	622,21	5,64%
<b>DESPLAZAMIENTO Y EMISIONES CO2 POR EMPLEADO</b>				
MILES DE KILÓMETROS RECORRIDOS POR EMPLEADO	6.705,40	6.957,80	6.890,81	-0,96%
TONELADAS DE EMISIONES CO2 POR EMPLEADO (TN)	0,69	0,82	0,95	15,85%
Nº DE VIDEOCONFERENCIAS REALIZADAS AL AÑO	1.721	1.584	1.245	-21,40%
(*) Se han incluido los datos de Victoria Meridional ahora ERGO Generales				
(**) Se incluyen todos los empleados asociados a DKV, como mediadores y agentes				

<b>GESTIÓN RESPONSABLE DE LOS RESIDUOS</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>DIFERENCIA Δ2008-09</b>
<b>PAPEL</b>				
PAPEL RECICLADO EN ZARAGOZA (KILOS)	72.113	12.882	16.592	
RECICLAJE DE PAPEL EN OTRAS SUCURSALES (KILOS)	18.110	23.794	14.533	
<b>TOTAL PAPEL RECICLADO (KILOS)</b>	<b>90.944</b>	<b>36.676</b>	<b>31.125</b>	
<b>RECICLADO DE APARATOS ELECTRÓNICOS Y ELÉCTRICOS</b>				
ZARAGOZA (KG)	ND	ND	ND	
EN TODAS LAS SUCURSALES (KG)	ND	ND	210	
<b>RESIDUOS SANITARIOS CONSULTORIOS</b>				
PLAZA LETAMENDI BARCELONA (LITROS)	6.360	8.400	8.880	
AVDA. MERIDIANA BARCELONA (LITROS)	ND	ND	ND	
L'HOSPITALET DEL LLOBREGAT (LITROS)	ND	ND	ND	
ZARAGOZA (KG)	64	73	63	
GIRONA	ND	9	3	
VALLADOLID	ND	ND	13,6	
RESIDUOS TÓXICOS (KG)	0	ND	ND	

<b>EMISIONES CO<sub>2</sub> POR ACTIVIDAD</b>	<b>OBJETIVO 2009</b>	<b>2009</b>	<b>08/09 (%) REDUCCIÓN</b>
PAVIÓN (TCO <sub>2</sub> )	234,6696	252,44	-6,18%
TREN	30,492	30,24	0,49%
FLOTA DE VEHÍCULOS (TCO <sub>2</sub> )	112,464	113,47	13,14%
COCHES DE ALQUILER (TCO <sub>2</sub> )	13,1769	22,06	-3,98%
PAPEL (TCO <sub>2</sub> )	483,9021	524,71	-7,35%
GAS (TCO <sub>2</sub> )	4,0689	2,71	33,89%
KILOMETRAJE (TCO <sub>2</sub> )	192,258	204	13,60%
ENERGÍA ELÉCTRICA (TCO <sub>2</sub> )	454,806	549,57	-19,63%



---

# ANEXOS



# INDICADORES GRI Y PRINCIPIOS PACTO MUNDIAL

G3	CAPÍTULO
1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	
1.1 DECLARACIÓN MÁXIMO RESPONSABLE, ESTRATEGIA	- INTRODUCCIÓN: CARTA DEL PRESIDENTE - INTRODUCCIÓN: DIÁLOGOS CON EL CONSEJERO DELEGADO
1.2 PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES	- INTRODUCCIÓN: CARTA DEL PRESIDENTE - INTRODUCCIÓN: DIÁLOGOS CON EL CONSEJERO DELEGADO
2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
2.1 NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	- AREAS DE NEGOCIO
2.2 PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	- AREAS DE NEGOCIO - SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD: INNOVACIÓN EN PRODUCTOS
2.3 ESTRUCTURA OPERATIVA	- ORIENTACIÓN A RESULTADOS Y SOSTENIBILIDAD: DKV SEGUROS
2.4 LOCALIZACIÓN DE LA SEDE PRINCIPAL DE LA ORGANIZACIÓN	- ORIENTACIÓN A RESULTADOS Y SOSTENIBILIDAD: DKV SEGUROS
2.5 N° DE PAÍSES EN LOS QUE OPERA Y NOMBRE EN LOS QUE DESARROLLA ACTIVIDADES SIGNIFICATIVAS	- ORIENTACIÓN A RESULTADOS Y SOSTENIBILIDAD: DKV SEGUROS
2.6 NATURALEZA DE LA PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA	- ORIENTACIÓN A RESULTADOS Y SOSTENIBILIDAD: DKV SEGUROS
2.7 MERCADOS SERVIDOS	- ORIENTACIÓN A RESULTADOS Y SOSTENIBILIDAD: DKV SEGUROS
2.8 DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN	- ORIENTACIÓN A RESULTADOS Y SOSTENIBILIDAD: DKV SEGUROS
2.9 CAMBIOS SIGNIFICATIVOS, ESTRUCTURA Y PROPIEDAD DE LA ORGANIZACIÓN	
2.10 PREMIOS Y DISTINCIONES	- EL MODELO ESTRATÉGICO - COMPROMISOS Y VALORES - ACCIÓN SOCIAL ESTRATÉGICA
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA	
PERFIL DE LA MEMORIA	
3.1 PERIODO QUE CUBRE LA MEMORIA	
3.2 FECHA DE LA MEMORIA ANTERIOR MÁS RECIENTE	



MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 3-4		
	PÁG 3-4		
	PÁG 32-33		
	PÁG 11		
	PÁG 41		
	CONTRAPORTADA		
	PÁG 25		
	PÁG 25		
	PÁG 12-13		
	PÁG 25		
NO SE HAN PRODUCIDO CAMBIOS SIGNIFICATIVOS	PÁG 29-30		
	NO INCLUIDO	SE CORRESPONDE CON EL EJERCICIO 2009	
	NO INCLUIDO	LA MEMORIA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2008	

# 63

# CAPÍTULO

3.3 CICLO DE PRESENTACIÓN DE MEMORIAS

3.4 PUNTO DE CONTACTO

DÍALOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

## ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA

3.5 PROCESO DE DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA: DETERMINACIÓN MATERIALIDAD, IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS QUE LA ORGANIZACIÓN PREVÉ QUE UTILICEN LA MEMORIA, DECLARACIÓN DE CÓMO HA APLICADO LA ORGANIZACIÓN LAS ORIENTACIONES PARA LA DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA

PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME

3.6 COBERTURA DE LA MEMORIA

3.7 LIMITACIONES DEL ALCANCE O COBERTURA DE LA MEMORIA

- INTRODUCCIÓN. SOBRE EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009

3.8 BASES PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES SOBRE NEGOCIOS CONJUNTOS, FILIALES, INSTALACIONES ARRENDADAS, ACTIVIDADES SUBCONTRATADAS Y OTRAS ENTIDADES QUE PUEDAN AFECTAR SIGNIFICATIVAMENTE A LA COMPARABILIDAD ENTRE PERIODOS Y/O ENTRE ORGANIZACIONES.

3.9 TÉCNICAS DE MEDICIÓN DE DATOS, BASES DE CÁLCULO, HIPÓTESIS Y ESTIMACIONES APLICADAS  
MOTIVOS PARA NO APLICAR LOS PROTOCOLOS DE INDICADORES GRI

INTRODUCCIÓN SOBRE EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009

3.10 EXPLICACIÓN DEL EFECTO DE POSIBLES RE-EXPOSICIONES DE INFORMACIONES PERTENECIENTES A MEMORIAS ANTERIORES JUNTO CON LAS RAZONES QUE HAN LLEVADO A DICHAS RE-EXPOSICIONES

3.11 CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN EL ALCANCE, LA COBERTURA O LOS MÉTODOS DE CÁLCULO

## ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI

3.12 TABLA QUE INDICA LA LOCALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS BÁSICOS DE LA MEMORIA (NUEVO: INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE LA DIRECCIÓN, POR DIMENSIONES)

- ANEXO - INDICADORES GRI

## VERIFICACIÓN

3.13 POLÍTICA Y PRÁCTICA ACTUAL EN RELACIÓN CON LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA.

- INTRODUCCIÓN. CARTA DEL PRESIDENTE  
- INTRODUCCIÓN. SOBRE EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009

## PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT

### MOTIVO DE OMISIÓN

### PÁGINA

### OBSERVACIONES

NO INCLUIDO

ANUAL

PÁG 8

PÁG 9

PÁG 8

LAS LIMITACIONES SE ESTABLECEN EN LOS DIFERENTES APARTADOS Y/O SE INDICAN EN LAS TABLAS CORRESPONDIENTES.

NO EXISTEN NEGOCIOS CONJUNTOS, FILIALES, INSTALACIONES ARRENDADAS O ACTIVIDADES SUBCONTRATADAS, YA QUE DKV SEGUROS ES UNA SOCIEDAD UNIPERSONAL.

PÁG 8 Y 9

NO SE HAN REALIZADO CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA METODOLOGÍA DE MEDICIÓN DE DATOS O REEXPRESIÓN DE INFORMACIÓN RESPECTO A AÑOS ANTERIORES. EN CUALQUIER CASO, SI EXISTE ALGÚN CAMBIO SE CITA EN LUGAR CORRESPONDIENTE.

DEBIDO A UN CAMBIO DE CRITERIO AL OBTENER EL DATO DE INSERCIÓN EMPRESA ORDINARIA (ACUMULADO) DE LA FUNDACIÓN INTEGRALIA EL DATO DE 2007 HA VARIADO RESPECTO AL PUBLICADO EN EL INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2007.

NO SE HAN REALIZADO CAMBIOS EN EL ALCANCE, COBERTURA O METODOLOGÍA DE CÁLCULO.

PÁG 7

## G3

## CAPÍTULO

## 4. GOBIERNO, COMPROMISOS, RETOS Y PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

## GOBIERNO

- |   |  |
|---|--|
| 4.1 ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN   | CREACIÓN DE VALOR: GOBIERNO CORPORATIVO                |
| 4.2 INDICAR SI EL PRESIDENTE DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO OCUPA TAMBIÉN UN CARGO EJECUTIVO   | CREACIÓN DE VALOR: GOBIERNO CORPORATIVO                |
| 4.3 EN AQUELLAS ORGANIZACIONES QUE TENGAN ESTRUCTURA DIRECTIVA UNITARIA, SE INDICARÁ EL NÚMERO DE MIEMBROS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO QUE SEAN INDEPENDIENTES O NO EJECUTIVOS  | CREACIÓN DE VALOR: GOBIERNO CORPORATIVO                |
| 4.4 MECANISMOS DE LOS ACCIONISTAS Y EMPLEADOS PARA COMUNICAR RECOMENDACIONES O INDICACIONES AL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO.   | CREACIÓN DE VALOR: AUDITORÍA INTERNA                   |
| 4.5 VÍNCULO ENTRE LA RETRIBUCIÓN DE LOS MIEMBROS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO, ALTOS DIRECTIVOS Y EJECUTIVOS Y DESEMPEÑO ORGANIZACIÓN  | CREACIÓN DE VALOR: GOBIERNO CORPORATIVO                |
| 4.6 PROCEDIMIENTOS IMPLANTADOS PARA EVITAR CONFLICTOS DE INTERESES EN EL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO  | CREACIÓN DE VALOR: CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO |
| 4.7 PROCEDIMIENTO DE DETERMINACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y EXPERIENCIA EXIGIBLE A LOS MIEMBROS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO PARA PODER GUIAR LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN EN LOS ASPECTOS SOCIALES, AMBIENTALES Y ECONÓMICOS.   | CREACIÓN DE VALOR:                                     |
| 4.8 DECLARACIONES DE MISIÓN Y VALORES DESARROLLADAS INTERNAMENTE, CÓDIGOS DE CONDUCTA Y PRINCIPIOS RELEVANTES PARA EL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL, Y EL ESTADO DE SU IMPLEMENTACIÓN   | CREACIÓN DE VALOR:                                     |
| 4.9 PROCEDIMIENTOS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO PARA SUPERVISAR LA IDENTIFICACIÓN Y GESTIÓN, POR PARTE DE LA ORGANIZACIÓN, DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL, INCLUIDOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES RELACIONADAS, ASÍ COMO LA ADHERENCIA O CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES ACORDADOS A NIVEL INTERNACIONAL, CÓDIGOS DE CONDUCTA Y PRINCIPIOS. | CREACIÓN DE VALOR:                                     |
| 4.10 PROCEDIMIENTOS PARA EVALUAR EL DESEMPEÑO PROPIO DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO, EN ESPECIAL CON RESPECTO AL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL.  | CREACIÓN DE VALOR: COMPROMISOS DE AUTORREGULACIÓN      |
| <b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>   |  |
| 4.11 DESCRIPCIÓN DE CÓMO LA ORGANIZACIÓN HA ADOPTADO UN PLANTEAMIENTO O PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN   | - ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE                             |

MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 43-44		
	PÁG 44		
	PÁG 44		
	PÁG 46		
	PÁG 44		
	PÁG 45		
	PÁG 44		
	PÁG 45		
	PÁG 46		
	PÁG 41		
	PÁG 37, 38 Y 41		PRINCIPIO 7

# 63

## CAPÍTULO

4.12 PRINCIPIOS O PROGRAMAS SOCIALES, AMBIENTALES Y ECONÓMICOS DESARROLLADOS EXTERNAMENTE, ASÍ COMO CUALQUIER OTRA INICIATIVA QUE LA ORGANIZACIÓN SUSCRIBA O APRUEBE.

PARTE IV: SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL  
 LA SALUD COMO EJE DE NUESTRO PROGRAMA DE ACCION SOCIAL  
 LA INTEGRACIÓN SOCIAL DE PERSONAS EN RIESGO DE EXCLUSIÓN: LA FUNDACIÓN INTEGRALIA  
 CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

4.13 PRINCIPALES ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENEZCA (TALES COMO ASOCIACIONES SECTORIALES) Y/O ENTES NACIONALES E INTERNACIONALES A LAS QUE LA ORGANIZACIÓN APOYA Y:  
 - ESTÉ PRESENTE EN LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO  
 - PARTICIPE EN PROYECTOS O COMITÉS  
 - PROPORCIONE UNA FINANCIACIÓN IMPORTANTE QUE EXCEDA LAS OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS  
 - TENGA CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS

CREACIÓN DE VALOR: GOBIERNO CORPORATIVO

### PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.14 RELACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS QUE LA ORGANIZACIÓN HA INCLUIDO.

PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME

4.15 BASE PARA LA IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS CON LOS QUE LA ORGANIZACIÓN SE COMPROMETE.

- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.16 PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (FRECUENCIA)

- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.17 PRINCIPALES PREOCUPACIONES Y ASPECTOS DE INTERÉS QUE HAYAN SURGIDO A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y LA FORMA EN LA QUE HA RESPONDIDO LA ORGANIZACIÓN A LOS MISMOS EN LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA.

- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

**MOTIVO DE OMISIÓN****PÁGINA****OBSERVACIONES****PRINCIPIOS  
GLOBAL COMPACT**

PÁG 102, PÁG 110 Y PÁG113

PÁG 44

PÁG 7

PÁG 23-25

PÁG 23-25

PÁG 19- 22

## G3

## CAPÍTULO

## INDICADORES ECONÓMICOS

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

## CREACIÓN DE VALOR: ORIENTACIÓN A RESULTADOS

## DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC<sub>1</sub> VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO, INCLUYENDO INGRESOS, COSTES DE EXPLOTACIÓN, COMPENSACIONES A EMPLEADOS, DONACIONES Y OTRAS INVERSIONES COMUNITARIAS, BENEFICIOS NO DISTRIBUIDOS Y PAGOS A PROVEEDORES DE CAPITAL Y A GOBIERNOS

CREACIÓN DE VALOR: ORIENTACIÓN A RESULTADOS

EC<sub>2</sub> CONSECUENCIAS FINANCIERAS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL CAMBIO CLIMÁTICO

CREACIÓN DE VALOR: RIESGOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES

EC<sub>3</sub> COBERTURA DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN DEBIDAS A PROGRAMAS DE BENEFICIOS SOCIALES

UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

EC<sub>4</sub> AYUDAS FINANCIERAS SIGNIFICATIVAS RECIBIDAS DE GOBIERNOS

UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO:

EC<sub>5</sub> RANGO DE LAS RELACIONES ENTRE EL SALARIO INICIAL ESTÁNDAR Y EL SALARIO MÍNIMO LOCAL EN LUGARES DONDE SE DESARROLLEN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS .

GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

## PRESENCIA EN EL MERCADO

EC<sub>6</sub> POLÍTICA, PRÁCTICAS Y PROMOCIÓN DE GASTO CORRESPONDIENTE A PROVEEDORES LOCALES EN LUGARES DÓNDE SE DESARROLLEN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS.

- TRABAJO EN EQUIPO Y EMPATÍA: PROVEEDORES

EC<sub>7</sub> PROCEDIMIENTOS PARA LA CONTRATACIÓN LOCAL Y PROMOCIÓN DE ALTOS DIRECTIVOS PROCEDENTES DE LA COMUNIDAD LOCAL EN LUGARES DÓNDE SE DESARROLLEN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS.

- TRABAJO EN EQUIPO Y EMPATÍA: EMPLEADOS

## IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS

EC<sub>8</sub> DESARROLLO E IMPACTO DE LAS INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA Y LOS SERVICIOS PRESTADOS PRINCIPALMENTE PARA EL BENEFICIO PÚBLICO MEDIANTE COMPROMISOS COMERCIALES, PRO BONO, O EN ESPECIE.

SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL  
LA SALUD COMO EJE DE NUESTRO PROGRAMA DE ACCION SOCIAL



MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 34		
	PÁG 33		
	PÁG 41		
	PÁG 78-80		
NO SE HAN RECIBIDO AYUDAS SIGNIFICATIVAS POR PARTE DE GOBIERNOS NI AUTONÓMICOS NI ESTATALES	PÁG 77	<p>EL SALARIO MININO EN DKV A TIEMPO COMPLETO ES DE 10.993,05 EUROS BRUTO AÑO.</p> <p>SALARIO MÍNIMO INTERPROFESIONAL EN EL AÑO 2009 ES DE 8.400 EUROS</p> <p><math>8.400 \times 130,87\% = 10.993,05</math></p>	
		<p>SOLO SE ACTÚA EN ESPAÑA Y POR LO TANTO LA MAYORÍA DE NUESTROS PROVEEDORES SON ESPAÑOLES</p>	
		<p>DKV OPERA PRINCIPALMENTE EN ESPAÑA POR LO QUE LA MAYORÍA DE NUESTROS EMPLEADOS SON ESPAÑOLES. NO CONSIDERÁNDOSE UN INDICADOR DE RELEVANCIA.</p>	
	PÁG 102		

## G3

## CAPÍTULO

## INDICADORES AMBIENTALES

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

## MATERIALES

EN<sub>1</sub> MATERIALES UTILIZADOS, POR PESO O VOLUMEN

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>2</sub> % MATERIALES UTILIZADOS QUE SON MATERIALES VALORIZADOS

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

## ENERGÍA

EN<sub>3</sub> CONSUMO DIRECTO ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>4</sub> CONSUMO INDIRECTO ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>5</sub> AHORRO DE ENERGÍA DEBIDO A LA CONSERVACIÓN Y A MEJORAS EN LA EFICIENCIA.

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>6</sub> INICIATIVAS PARA PROPORCIONAR PRODUCTOS Y SERVICIOS EFICIENTES EN EL CONSUMO DE ENERGÍA O BASADOS EN ENERGÍAS RENOVABLES, Y LAS REDUCCIONES EN EL CONSUMO DE ENERGÍA COMO RESULTADO DE DICHAS INICIATIVAS.

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>7</sub> INICIATIVAS PARA REDUCIR EL CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA Y LAS REDUCCIONES LOGRADAS CON DICHAS INICIATIVAS.

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

## AGUA

EN<sub>8</sub> CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA POR FUENTES

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

## BIODIVERSIDAD

EN<sub>11</sub> DESCRIPCIÓN DE TERRENOS ADYACENTES O UBICADOS DENTRO DE ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS O DE ÁREAS DE ALTA BIODIVERSIDAD NO PROTEGIDAS. INDÍQUESE LA LOCALIZACIÓN Y EL TAMAÑO DE TERRENOS EN PROPIEDAD, ARRENDADOS, O QUE SON GESTIONADOS, DE ALTO VALOR EN BIODIVERSIDAD EN ZONAS AJENAS A ÁREAS PROTEGIDAS

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>12</sub> DESCRIPCIÓN DE LOS IMPACTOS MÁS SIGNIFICATIVOS EN LA BIODIVERSIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS O EN ÁREAS DE ALTA BIODIVERSIDAD NO PROTEGIDAS, DERIVADOS DE LAS ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS EN ÁREAS PROTEGIDAS Y EN ÁREAS DE ALTO VALOR EN BIODIVERSIDAD EN ZONAS AJENAS A LAS ÁREAS PROTEGIDAS

- HUELLA MEDIOAMBIENTAL

## EMISIONES, VERTIDOS, RESIDUOS

MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 115		
	PÁG 117		PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 9
	PÁG 118		PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 9
	PÁG 118	EL CONSUMO SIGNIFICATIVO ES DE ELECTRICIDAD POR LO QUE NO SE REPORTA INFORMACIÓN SOBRE OTROS CONSUMOS DE ENERGÍA.	PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 9
	PÁG 119		PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 9
	PÁG 114 PÁGG 118		
	PÁG 114		
	PÁG 120		
	PÁG 117	LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR DKV SEGUROS SE REALIZAN EN ENTORNO URBANO Y POR TANTO NO AFECTAN DE MANERA SIGNIFICATIVA LA BIODIVERSIDAD DE LAS ÁREAS DONDE ESTÁ IMPLANTADA.	
		LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR DKV SEGUROS SE REALIZAN EN ENTORNO URBANO Y POR TANTO NO AFECTAN DE MANERA SIGNIFICATIVA LA BIODIVERSIDAD DE LAS ÁREAS DONDE ESTÁ IMPLANTADA.	

## G3

## CAPÍTULO

EN<sub>16</sub> EMISIONES TOTALES, DIRECTAS E INDIRECTAS, DE GASES DE EFECTO INVERNADERO, EN PESO - HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>17</sub> OTRAS EMISIONES INDIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO, EN PESO - HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>19</sub> EMISIONES DE SUSTANCIAS DESTRUCTORAS DE LA CAPA DE OZONO, EN PESO - HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>20</sub> NOX, SOX Y OTRAS EMISIONES SIGNIFICATIVAS AL AIRE, POR TIPO Y PESO - HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>21</sub> VERTIDO TOTAL DE AGUAS RESIDUALES, SEGÚN SU NATURALEZA Y DESTINO - HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>22</sub> PESO TOTAL DE RESIDUOS GESTIONADOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO - HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>23</sub> NÚMERO TOTAL Y VOLUMEN DE LOS DERRAMES ACCIDENTALES MÁS SIGNIFICATIVOS - HUELLA MEDIOAMBIENTAL

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

EN<sub>24</sub> INICIATIVAS PARA GESTIONAR LOS IMPACTOS AMBIENTALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, Y GRADO DE REDUCCIÓN DE ESE IMPACTO. - HUELLA MEDIOAMBIENTAL

EN<sub>27</sub> PORCENTAJE DE PRODUCTOS VENDIDOS, Y SUS MATERIALES DE EMBALAJE, QUE SON RECUPERADOS AL FINAL DE SU VIDA ÚTIL, POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS

## CUMPLIMIENTO NORMATIVO

EN<sub>28</sub> COSTE DE LAS MULTAS SIGNIFICATIVAS Y NÚMERO DE SANCIONES NO MONETARIAS POR INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA AMBIENTAL

MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 120		
	PÁG 120		
	PÁG 116		
		AL SER UNA EMPRESA DE SERVICIOS, LAS EMISIONES DE NOX, SOX Y OTRAS SON UN INDICADOR INMATERIAL PARA DKV SEGUROS. A PESAR DE ELLO, DKV SEGUROS REPORTARÁ LAS EMISIONES DE LAS CALDERAS EN HOSPITALES EN EL PRÓXIMO EJERCICIO.	
	PÁG 119	ES UN INDICADOR NO RELEVANTE PUESTO QUE EL AGUA VERTIDA ES PRINCIPALMENTE SANITARIA	PRINCIPIO 8
			PRINCIPIO 8
NO SE HAN REGISTRADO DERRAMES SIGNIFICATIVOS			
	PÁG 114	ACCIONES DERIVADAS DE LA IMPLANTACIÓN DEL EKOPLAN EN DKV	PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 9
DADO QUE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR DKV SEGUROS SON DE NATURALEZA FINANCIERA, EL PRESENTE INDICADOR NO SE CONSIDERA RELEVANTE.			PRINCIPIO 8 PRINCIPIO 9
DKV SEGUROS NO HA SIDO MULTADA O SANCIONADA POR INCUMPLIMIENTO DE NORMATIVAS MEDIO AMBIENTALES EN 2009.			

## G3

## CAPÍTULO

INDICADORES SOCIALES  
PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

## EMPLEO

LA<sub>1</sub> DESGLOSE DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES POR TIPO DE EMPLEO, POR CONTRATO Y POR REGIÓN UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

LA<sub>2</sub> NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS Y ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS DESGLOSADOS POR GRUPOS DE EDAD, SEXO Y REGIÓN UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

LA<sub>3</sub> BENEFICIOS SOCIALES PARA LOS EMPLEADOS CON JORNADA COMPLETA, QUE NO SE OFRECEN A LOS EMPLEADOS TEMPORALES O DE MEDIA JORNADA, DESGLOSADO POR ACTIVIDAD PRINCIPAL. UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

## RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES

LA<sub>4</sub> PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR UN CONVENIO COLECTIVO UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

LA<sub>5</sub> PERIODO(S) MÍNIMO(S) DE PREAVISO RELATIVO A CAMBIOS ORGANIZATIVOS, INCLUYENDO SI ESTAS NOTIFICACIONES SON ESPECIFICADAS EN LOS CONVENIOS COLECTIVOS UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

## SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

LA<sub>7</sub> TASAS DE ABSENTISMO, ENFERMEDADES PROFESIONALES, DÍAS PERDIDOS Y NÚMERO DE VÍCTIMAS MORTALES RELACIONADAS CON EL TRABAJO POR REGIÓN UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

LA<sub>9</sub> PROGRAMAS DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN, ASESORAMIENTO, PREVENCIÓN Y CONTROL DE RIESGOS QUE SE APLIQUEN A LOS TRABAJADORES, A SUS FAMILIAS O A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD EN RELACIÓN CON ENFERMEDADES GRAVES UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

## FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

LA<sub>10</sub> PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO, DESGLOSADO POR CATEGORÍA DE FORMACIÓN UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

## DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

LA<sub>13</sub> COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y PLANTILLA, DESGLOSADO POR SEXO, GRUPO DE EDAD, PERTENECIENTE A MINORÍAS Y OTROS INDICADORES DE DIVERSIDAD CREACIÓN DE VALOR: GOBIERNO CORPORATIVO

LA<sub>14</sub> RELACIÓN ENTRE SALARIO BASE DE LOS HOMBRES CON RESPECTO AL DE LAS MUJERES, DESGLOSADO POR CATEGORÍA PROFESIONAL UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 65		
	PÁG 65-66 Y 68		
	PÁG 65-66		PRINCIPIO 6
	PÁG 78-80		
	NO INCLUIDO		PRINCIPIO 3
		SE CUMPLE CON EL MÍNIMO LEGAL ESTABLECIDO.	PRINCIPIO 3
	PAG 65 Y PÁG 87		
	PÁG 26 Y 87	EN RELACIÓN CON EFERMEADES GRAVES NO SE HAN REALIZADO PROGRAMAS ESPECIFICOS DIRIGIDOS AL PERSONAL, SI BIEN SÍ SE HA ELABORADO INFORMACIÓN PARA CLIENTES, SIENDO LOS EMPLEADOS A SU VEZ CLIENTES	
	PÁG 71-73		
	PÁG 45		PRINCIPIO 6
	PÁG 78		PRINCIPIO 6

## G3

## CAPÍTULO

INDICADORES SOCIALES  
DERECHOS HUMANOS

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

LA RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL EN DKV: NUEVO ENFOQUE DE LA  
RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

## PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO

HR<sub>1</sub> PORCENTAJE Y NÚMERO TOTAL DE ACUERDOS DE INVERSIÓN SIGNIFICATIVOS QUE INCLUYAN CLÁUSULAS DE DERECHOS HUMANOS O QUE HAYAN SIDO OBJETO DE ANÁLISIS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: PROVEEDORES

HR<sub>2</sub> PORCENTAJE DE LOS PRINCIPALES DISTRIBUIDORES Y CONTRATISTAS QUE HAN SIDO OBJETO DE ANÁLISIS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS, Y EN MEDIDAS ADOPTADAS COMO CONSECUENCIA

UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: PROVEEDORES

## NO DISCRIMINACIÓN

HR<sub>4</sub> NÚMERO TOTAL DE INCIDENTES DE DISCRIMINACIÓN Y MEDIDAS ADOPTADAS

## LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS

HR<sub>5</sub> ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA EN LAS QUE EL DERECHO A LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y DE ACOGERSE A CONVENIOS COLECTIVOS PUEDAN CORRER IMPORTANTES RIESGOS, Y MEDIDAS ADOPTADAS PARA RESPALDAR ESTOS DERECHOS

## EXPLOTACIÓN INFANTIL

HR<sub>6</sub> ACTIVIDADES IDENTIFICADAS QUE CONLLEVAN UN RIESGO POTENCIAL DE INCIDENTES DE EXPLOTACIÓN INFANTIL, Y MEDIDAS ADOPTADAS PARA CONTRIBUIR A SU ELIMINACIÓN

## TRABAJOS FORZADOS

HR<sub>7</sub> OPERACIONES IDENTIFICADAS COMO DE RIESGO SIGNIFICATIVO DE SER ORIGEN DE EPISODIOS DE TRABAJO FORZADO O NO CONSENTIDO, Y LAS MEDIDAS ADOPTADAS PARA CONTRIBUIR A SU ELIMINACIÓN



MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 21		
	PAG. 94	NO SE HAN PRODUCIDO ACUERDOS DE INVERSIÓN SIGNIFICATIVOS QUE HAYAN INCLUIDO ANALISIS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS.	PRINCIPIO 1
	PAG. 94	LA ACTIVIDAD DE DKV SE DESARROLLA EN ESPAÑA POR LO QUE NO SE CONSIDERA RIESGO PARA LOS DERECHOS HUMANOS.	PRINCIPIO 1 PRINCIPIO 2
NO SE HAN DECLARADO INCIDENTES DE DISCRIMINACIÓN DENTRO DE ENTIDAD DURANTE EL AÑO 2009.			PRINCIPIO 1 PRINCIPIO 6
NINGUNA DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA ENTIDAD PRESENTA RIESGOS EN LOS QUE EL DERECHO A LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y DE ACOGERSE A CONVENIOS COLECTIVOS PUEDA NEGARSE A LOS EMPLEADOS DE DKV SEGUROS			PRINCIPIO 1 PRINCIPIO 3
NINGUNA DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA ENTIDAD PRESENTA RIESGOS POTENCIALES DE INCIDENTES DE EXPLOTACIÓN INFANTIL.			PRINCIPIO 1 PRINCIPIO 5
NINGUNA DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA ENTIDAD PRESENTA RIESGOS SIGNIFICATIVOS DE SER ORIGEN DE EPISODIOS DE TRABAJO FORZADO O NO CONSENTIDO.			PRINCIPIO 1 PRINCIPIO 4

## G3

## CAPÍTULO

INDICADORES SOCIALES  
SOCIEDAD

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

## SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

## COMUNIDAD

SD<sub>1</sub> NATURALEZA, ALCANCE Y EFECTIVIDAD DE PROGRAMAS Y PRÁCTICAS PARA EVALUAR Y GESTIONAR LOS IMPACTOS DE LAS OPERACIONES EN LAS COMUNIDADES, INCLUYENDO ENTRADA, OPERACIÓN Y SALIDA DE LA EMPRESA .

SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

## CORRUPCIÓN

SD<sub>2</sub> PORCENTAJE Y NÚMERO TOTAL DE UNIDADES DE NEGOCIO ANALIZADAS CON RESPECTO A RIESGOS RELACIONADOS CON LA CORRUPCIÓN.

CREACIÓN DE VALOR: AUDITORÍA INTERNA

SD<sub>3</sub> PORCENTAJE DE EMPLEADOS FORMADOS EN LAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTI-CORRUPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.

UN EQUIPO SOLIDO Y COMPROMETIDO: EMPLEADOS

SD<sub>4</sub> MEDIDAS TOMADAS EN RESPUESTA A INCIDENTES DE CORRUPCIÓN.

- EL MODELO ESTRATÉGICO  
- COMPROMISOS Y VALORES  
- ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE

## POLÍTICA PÚBLICA

SD<sub>5</sub> POSICIÓN EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE LAS MISMAS Y DE ACTIVIDADES DE LOBBYING.

CREACIÓN DE VALOR: AUDITORÍA INTERNA

## CUMPLIMIENTO NORMATIVO

SD<sub>6</sub> VALOR MONETARIO DE SANCIONES Y MULTAS SIGNIFICATIVAS Y NÚMERO TOTAL DE SANCIONES NO MONETARIAS DERIVADAS DEL INCUMPLIMIENTO DE LAS LEYES Y REGULACIONES .

MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 104-105		
	PÁG 104-105		
	PÁG 46		PRINCIPIO 10
	PÁG 69		PRINCIPIO 10
NO SE HAN DETECTADO INCIDENTES DE CORRUPCIÓN DURANTE EL 2009			PRINCIPIO 10
	PÁG 41		
DKV SEGUROS NO HA SIDO SANCIONADA NI MULTADA DURANTE EL AÑO 2009 POR EL INCUMPLIMIENTO DE LAS LEYES Y REGULACIONES APLICABLES.			

## 63

## CAPÍTULO

INDICADORES SOCIALES  
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

EXCELENCIA E INNOVACIÓN - CLIENTES : CONFIANZA Y SATISFACCIÓN

## SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

PR<sub>1</sub> FASES DEL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN LAS QUE SE EVALÚAN, PARA EN SU CASO SER MEJORADOS, LOS IMPACTOS DE LOS MISMOS EN LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES, Y PORCENTAJE DE CATEGORÍAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGNIFICATIVOS SUJETOS A TALES PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN.

EXCELENCIA E INNOVACIÓN - CLIENTES : CONFIANZA Y SATISFACCIÓN

## ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

PR<sub>2</sub> TIPOS DE INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SON REQUERIDOS POR LOS PROCEDIMIENTOS EN VIGOR Y LA NORMATIVA, Y PORCENTAJE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUJETOS A TALES REQUERIMIENTOS INFORMATIVOS.

EXCELENCIA E INNOVACIÓN - CLIENTES : CONFIANZA Y SATISFACCIÓN

## COMUNICACIONES DE MARKETING

PR<sub>3</sub> PROGRAMAS DE CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES O ADHESIÓN A ESTÁNDARES Y CÓDIGOS VOLUNTARIOS MENCIONADOS EN COMUNICACIONES DE MARKETING, INCLUIDOS LA PUBLICIDAD, OTRAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES Y LOS PATROCINIOS

EXCELENCIA E INNOVACIÓN - CLIENTES : CONFIANZA Y SATISFACCIÓN

## CUMPLIMIENTO NORMATIVO

PR<sub>4</sub> COSTE DE AQUELLAS MULTAS SIGNIFICATIVAS FRUTO DEL INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EN RELACIÓN CON EL SUMINISTRO Y EL USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA ORGANIZACIÓN.

MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
DADA LA NATURALEZA DE LAS ACTIVIDADES DE DKV SEGUROS, Y LOS RESULTADOS OBTENIDOS DEL ESTUDIO DE MATERIALIDAD, NO SE REPORTA ESTE INDICADOR AL NO CONSIDERARSE MATERIAL. SIN EMBARGO, SE REALIZARÁN ACTUALIZACIONES PERIÓDICAS DEL ESTUDIO.	NO INCLUIDO		
	PÁG 50		
	PÁG 60	DKV HA DESARROLLADO UNA INICIATIVA DE LENGUAJE CLARO PARA HACER MÁS FÁCIL Y TRANSPARENTE EL LENGUAJE DEL SECTOR ASEGURADOR TANTO A LOS CLIENTES DE LA COMPAÑÍA COMO A LOS CIUDADANOS EN GENERAL: <a href="http://www.dkvseguros.com/dkvaccesible/inicio.asp?menu=1,2163,2169,2182">HTTP://WWW.DKVSEGUROS.COM/DKVACCESIBLE/INICIO.ASP?MENU=1,2163,2169,2182</a>	
	PÁG 51 Y 55	DKV HA DESARROLLADO UNA INICIATIVA DE LENGUAJE CLARO PARA HACER MÁS FÁCIL Y TRANSPARENTE EL LENGUAJE DEL SECTOR ASEGURADOR TANTO A LOS CLIENTES DE LA COMPAÑÍA COMO A LOS CIUDADANOS EN GENERAL: <a href="http://www.dkvseguros.com/dkvaccesible/inicio.asp?menu=1,2163,2169,2182">HTTP://WWW.DKVSEGUROS.COM/DKVACCESIBLE/INICIO.ASP?MENU=1,2163,2169,2182</a>	
NO SE HAN PRODUCIDO MULTAS SIGNIFICATIVAS FRUTO DEL INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EN RELACIÓN CON EL SUMINISTRO Y EL USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA ORGANIZACIÓN			

## G3

## CAPÍTULO

## SUPLEMENTO GRI SECTOR FINANCIERO

## ENFOQUE DE GESTIÓN ESPECÍFICOS DEL SECTOR FINANCIERO

FS <sub>1</sub>	POLÍTICAS CON COMPONENTES AMBIENTALES Y SOCIALES ESPECÍFICOS APLICADOS A LAS LÍNEAS DE NEGOCIO	- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISOS Y VALORES - SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD - MEDIADORES
FS <sub>2</sub>	PROCEDIMIENTOS PARA EVALUAR Y EXAMINAR RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES EN LAS LÍNEAS DE NEGOCIO	- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISOS Y VALORES - SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD - ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE - MEDIADORES
FS <sub>3</sub>	PROCESOS PARA SUPERVISAR LA IMPLANTACIÓN Y CUMPLIMIENTO POR PARTE DE LOS CLIENTES DE LOS REQUERIMIENTOS AMBIENTALES Y SOCIALES INCLUIDOS EN LOS CONTRATOS	- CLIENTES: CONTRATO DE CONFIANZA - ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE
FS <sub>4</sub>	PROCESO (S) PARA MEJORAR LOS CONOCIMIENTOS DE LOS EMPLEADOS EN CUANTO A LA IMPLANTACIÓN DE LOS ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES DEL NEGOCIO	- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISOS Y VALORES - SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD - TRABAJO EN EQUIPO Y EMPATÍA: EMPLEADOS
FS <sub>5</sub>	INTERACCIONES CON CLIENTES/SOCIEDADES PARTICIPADAS/SOCIOS DE NEGOCIOS EN CUANTO A RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES	- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISOS Y VALORES - ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE

## PRODUCTOS

FS <sub>6</sub>	PORCENTAJE DE LA CARTERA POR LÍNEAS DE NEGOCIO POR REGIÓN ESPECÍFICA, TAMAÑO (P.EJ. MICRO/SME/GRANDE) Y POR SECTOR	- INDICADORES CLAVES Y DE ACTUACIÓN INTEGRADA
FS <sub>7</sub>	VALOR MONETARIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DISEÑADOS PARA APORTAR VALOR SOCIAL EN CADA LÍNEA DE NEGOCIO	- INDICADORES CLAVES Y DE ACTUACIÓN INTEGRADA - SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

FS <sub>8</sub>	VALOR MONETARIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DISEÑADOS PARA APORTAR VALOR AMBIENTAL EN CADA LÍNEA DE NEGOCIO	
-----------------	--	--

## AUDITORÍA

FS <sub>9</sub>	COBERTURA Y FRECUENCIA DE LAS AUDITORÍAS PARA EL ANÁLISIS SOBRE LA IMPLANTACIÓN DE LAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DE RIESGOS SOCIALES Y AMBIENTALES	- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISOS Y VALORES - ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE
-----------------	---	---

## PROPIEDAD ACTIVA

FS <sub>10</sub>	PORCENTAJE Y NÚMERO DE COMPAÑÍAS DEPENDIENTES SOBRE LAS QUE LA ORGANIZACIÓN REPORTANTE INTERACTUA EN LOS ASPECTOS AMBIENTALES Y/O SOCIALES	- EL MODELO ESTRATÉGICO.- COMPROMISOS Y VALORES - ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE
------------------	--	---

MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 15, 42 Y 64		
	PÁG 15, 37, 42 Y 64		
	PÁG 32, 34 Y 37		
	PÁG 18, 42, 47 Y 54		
	PÁG 18, 19, 37		
	PÁG 13 Y 14		
	PÁG 13, 14 Y 37	DKV CONSIDERA QUE EL TOTAL DE SUS PRODUCTOS APORTAN VALOR SOCIAL POR LO QUE EL VOLUMEN TOTAL DE PRIMAS PODRÍA CONSIDERARSE PARA ESTE INDICADOR. SI BIEN, ESPECIFICAMENTE SE HABLA DE MEJORAS EN LOS PRODUCTOS Y CREACIÓN DE OPORTUNIDADES DE ACCESO AL SEGURO EN LAS PÁGINAS INDICADAS.	
NO SE DESARROLLAN PRODUCTOS ESPECIFICOS DE ASEGURAMIENTO DEL RIESGO AMBIENTAL, POR LO QUE ESTE INDICADOR NO APLICARÍA.			
	PÁG 18-19 Y 37		
	PÁG 18-19 Y 37	DKV SEGUROS EN ESPAÑA APLICA TODO SU MODELO DE VALORES COMPARTIDOS Y SU SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA A TODAS SUS SOCIEDADES DEPENDIENTES.	

# G3

## CAPÍTULO

FS<sub>11</sub> PORCENTAJE DE ACTIVOS SUJETOS A UNA EVALUACIÓN POSITIVA Y NEGATIVA EN ASPECTOS AMBIENTALES O SOCIAL

- EL MODELO ESTRATÉGICO
- COMPROMISOS Y VALORES
- ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE

FS<sub>12</sub> POLÍTICAS DE VOTACIÓN APLICADAS A ASPECTOS AMBIENTALES O SOCIALES EN RELACIÓN A LAS ACCIONES QUE OSTENTA LA ORGANIZACIÓN INFORMANTE PARA VOTAR DIRECTAMENTE O ASESORAR EN EL VOTO.

- EL MODELO ESTRATÉGICO
- COMPROMISOS Y VALORES
- ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE

### COMUNIDAD

FS<sub>13</sub> PUNTOS DE ACCESO EN ÁREAS POCO POBLADAS O ECONÓMICAMENTE DESFAVORECIDAS

- SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD
- ACCIÓN SOCIAL ESTRATÉGICA

FS<sub>14</sub> INICIATIVAS DE MEJORAR ACCESO A SERVICIOS FINANCIEROS (DE ASEGURAMIENTO) PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DESFAVORABLE

- SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

### PRODUCTOS

FS<sub>15</sub> POLÍTICA PARA EL DISEÑO Y LA VENTA TRANSPARENTE Y JUSTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS, FINANCIEROS Y SERVICIOS

- EL MODELO ESTRATÉGICO
- COMPROMISOS Y VALORES
- ASEGURAMIENTO SOSTENIBLE
- SOLUCIONES DE ASEGURAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD
- CLIENTES: CONTRATO DE CONFIANZA
- INICIATIVA LENGUAJE CLARO EN EL SEGURO

FS<sub>16</sub> INICIATIVAS PARA MEJORAR EL LENGUAJE FINANCIERO SEGÚN EL TIPO DE BENEFICIARIO

- INICIATIVA LENGUAJE CLARO EN EL SEGURO



MOTIVO DE OMISIÓN	PÁGINA	OBSERVACIONES	PRINCIPIOS GLOBAL COMPACT
	PÁG 18-19 Y 37	DKV SEGUROS EN ESPAÑA APLICA TODO SU MODELO DE VALORES COMPARTIDOS Y SU SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA A TODAS SUS SOCIEDADES DEPENDIENTES.	
	PÁG 18-19 Y 37	DKV SEGUROS EN ESPAÑA APLICA TODO SU MODELO DE VALORES COMPARTIDOS Y SU SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA A TODAS SUS SOCIEDADES DEPENDIENTES.	
	PÁG 42 Y 67-68		
	PÁG. 42		
	PÁG 18-19, 32, 37,	ASIMISMO VER LA INICIATIVA LENGUAJE CLARO EN EL SEGURO: <a href="http://www.dkvseguros.com/dkvaccesible/inicio.asp?menu=1,2163,2169,2182">HTTP://WWW.DKVSEGUROS.COM/DKVACCESIBLE/INICIO.ASP?MENU=1,2163,2169,2182</a>	
	<a href="http://www.dkvseguros.com/dkvaccesible/inicio.asp?menu=1,2163,2169,2182">HTTP://WWW.DKVSEGUROS.COM/DKVACCESIBLE/INICIO.ASP?MENU=1,2163,2169,2182</a>		

# CARTA DE VERIFICACIÓN



**KPMG Asesores S.L.**  
Edificio La Porta de Barcelona  
Av. Diagonal, 682  
08034 Barcelona

## Informe de Revisión Independiente para la Dirección de DKV Seguros, S.A.

Hemos realizado una revisión de la información no financiera contenida en el Informe de Sostenibilidad de DKV Seguros, S.A. (en adelante DKV) del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2009 (en adelante, “el Informe”).

La Dirección de DKV es responsable de la preparación y presentación del Informe de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 (G3) según lo detallado en el capítulo “Sobre el Informe de Sostenibilidad 2009” del Informe. En dicho capítulo se detalla el nivel de aplicación autodeclarado, el cual ha recibido la confirmación de Global Reporting Initiative. La Dirección también es responsable de la información y las afirmaciones contenidas en el mismo; de la implantación de procesos y procedimientos que cumplan los principios establecidos en la Norma de Principios de AccountAbility AA1000 2008 (AA1000APS); de la determinación de los objetivos de DKV en lo referente a la selección y presentación de información sobre el desempeño en materia de desarrollo sostenible; y del establecimiento y mantenimiento de los sistemas de control y gestión del desempeño de los que se obtiene la información.

Nuestra responsabilidad es llevar a cabo una revisión limitada y emitir un informe independiente basado en el trabajo realizado, que se refiere exclusivamente a la información correspondiente al ejercicio 2009. Los datos correspondientes a ejercicios anteriores no han sido objeto de revisión. Nuestro trabajo ha sido realizado de acuerdo con la Norma ISAE 3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB). Estas normas exigen que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo de forma que obtengamos una seguridad limitada sobre si el Informe está exento de errores materiales y que cumplamos las exigencias en materia de independencia incluidas en el Código Ético de la *International Federation of Accountants* que establece requerimientos detallados en torno a la integridad, objetividad, confidencialidad y conductas y calificaciones profesionales. Además, hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo a la Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA1000 AS 2008 de AccountAbility (Tipo 2) que abarca no sólo la naturaleza y el alcance del cumplimiento, por parte de la organización, de la norma AA1000APS, sino que además evalúa la fiabilidad de la información referente al desempeño tal y como se indica en el alcance.

Un encargo de revisión limitada de un informe de sostenibilidad consiste en la formulación de preguntas a la Dirección, principalmente a las personas encargadas de la preparación de la información incluida en el Informe, y en aplicar procedimientos analíticos y otros dirigidos a recopilar evidencias según proceda a través de los siguientes procedimientos:

- Entrevistas con la Dirección para entender los procesos de los que dispone DKV para determinar cuáles son los asuntos principales de sus principales grupos de interés.
- Entrevistas con el personal pertinente de DKV, sobre la aplicación de las políticas y la estrategia en materia de sostenibilidad.
- Entrevistas con el personal pertinente de DKV responsable de proporcionar la información contenida en el Informe.
- Análisis de los procesos de recopilación y de control interno de los datos cuantitativos reflejados en el Informe, en cuanto a la fiabilidad de la información, utilizando procedimientos analíticos y pruebas de revisión en base a muestreos.
- Lectura de la información incluida en el Informe para determinar si está en línea con nuestro conocimiento general y experiencia, en relación con el desempeño en sostenibilidad de DKV.

El alcance de los procedimientos de recopilación de evidencias realizados en un trabajo de revisión limitada es inferior al de un trabajo de seguridad razonable y por ello también el nivel de seguridad que se proporciona. Este informe no debe considerarse un informe de auditoría.

Nuestro equipo multidisciplinar ha incluido especialistas en AA1000APS, en diálogo con grupos de interés y en el desempeño social, ambiental y económico de la empresa.

En base a los procedimientos realizados, descritos anteriormente, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que los datos recogidos en el Informe de Sostenibilidad de DKV Seguros, S.A. del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2009 no hayan sido obtenidos de manera fiable, que la información no esté presentada de manera adecuada, ni que existan desviaciones ni omisiones significativas, ni que el Informe no haya sido preparado, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative versión 3.0 según lo detallado en el capítulo “Sobre el Informe de Sostenibilidad 2009”. Adicionalmente, y también basándonos en los procedimientos realizados, anteriormente descritos, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos indique que DKV no ha aplicado los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta de la Norma de Principios de AccountAbility AA1000APS 2008 según lo detallado en el informe en el capítulo “El Modelo estratégico: compromiso con los grupos de interés”.

En otro documento, proporcionaremos a la Dirección un informe interno que contiene todos nuestros hallazgos y áreas de mejora. Sin perjuicio de las conclusiones presentadas anteriormente, detallamos a continuación las observaciones principales:

#### **En cuanto al principio de INCLUSIVIDAD**

DKV inició el proceso de identificación de sus grupos de interés en el año 2002 con motivo de la elaboración de su primer código de conducta. Esta primera identificación ha servido de base a lo largo de los diferentes ejercicios para profundizar en las relaciones con cada grupo de interés habiendo definido durante 2009 el Estatuto de Compromisos Éticos con los grupos de interés y el nuevo Código de Conducta. El estatuto de compromisos documenta por tanto los compromisos que asume DKV con sus grupos de interés si bien, al tratarse de un desarrollo reciente es recomendable que la compañía continúe trabajando en el efectivo establecimiento de canales de participación y otras herramientas internas de control orientados a evaluar el desempeño propio en cuanto a los compromisos asumidos.

#### **En cuanto al principio de RELEVANCIA**

La identificación de los asuntos relevantes para DKV se realiza a través de un proceso de análisis de fuentes de información internas y externas. La participación de los diferentes representantes de la compañía en las relaciones con los grupos de interés es clave en esta identificación, así como en el análisis de los asuntos relevantes tratados a nivel sectorial. En este sentido se recomienda a DKV que profundice en la gestión y formalización del proceso, definiendo los criterios para priorizar los asuntos y asegurando que en la revisión periódica del mismo se consideran para los diálogos con los grupos de interés los asuntos relevantes procedentes de los análisis sectoriales.

#### **En cuanto al principio de RESPUESTA**

DKV ha elaborado un marco claro y documentado en el que presenta su posicionamiento en cuanto a su estrategia de compañía responsable basado en su Código de Conducta y en el Estatuto de Compromisos Éticos con los grupos de interés. Asimismo, la implantación de un sistema de gestión ética implica la necesidad de formalizar y evaluar la gestión de estas relaciones, es por ello que se recomienda a DKV seguir trabajando a través del marco definido con la finalidad de poder evaluar las diferentes acciones que DKV está implantando como respuesta a los compromisos asumidos analizando que las mismas atiendan a la efectiva relevancia de los asuntos identificados.

KPMG Asesores S.L.



José Luis Blasco Vázquez  
Socio

16 de julio de 2010

---

## ENCUESTA INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2009

Una de las vías para que nuestros grupos de interés nos transmitan su opinión sobre nuestra gestión así como sobre el Informe de sostenibilidad es el cuestionario que encontraréis a continuación.

Valora los siguientes aspectos del Informe de Sostenibilidad puntuando así:

- Muy deficiente: 1
- Deficiente: 2
- Regular: 3
- Bueno: 4
- Muy bueno: 5

---

### 1. CALIDAD E INTERÉS DEL CONTENIDO

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

---

### 2. DISEÑO Y FORMATO

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

---

### 3. EXTENSIÓN

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

---

### 4. MEDIO DE CONSULTA

- Papel
- Internet

---

### 5. PUNTUACIÓN GENERAL

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

---

### 6. ¿QUÉ COMENTARIOS O SUGERENCIAS PUEDES HACER PARA MEJORARLO?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## CONTACTA CON NOSOTROS

La Dirección de DKV Seguros confía en que la información incluida en el Informe de Sostenibilidad 2009 haya resultado útil a nuestros grupos de interés, a los cuales va dirigida. Nuestro objetivo es cada año poder dar un paso más en la búsqueda de mejorar la relación e incrementar la transparencia de la información que reciben de la compañía.

DKV Seguros considera que el Informe de Sostenibilidad es una herramienta para mejorar el diálogo con la sociedad y, particularmente, con todos sus públicos, por lo que se anima a los lectores de este documento facilitarnos su opinión, sugerencias o críticas a través de las vías que ponemos a disposición.

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN:  
976 28 91 65/ 93 214 00 41

ATENCIÓN AL CLIENTE:  
902 499 499

SERVICIOS PARA EMPRESAS:  
93 214 00 16

NUESTRA WEB:  
[www.dkvseguros.com](http://www.dkvseguros.com)

También puede enviar sus mensajes a la dirección:  
[memoriaanual@dkvseguros.com](mailto:memoriaanual@dkvseguros.com)



**DKV**  
SEGUROS MÉDICOS

*¡Vive la Salud!*

a member of **MUNICH HEALTH** 