



**universidad
de león**

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Curso 2014 / 2015

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR ASEGURADOR
ESPAÑOL: ESTUDIO DE CASO GRUPO DKV SEGUROS

(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE SPANISH INSURANCE
SECTOR: A CASE STUDY GROUP INSURANCE DKV)

Realizado por el alumno Dña Leticia Mayo Ferrero

Tutelado por la Profesora Dña Ana Lanero Carrizo

León, a 14 de Septiembre de 2015

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	1
ABSTRACT	2

PARTE I:

INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVOS	5
METODOLOGÍA	6

PARTE II:

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

CAPÍTULO 1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	8
1.1.EVOLUCIÓN CRONOLÓGICA DE LA RSE	8
1.2.CONCEPTO DE RSE	12
1.3.PRINCIPALES INICIATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LA RSE	13
1.3.1. A nivel internacional	13
1.3.2. A nivel europeo	15
1.3.3. A nivel nacional	16
1.4.CRISIS Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA RSE DE LA GRAN EMPRESA EN ESPAÑA	18
CAPÍTULO 2. SECTOR ASEGURADOR ESPAÑOL	21
2.1. BREVE HISTORIA DEL SECTOR ASEGURADOR	21
2.2. EL FUNCIONAMIENTO DE LAS ASEGURADORAS EN EL MERCADO	22
2.3. LA CRISIS Y EL SECTOR ASEGURADOR ESPAÑOL (2008-2014)	23
CAPÍTULO 3. RSE EN EL SECTOR ASEGURADOR ESPAÑOL EN TIEMPOS DE CRISIS	28
3.1. EVOLUCIÓN DE LA RSE EN EL SECTOR ASEGURADOR	28
3.2. REPERCUSIÓN DE LA RSE EN LA REPUTACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS	29
3.3. ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS EN MATERIA DE RSE	30

3.3.1. Principales acciones desarrolladas	30
3.3.2. Elaboración de documentos de buen gobierno, códigos éticos y de conducta	35
3.3.3. Adhesión voluntaria a organizaciones que promueven la RSE	36
CAPÍTULO 4. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA EN EL ESTUDIO DE CASO	42
4.1. GRUPO DKV SEGUROS EN ESPAÑA	42
4.2. GRUPO DKV SEGUROS EN ESPAÑA Y LA RSE	44
4.3. MODELO DE RSE APLICADO AL ESTUDIO DE CASO	47

PARTE III:

ESTUDIO DE CASO: GRUPO DKV SEGUROS

CAPÍTULO 5. RESULTADOS	49
5.1. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN INTERNA DE LA RSE EN EL GRUPO DKV SEGUROS	49
5.1.1. Gestión de recursos humanos	49
5.1.2. Salud y seguridad en el lugar de trabajo	57
5.1.3. Adaptación al cambio	58
5.1.4. Gestión del impacto ambiental y los recursos naturales	58
5.2. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN EXTERNA DE LA RSE EN EL GRUPO DKV SEGUROS	62
5.2.1. Comunidades locales	62
5.2.2. Consumidores, proveedores y socios comerciales	63
5.2.3. Derechos humanos	72
5.2.4. Problemas ecológicos mundiales	73
5.3. VALORACIÓN GLOBAL	74

PARTE IV:

CONCLUSIONES Y BIBLIOGRAFÍA

CONCLUSIONES	79
BIBLIOGRAFÍA	83

ÍNDICE DE FIGURAS, CUADROS, TABLAS Y GRÁFICOS

Figura 3.1. Objetivos del milenio	38
Figura 4.1. Programa de empresa responsable	45
Cuadro 1.1. Principios de la declaración de Filadelfia	9
Cuadro 1.2. Aspectos relevantes tratados por algunos autores	10
Cuadro 1.3. Aspectos relevantes tratados por algunos autores	11
Cuadro 3.1. Principales acciones desarrolladas en materia de RSE	31
Cuadro 3.2. Principios de inversión responsable	37
Cuadro 3.3. Principios de aseguramiento sostenible	38
Cuadro 3.4. Indicadores de RSE en el sector asegurador	40
Tabla 4.1. Evolución del volumen de primas netas por ramos y total	42
Tabla 4.2. Evolución de la notoriedad de la marca	46
Tabla 5.1. Evolución de la temporalidad de los empleados	49
Tabla 5.2. Evolución de la formación no comercial	53
Tabla 5.3. Evolución de la diversidad de personal	54
Tabla 5.4. Evolución de las mujeres	55
Tabla 5.5. Evolución de la relación entre el salario más bajo del Grupo DKV seguros y el mínimo legal en España	56
Tabla 5.6. Evolución de indicadores medioambientales	61
Tabla 5.7. Evolución de indicadores clave para clientes, proveedores y mediadores	64
Tabla 5.8. Evolución de las contrataciones de proveedores basada en criterios de RSE	69
Tabla 5.9. Evolución de la formación comercial	71
Gráfico 2.1. Evolución de la aportación de las primas bruta al PIB	24
Gráfico 2.2. Evolución de las primas devengadas	24
Gráfico 2.3. Evolución de las principales categorías de seguros	25
Gráfico 2.4. Evolución de empleo directo	25
Gráfico 2.5. Evolución del número de mediadores	26
Gráfico 3.1. Evolución del ranking MERCO	30
Gráfico 3.2. Productos sostenibles por categorías	33
Gráfico 3.3. Evolución de las publicaciones de documentos de buen gobierno	35

Gráfico 4.1. Evolución de número de empleados	43
Gráfico 4.2. Evolución del número de mediadores y de personal en oficina de venta directa	44

RESUMEN

La preocupación por la responsabilidad social en el mundo empresarial no es algo nuevo, pero sí se ha acrecentado en los últimos tiempos hasta convertirse en una profunda necesidad para ellas. Esto es debido a que los distintos integrantes de tejido empresarial demandan cada vez más políticas y actuaciones encaminadas a una gestión responsable del negocio, desde el punto de vista social, medioambiental, ético y económico. Los requerimientos en esta materia para las entidades son cada vez más rigurosos, y un sector que se ve afectado por ellos, es el sector asegurador.

El grosor del trabajo está compuesto por dos partes. La primera alude a la fundamentación teórica acerca de la responsabilidad social empresarial (RSE), explicando su concepto, evolución en el tiempo, distintas iniciativas llevadas a cabo para promover la RSE, y la situación de la gran empresa en España en materia de responsabilidad social, en el periodo comprendido entre 2008 y 2014. A continuación, se muestran datos y se exponen distintas actuaciones en materia de responsabilidad social, que llevan a cabo las aseguradoras que operan en territorio nacional, en el periodo de tiempo expuesto anteriormente, además de explicar cómo afecta la RSE a la reputación de éstas.

La segunda parte consta de un estudio referente Grupo DKV Seguros en el ámbito de la responsabilidad social. Para ello, se seleccionan los modelos de análisis propuestos por el Libro Verde de la Comisión Europea y los indicadores relativos exclusivamente al sector asegurador, propuestos por el Instituto de Ciencias Económicas y de Autogestión (ICEA). Seguidamente, se procede a elaborar un análisis DAFO, para conocer la situación de la entidad en esta materia. Por último, se presentan las conclusiones del trabajo.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad Social Empresarial, Grupo DKV Seguros, Libro Verde, Indicadores sectoriales de RSE, Sector asegurador español, Stakeholders.

ABSTRACT

The concern for social responsibility in the business world is not new, but has grown in recent years into a deep need for them. This is because the different members of business community are increasingly demanding policies and actions to responsible management of the business, from the point of social, environmental, ethical and economic perspectives. The requirements in this area for entities are increasingly stringent, and a sector that is affected by them, is the insurance industry.

The work roughly consists of two parts. The first refers to the theoretical basis about corporate social responsibility (CSR), explaining his concept, evolution over time, various initiatives undertaken to promote CSR, and the situation of the big company in Spain in terms of social responsibility in the period between 2008 and 2014. Then, data is displayed and different actions on social responsibility, conducting insurers operating in national territory, in the time period stated above, are presented in addition to explaining how CSR affects the reputation of these.

The second part consists of a study concerning DKV Seguros Group in the field of social responsibility. To do this, the analysis models proposed by the Green Paper of the European Commission and the indicators relate exclusively to the insurance sector, proposed by the Institute of Economics and Skills (ICEA) are selected. Then we proceed to develop a SWOT analysis to determine the status of the entity in this area. Finally, the conclusions of the study and the limitations encountered in performing the work are presented.

KEYWORDS

Corporate Social Responsibility DKV Insurance Group, Green Paper sectoral CSR Indicators, Spanish insurance sector stakeholders.

PARTE I

INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA



INTRODUCCIÓN

El concepto de responsabilidad social empresarial (en adelante RSE) no es un término acuñado recientemente, pero sin embargo, debido al desarrollo y la globalización mundial, ha adquirido un gran apogeo. Progresivamente, la única misión de maximizar beneficios por parte de los empresarios está siendo reemplazada por la consciencia de la necesidad de implantar políticas y actuaciones encaminadas a una gestión responsable del negocio, desde el punto de vista social, medioambiental, ético y económico. Además, las exigencias de la sociedad, reclamando un comportamiento empresarial más responsable, han aumentado.

En este Trabajo de Fin de Grado se realiza un estudio de caso de una empresa integrada dentro del sector asegurador español. Conocer cómo afrontan hoy en día el aspecto de la responsabilidad social las compañías de esta industria, tiene especial importancia por dos razones. La primera hace referencia a que la propia definición de seguro lleva implícito el concepto en el núcleo de su actividad, ya que la esencia de un seguro consiste en acompañar, proteger, y ofrecer seguridad a sus clientes en todas las situaciones de su vida, anticipando posibles riesgos. La segunda razón consiste en que la preocupación por la RSE, es un 3% mayor que en el resto de compañías de otros sectores, según encuestas realizadas (Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid, 2009).

En concreto, la estructura del trabajo consta de tres partes. En primer lugar, se realiza la fundamentación teórica del trabajo, en torno a tres capítulos. En el capítulo 1, se trata el concepto de RSE, su evolución histórica, las principales iniciativas desarrolladas tanto a nivel internacional como europeo y nacional, y la situación actual de la RSE de la gran empresa en España en tiempos de crisis. La elección del segmento de la gran empresa es debido a que el estudio empírico se llevará a cabo de una compañía grande. En el capítulo 2 se pretende contextualizar el sector asegurador español. Para ello, se realiza un breve análisis de su historia, se explica de una forma sintetizada su funcionamiento en el mercado, y se explica la situación de la industria aseguradora española en el periodo de crisis comprendido entre los años 2008 y 2014. Por último, en el capítulo 3, se pretende conocer cuál es la situación de la RSE en el sector asegurador en el período de crisis citado anteriormente. Para ello, se analizan algunos datos de estos años, los ámbitos de actuación y acciones llevadas a cabo por las compañías españolas en esta

materia, y repercusión de la RSE en la reputación de las compañías aseguradoras.

En segundo lugar, se desarrolla un estudio empírico dividido en dos capítulos. En el cuarto capítulo se presenta el Grupo asegurador DKV, se proporcionan algunos datos del periodo comprendido entre los años 2008 y 2014, y se explica el compromiso que mantiene la entidad con la responsabilidad social. También se profundiza en la metodología empleada para el estudio del caso. En el capítulo 5, se presentan los resultados del estudio de caso en el periodo citado. Para concluir este capítulo, se confecciona un análisis DAFO, exponiendo tanto las debilidades y fortalezas de la dimensión interna como las oportunidades y amenazas de la dimensión externa.

Por último, se presentan las conclusiones alcanzadas de todo el trabajo.

OBJETIVOS

Este trabajo persigue tres objetivos generales. En primer lugar, se pretende analizar el concepto de RSE. Como objetivos específicos a este nivel, se encuentran los de profundizar algo más en la materia, recabando información sobre su evolución histórica, las principales iniciativas llevadas a cabo por distintas instituciones para el desarrollo de la disciplina, y su situación actual en la gran empresa española en tiempos de crisis.

El segundo objetivo general consiste en analizar en profundidad el sector asegurador español en tiempos de crisis (periodo 2008-2014). Como objetivos específicos, se pretende obtener datos sobre la situación de este sector; conocer su situación en materia de RSE, además de conocer cuáles son los ámbitos de actuación y acciones llevadas a cabo; y por último, conocer cómo repercute la actuación en materia de responsabilidad social en la reputación de las aseguradoras que operan en territorio nacional en este periodo.

El tercer objetivo principal consiste en realizar un estudio de caso sobre el Grupo DKV Seguros. Como objetivos específicos se encuentran: presentar al Grupo asegurador y su compromiso con la responsabilidad social; proporcionar datos sobre su situación en el periodo comprendido entre los años 2008 y 2014; elaborar un estudio sobre la RSE de dicha empresa, empleando para ello la dimensión interna y externa del Libro Verde y los indicadores de RSE específicos para el sector asegurador; y por último, elaborar un DAFO, para conocer la situación en la que se encuentra la empresa en dicha materia,

analizando las características internas y externas.

Como último objetivo, se encuentra la presentación de conclusiones relacionadas con la totalidad del trabajo.

METODOLOGÍA

Para elaborar la fundamentación teórica explicada en la introducción, se toman ideas de diversos autores. Las fuentes empleadas para ello se resumen en informes, páginas web y documentos especializados e institucionales; tesis doctorales, trabajos de grado, documentos científicos, y vídeos de un canal especializado.

Una vez elaborada la parte teórica del trabajo, se procede a realizar un estudio práctico del Grupo asegurador DKV Seguros. Para ello se emplea la metodología del estudio de caso.

El estudio de caso es un método cualitativo descriptivo muy empleado en las Ciencias Sociales. Para elaborar un estudio de caso correctamente, según Yacuzzi (2005), es necesario seguir tres pasos:

1. Diseño del estudio. Es decir, se fijan los objetivos que se pretenden alcanzar y se explica la estructura de la investigación.
2. Recogida de información. Consiste en recolectar los datos e información a través de diversas fuentes, para poder llevar a cabo dicho cometido con éxito.
3. Análisis y conclusiones. Una vez obtenida toda la información, se redacta el estudio del caso. Y finalmente, una vez recapitulada toda la información, se procede a extraer conclusiones.

Para ejecutar dicha tarea, se consultan detenidamente las memorias de sostenibilidad de los años comprendidos entre el 2008 y 2014, proporcionadas por la misma organización. Complementariamente, se recurre a su página web oficial.

Una vez confeccionado el estudio empírico, se concluye el trabajo con una lista de conclusiones extraídas a lo largo de la elaboración de todo este documento. Con estas conclusiones se pretende dar respuesta los objetivos planteados y señalar cuáles son los aspectos más importantes de este trabajo.

PARTE II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA



CAPÍTULO 1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1. EVOLUCIÓN CRONOLÓGICA DE LA RSE

Desde el punto de vista académico no existe unanimidad sobre el año en el que surgió formalmente la RSE. Algunos consideran que tuvo su origen en la década de los años 20, otros lo sitúan en los años 50, y también hay quienes parten de los años 50 y principios de los 60. No obstante, existen evidencias de que conceptos relacionados han estado presentes en la sociedad desde mucho antes. Entre los principios del dogma de la Iglesia Católica destaca lo referente al individuo, bien común, solidaridad y participación. A finales del siglo XIX, el Papa León afirmó que el objetivo de la vida en sociedad es el bien común. En el siglo XIII, Santo Tomás de Aquino afirma que no todas las prácticas comerciales son legítimas para obtener rentabilidad, considerando ilícito que el vendedor actuara sólo conforme a su propio beneficio. También a éste se le atribuye la definición de precio justo. En el 50 A.C., Cicerón afirmó que la justicia era necesaria en el mundo de los negocios (Arrieta & de la Cruz, 2005).

En los años 20 algunas empresas comenzaron a llevar a cabo acciones de caridad. Se puede afirmar que en esta década surge la filantropía corporativa. La década de los 30 se caracterizó por el fracaso de muchas empresas, pérdida de muchos puestos de trabajo y, en general, por el malestar de la población. Muchos lo achacan a la avaricia y preocupación del empresario solamente por sus propios intereses. A raíz de esto, surgieron algunas leyes para incrementar el bienestar de la población (Teixidó, Chavarri & Castro, 2002 citado en Schwalb & García, 2003). En la década de los 40, se presenta la Declaración de Filadelfia, en la que se exponen las obligaciones que tienen las compañías respecto a la sociedad (Rosales, Granda & Iglesia, 2013).

Cuadro 1.1. Principios de la declaración de Filadelfia

- El trabajo no es una mercancía
- La libertad de asociación y expresión es esencial para el progreso
- La pobreza constituye un peligro para la prosperidad y se debe luchar contra ella
- Promover el bienestar común colaborando los representantes de los trabajadores y de los gobiernos

Fuente: Elaboración propia en base a Granda et al. (2013).

Los años 50 se caracterizan por el surgimiento de los primeros textos dedicados exclusivamente a la RSE. El más destacado de todos es el de Bowen denominado *Social Responsibilities of the business man* y publicado en 1953. Hace referencia a cuáles deberían ser las responsabilidades a asumir por el empresario. En él se define por primera vez el concepto de RSE como “*las obligaciones de los hombres de negocios de seguir aquellas políticas, tomar aquellas decisiones, o seguir aquellas líneas de actuación que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad*” (Bowen, 1953, p. 8 citado en García, 2012). En cuanto a aportaciones de otros autores cabe mencionar a Drucker, quien incluye un capítulo en su libro sobre prácticas de gestión. A Heard, sobre las obligaciones que tienen el dueño del negocio con la sociedad y a Selekman sobre filosofía moral del propietario (Drucker, 1954; Heard, 1957 & Selekman, 1957 citado en García, 2012). En los años 50 las compañías de Estados Unidos sufrieron un gran crecimiento y adquirieron protagonismo en los problemas de la sociedad. Con ello, se comenzaba a ver necesario por parte de la población que los directivos tuvieran en cuenta los efectos que sus acciones producían en ella (Bonilla, 2011).

En la década de los 60 y 70, la RSE se caracterizó por un gran activismo social en el que se reivindicaban los derechos de la población. También se llevaron a cabo movimientos feministas y ecologistas, protestasen las universidades etc. Todo esto hizo que los empresarios se preocupasen por sus empleados y entorno, derechos de los clientes y demandas de la sociedad. En 1970 algunas entidades comenzaron a difundir mediante estudios la responsabilidad social empresarial. También en 1972 se llevó a cabo la

primera reunión de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sobre medio ambiente. En esa cumbre se comenzaron a sentar las bases del desarrollo sostenible. Además en el 72 se publicó en Francia el primer balance social. En estas décadas autores como Friedman niegan la existencia de RSE. Afirma que el único objetivo de la compañía tiene que ser maximizar beneficios (Hellriegel & Slocum, 1998; Kast, 1988 citado en Schwalb & García, 2003). También aparecieron muchas definiciones del concepto de RSE. En la siguiente tabla se muestran los principales aspectos de los conceptos de algunos autores.

Cuadro 1.2. Aspectos relevantes de los conceptos de algunos autores

- Compromiso en la solución de problemas sociales
- Integración de expectativas y valores sociales en la gestión
- Perspectiva centrada en el largo plazo
- Responsabilidad legal, ética, económica y filantrópica

Fuente: Elaboración propia en base a Carroll (1979); Davis (1973); Fitch (1976); Sethi (1975) citado en García, 2012.

En los años 80 predominan los estudios empíricos y las ampliaciones sobre la materia, aunque el número de definiciones sobre el concepto disminuyó. Las entidades son cada vez más responsables socialmente y se intensifican los movimientos ecológicos y ambientales, logrando que los aspectos relacionados con el medioambiente se incorporen a las agendas de los distintos organismos. Asimismo, se establece como instrumento de medida y comunicación de la RSE el balance social, elaborándose distintos modelos (Carroll, 2000 citado en Travassos, 2014).

Los años 90 se conocen por el esfuerzo invertido para medir la RSE, así como para establecer normas internacionales, códigos de conducta y demás instrumentos para su regulación. Igualmente, se afianzan y surgen diversos organismos encargados de esta materia. Es la etapa en que los gobiernos y las instituciones se percatan de que, aun teniendo un papel distinto en materia de RSE, se complementan. Además, ésta comienza a hacerse notar en todas las áreas de la empresa (Bonilla, 2011).

El término stakeholder no fue inventado por Edward Freeman en 1984, pero sí fue él el primero que lo definió en su libro *Strategic management: A stakeholder approach*,

como aquel individuo o grupo (accionistas, empleados, clientes, proveedores, gobierno, ambientalistas, sociedad, etc.) que afecte o se vea afectado por la corporación. Freeman clasificó los grupos de interés en dos categorías: los primarios, que son aquéllos con derechos y obligaciones legalmente decretados, y los secundarios, aquéllos con derechos y obligaciones éticas y legalmente menos establecidas (Freeman, 1984 citado en Rosales et al., 2013). En 1987, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo acuña por primera vez el término desarrollo sostenible en su informe denominado *Nuestro futuro común* (World Commission of Environment and Development [WCED], 1987 citado en Travassos, 2014). Otro hecho importante data del año 1997, cuando Elkington describe por primera vez el término triple bottom line en su libro *Cannibals with forks*. Consiste en una popular herramienta de medir la responsabilidad social de las compañías expresada en tres niveles: económico, social y medioambiental (Elkington, 1997 citado en Travassos, 2014).

A finales de los años 90 y principios del siglo actual se dio una importante pérdida de confianza por parte de la población en la administración interna de las empresas. Este hecho fue debido a los altercados ocasionados por Enron, Arthur y Andersen, entre otras multinacionales, ocasionando que la responsabilidad social estuviera más candente tanto para la empresa como para la civilización (Rosales et al., 2013).

A continuación en la siguiente tabla se muestran los principales aspectos tratados por algunos autores en los años 80 y 90 y 2000.

Cuadro 1.3. Aspectos relevantes tratados por algunos autores

- Teoría de los stakeholders
- Ética de los negocios
- Responsabilidad medioambiental, triple bottom line
- Ciudadanía corporativa como perspectiva integradora

Fuente: Elaboración propia en base a Bucholz (1991); Clarkson (1995); Davenport (2000); Epstein (1987) citado en García (2012).

En el siglo XXI se da un importante incremento del número de investigaciones en el ámbito académico. Éstas suelen ser explicaciones, puestas al día y evaluaciones sobre la disciplina (Carrroll & Buchholtz, 2000 citado en García, 2012). El concepto de

voluntariedad, es el rasgo más destacable por una gran parte de autores, acompañado por otros aspectos como la preocupación por los grupos de interés, la mejora de la imagen de la compañía tanto a nivel interno como externo, la realización de labores sociales sin ánimo de lucro, el compromiso con el medioambiente, la gestión de la triple cuenta de resultados, y la transparencia a la hora de rendir cuentas y proporcionar información a la sociedad (Aragón & Rocha, 2009).

En palabras de Rosales et al. (2013):

“(...) [La] Responsabilidad Social Empresarial (...) como corriente de pensamiento y fenómeno social, ha evolucionado desde un concepto más filosófico y filantrópico de prácticas responsables llevadas a cabo por parte de las empresas, hasta convertirse en un movimiento cultural y un tema de gran relevancia académica [incrementándose el número y calidad de las publicaciones], política, económica y social, que ha promovido incluso un nuevo estilo de gestión empresarial”. (p. 9)

1.2. CONCEPTO DE RSE

Actualmente se puede observar que no existe un consenso por parte de todos los autores a la hora de definir el término de RSE. Existen muchas definiciones elaboradas en el ámbito académico, en numerosos foros y por diversos organismos (públicos, privados, con ánimo de lucro, sin ánimo de lucro, gubernamental y no gubernamental), a nivel nacional, europeo e internacional. A continuación se citarán algunas de las más representativas.

El Foro de Expertos (2007) lo define como:

“(...) además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”. (p. 7)

El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (en línea) la define como una manera de dirigir la compañía, implicándose en los impactos que genera su actividad

entre los distintos grupos e interés de la entidad. El concepto hace referencia también a la necesidad de transparencia informativa por parte de la empresa, a la aplicación de la RSE a toda la cadena de valor, al cumplimiento de las normativas en todos los ámbitos, y a la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores, la comunidad con la que interactúa, y la sociedad.

El Libro Verde publicado por la Comisión Europea la define como la “*integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores*” (Comisión Europea, 2001, p. 13).

El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, en línea), la define como el deber que tiene la empresa de cooperar con el desarrollo económico sostenible, a través de la colaboración con sus stakeholders, para contribuir al mejoramiento e incremento de la calidad de vida.

Se puede concluir que el término RSE hace referencia a la transparencia informativa por parte de las empresas, al cumplimiento de las normativas, a la incorporación voluntaria de criterios sociales y medioambientales en la gestión empresarial, al desarrollo sostenible a nivel económico, social y medioambiental, y a la preocupación y atención a las demandas de los stakeholders.

1.3. PRINCIPALES INICIATIVAS PARA EL DESARROLLO DE RSE

A lo largo de la historia, se han llevado a cabo numerosas iniciativas, promovidas por diversas organizaciones, para el desarrollo de la disciplina de la RSE, tanto a nivel internacional, europeo como nacional. A continuación se expondrán algunas de las más representativas.

1.3.1. A nivel internacional

La ONU (en línea) diseñó el denominado *Pacto mundial*, con el propósito de que todas las empresas del mundo integren sus diez principios en su actividad. Tales principios hacen referencia a cuatro matices. El primero son los derechos humanos, mencionándose el respeto y apoyo a los derechos básicos de los trabajadores. El segundo son los estándares laborales, que deben apoyar la negociación colectiva y asociación de sus trabajadores, además de abolir las prácticas discriminatorias y el

trabajo forzoso e infantil. El tercero, el medioambiente, se refiere al desarrollo y divulgación de tecnologías respetuosas con el medio y al fomento de iniciativas y adopción de acciones preventivas. Y, por último, en relación a la corrupción, se establece que las entidades deben obrar en contra de ella.

Otro proyecto destacado es el Global Reporting Initiative (GRI, en línea), iniciativa elaborada por distintas instituciones sin ánimo de lucro. Su cometido es promover y diseñar guías para la elaboración de informes de sostenibilidad. Contienen una serie de indicadores para analizar la sostenibilidad desde el punto de vista económico social y medioambiental que ocasiona la actividad empresarial.

La Organización Internacional de Trabajo (OIT, en línea) persigue el objetivo de mejorar la eficiencia de la seguridad social, fortalecer el diálogo entre gobierno trabajadores y empresarios, formular políticas normas y programas para proteger los derechos humanos, mejorar las condiciones de vida, crear empleo digno, y realizar acciones de educación, formación e investigación que ayuden al progreso de todo lo mencionado anteriormente.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, en línea) se centra en el propósito de fomentar políticas que acrecienten el bienestar social y favorezcan un sano crecimiento económico y del empleo sobre una base no discriminatoria y multilateral. Destacan las *Directrices para las empresas multinacionales*, que son una serie de normas y principios voluntarios para lograr un comportamiento empresarial consecuente en asuntos como empleo, transparencia, relaciones laborales, lucha contra la corrupción, intereses de los consumidores, medioambiente y tecnología.

En lo que respecta a entidades que redactan normas voluntarias de cumplimiento voluntario, destaca La Organización Internacional de Normalización (ISO, en línea). En materia de RSC está la ISO 26000, que ofrece una guía para que las empresas obren de manera socialmente responsable, la ISO 14000 relativa a la gestión ambiental, la ISO 45001 referida a la prevención de riesgos laborales, la ISO 50001 sobre el ahorro energético y la ISO 9000 en gestión de calidad de productos y servicios. Otras normas destacadas y elaboradas por el Social Accountability International (SAI, en línea) son la SA 8000, que aborda el aspecto de promover mejores condiciones laborales, y la AA

1000, relativa a la rendición de cuentas transparentemente. Y por último, Salud Ocupacional y Servicios de Asesoría de Seguridad (OHSAS, en línea) crea la OHAS 18000, que alude a la salud y seguridad en el trabajo.

1.3.2. A nivel europeo

El desarrollo de la RSE en Europa llegó más tarde, en comparación con otros territorios como EE.UU. Cabe mencionar que las distintas iniciativas y avances logrados en los últimos años han llevado a una gradual equiparación (Fernández & Martínez, 2003).

La primera alusión en Europa se produjo en marzo del 2000 en el Consejo de Lisboa, recalcando como meta para los siguientes diez años transformar a Europa en una economía competitiva, sostenible y generadora de empleo de calidad (Mayor & Dudova, 2012). El propio Consejo instó la creación de una Agenda Social, elaborada por el Consejo de Niza en ese mismo año, con el fin de fortalecer la función de la política social a medio plazo (Van Lancker, 2001). En 2001 el Consejo de Gotemburgo ratifica *La estrategia de la Unión Europea para un desarrollo sostenible*, en la que se fijaban las bases para un desarrollo sostenible (Mayor & Dudova, 2012). En este mismo año, la Comisión Europea (2001) elaboró un Libro Verde, compuesto por dos dimensiones, con el fin de fomentar un marco en Europa para las RSE.

La dimensión interna de una empresa hace referencia a sus grupos de interés internos, principalmente a sus empleados y el medioambiente. Consta de cuatro apartados, en los dos primeros se tratan distintas prácticas para atraer y establecer una buena relación con el trabajador; alguna de las que se citan son medidas de conciliación, aprendizaje permanente, prácticas no discriminatorias, igualdad de oportunidades, salud y seguridad en el puesto, etc. El tercer apartado de la dimensión, trata sobre la adaptación al cambio; es decir, ante una reestructuración la entidad debe tener en cuenta los intereses y opiniones de todos los afectados por los cambios. Y por último, el cuarto apartado tiene que ver con prácticas respetuosas con el medioambiente llevadas a cabo en la producción. Destaca la disminución de consumos, emisiones y residuos; y el establecimiento de sistemas de certificación medioambientales voluntarios.

La dimensión externa, trata sobre el comportamiento responsable de la empresa con sus stakeholders externos. Esta dimensión consta de cuatro partes. Una de ellas hace referencia a sus clientes, proveedores y socios comerciales, en cuanto a la búsqueda de

su satisfacción y establecimiento de una buena relación. En el Libro Verde, se citan algunas acciones que contribuyen a ello, como por ejemplo, la colaboración con sus socios comerciales y proveedores; el desarrollo de nuevos productos y/o servicios y/o mejoras en los ya existentes, que los consumidores demanden, todo ello de una manera ecológica, eficaz y ética etc. Por otra parte, los otros tres apartados, abarcan la contribución de la entidad a sus comunidades locales, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales, a través de colaboraciones, patrocinios, donaciones etc.

En el 2002 se creó el *Foro Multistakeholder de RSE*, participando equitativamente distintos grupos de interés de la empresa. Su misión es el intercambio de conocimiento y experiencias, así como fomentar e integrar prácticas de RSE y sensibilizar (Van Lancker, 2001).

La Comisión Europea, por otra parte, ha redactado diversas comunicaciones. Las más destacadas son, en el 2005, la *Estrategia para el crecimiento, el empleo y el desarrollo sostenible*, y en 2006, *Poner en práctica la asociación para el crecimiento y el empleo: hacer de Europa un polo de excelencia de la RSE*. A raíz de ésta surgió la *Alianza europea para la RSE*, integrada por un conjunto de compañías europeas cuyo fin es bastante similar al del foro. En 2008, destaca el *Plan de acción sobre consumo y producción sostenibles y una política industrial sostenible*. En 2010, la *Estrategia europea 2020*, que planeaba una serie de objetivos en materia de educación, empleo, innovación, medioambiente e integración social. A raíz de esto surgieron numerosos proyectos sobre estos aspectos. Y, por último, en 2011 cabe mencionar la *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*, que incorpora aspectos como la difusión, los niveles de confianza, la autorregulación, la integración en diversos ámbitos, etc. (Comisión Europea, 2005, 2006, 2011 citado en García, 2012; Mayor & Dudova, 2012).

1.3.3. A nivel nacional

El desarrollo de la RSE se produjo tardíamente en España, a partir de 1990, debido a la poca internacionalización de las empresas españolas, la gran existencia de PYMES, la poca cultura de información y formación en materia de responsabilidad social, la escasa participación de los organismos públicos en su promoción, y la retardada integración de agentes sociales a debate (Aragón & Rocha, 2009).

En 2002, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (MTAS) creó la *Comisión Técnica de Expertos sobre RSE*, con el fin de elaborar un informe sobre RSE que ayudase a favorecer la adopción de buenas prácticas en esta materia y a impulsar la creación de mecanismos de eficiencia y seguimiento. En 2005, la Subcomisión Parlamentaria de Responsabilidad Social elabora un estudio para plantear un conjunto de sugerencias al gobierno para potenciar la responsabilidad social en las empresas. Este mismo año el MTAS funda el *Foro de Expertos sobre RSE*, con el objetivo de servir de apoyo al diseño de políticas de impulso en este ámbito. Dos años después surge la *Mesa de Diálogo Social*, cuyo fin es concretar el papel de las empresas y sindicatos en esta materia y difundir e impulsar buenas prácticas y políticas de RSE en la administración. En el 2006 la Subcomisión Parlamentaria redactó el Libro Blanco de la RSE, con el fin de potenciarla y gestionarla. En él se describen una serie de afirmaciones y orientaciones fundadas en el estudio de diversos grupos de interés. En 2008 nace el *Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE)*, con la intención de analizar el desarrollo de la responsabilidad social, informar y fomentar las actuaciones llevadas a cabo sobre este asunto, además de intentar homogeneizar los informes de sostenibilidad y responsabilidad social (Ministerio de Empleo y Seguridad Social, 2015).

Existen numerosas normas en las leyes españolas que regulan aspectos de responsabilidad social en las empresas. La Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM, en línea) y el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2015) destacan las siguientes: la Ley 2/2011 de economía sostenible, la Normativa 19/1999 sobre la conciliación de la vida familiar y laboral, la 4/2000 referente a los derechos e integración de los extranjeros en España, la 33/2006 relativa a la igualdad de género, la 19/2013 relacionada con la transparencia y buen gobierno, la 11/2013 relacionada con el emprendedor, crecimiento y creación de empleo, la 1/2013 sobre los derechos humanos y la cohesión social y la 51/2003 referente a la igualdad de oportunidades, no discriminación e integración de las personas con discapacidad. A nivel autonómico también se han aprobado distintas iniciativas².

Las agrupaciones empresariales, las organizaciones de la sociedad civil, y las instituciones académicas han sido también agentes muy activos en esta disciplina.

²En el documento de la Comisión Europea (2013) se pueden ver algunas de ellas.

Dentro del primer grupo destacan, entre otras, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, la Asociación Española de Normalización y Certificación, el Club de Excelencia en Sostenibilidad, la Confederación Empresarial Española de Economía Social, Forética, etc. Como organizaciones de sociedad civil cabe recalcar entre otras el Foro de Inversión Socialmente Responsable, la Fundación Ecología y Desarrollo, la Fundación Ética de los Negocios y de las Organizaciones, la Fundación SERES, Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, el Observatorio de RSC, y el Observatorio de la Sostenibilidad en España. Las instituciones académicas más destacadas en esta materia son el IESE Business School, el Instituto de Innovación Social de ESADE, la Universidad de Alcalá de Henares, la Universidad Nacional de Educación a Distancia, y la Universidad de Barcelona (Comisión Europea, 2013).

1.4. CRISIS Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA RSE DE LA GRAN EMPRESA EN ESPAÑA

La crisis económica y financiera ha repercutido de forma directa en todos los ámbitos en las actividades de las compañías para adaptarse a las nuevas circunstancias. En estos tiempos se puede afirmar que la notoriedad, nitidez y conocimiento de la responsabilidad social se ha incrementado. Actualmente, España cuenta con cuatro pilares principales que contribuyen a la generación de un elevado nivel de desarrollo y madurez de la RSE. Por un lado, dispone de grandes entidades a la vanguardia en sostenibilidad. En segundo lugar, ha desarrollado, tanto a nivel nacional como internacional, distintas iniciativas de fomento en el sector público y privado (en el apartado 1.3.3 señalaron algunas de ellas). Cuenta además con infraestructuras punteras que dan soporte a la RSE. Y por último, tienes sectores expuestos a riesgos y oportunidades en materia de sostenibilidad (Forética & Marca España, 2014).

El tejido empresarial español está formado aproximadamente por un 0,1% de empresas grandes y el 99,9% restante son PYMES. El desarrollo de la responsabilidad social muestra asimetrías importantes en las dos entidades señaladas. El término se ha asociado siempre con las grandes empresas, pero dado que en España la contribución de las pequeñas y medianas es tan elevada, se hace necesario que incorporen en su funcionamiento más aspectos relacionados con la responsabilidad. Según los informes del Club de Excelencia y Sostenibilidad y MTAS (2009, 2013) referentes a la gran empresa española, se puede observar cómo le ha afectado la crisis en distintos ámbitos.

En lo que se refiere a la gestión ambiental, se han incrementado las empresas que disponen de un plan de movilidad sostenible, de minimización y gestión de residuos, y de lucha contra el cambio climático. También se ha elevado el número de entidades que han elaborado una estrategia de compensación o reducción de emisiones. Las organizaciones que disponen de acciones que desarrollan o promueven la eco eficiencia se han mantenido aproximadamente constantes. En relación al porcentaje de empresas que llevan a cabo estos aspectos señalados anteriormente es alto, excepto el relacionado con la movilidad sostenible. Por otra parte, el número de empresas con sistema de gestión ambiental registrado y certificado ha disminuido considerablemente de un 80% en 2009 a un 32% en 2013. El más empleado es la ISO 14001.

En cuanto al empleo de sistemas de gestión (como una estructura organizacional y/o política/as) y medición de la responsabilidad social, se puede contemplar que los porcentajes han disminuido, aunque siguen siendo superiores al 75%.

Las grandes corporaciones tienen un fuerte compromiso con la dimensión social. Se han mejorado los aspectos que tienen que ver con los derechos humanos, salud y seguridad laboral, conciliación, discapacidad, diversidad, no discriminación, integración e igualdad. Referente al aspecto de la discapacidad, en 2013 un 79% de las grandes empresas cumplen o superan el 2% estipulado por la ley, y un 23% lo superan. Las medidas de conciliación laboral más empleadas son por este orden: flexibilidad horaria y de espacio, permisos más allá de la ley, servicios como cuidado de familiares o guardería, préstamos especiales, apoyo extra salarial, material, profesional y personal. Por consiguiente, el desarrollo de acciones con carácter social ha disminuido situándose aun así en niveles muy elevados. Los proyectos sociales en las que más se implican son, por este orden, la financiación de proyectos de acción social propios y ajenos, el voluntariado corporativo, y las donaciones. También la formación específica a los trabajadores en responsabilidad corporativa ha decrecido de un 79% a un 54%. Relativo a la innovación en productos y servicios sostenibles, que satisfagan las necesidades de los clientes, ha disminuido, pero el porcentaje sigue siendo superior al 75%.

Y por último, en lo que tiene que ver con la gestión de los grupos de interés; en el ámbito de la comunicación de acciones de responsabilidad social a través de la intranet, formato papel, participación en foros y estudios se ha incrementado de un 66% en 2009 a un 78% en 2013. En cuanto a su relación con ellos, el número de empresas que tienen

identificados, segmentados y priorizados todos los stakeholders y han establecido un entorno de relaciones con ellos, ha pasado de un 59% a un 87%. Hay que resaltar que la edición de memorias de RSE y de códigos de conducta se ha incrementado un 10% y un 4% del 2009 al 2013, situándose en la actualidad en un 95% y un 87%, respectivamente. Además la calidad de las memorias supera la media mundial.

CAPITULO 2: SECTOR ASEGURADOR ESPAÑOL

2.1. BREVE HISTORIA DEL SECTOR ASEGURADOR

Se tiene constancia de la existencia de un sector asegurador en las sociedades modernas desde hace miles de años. Por ejemplo, pueden apreciarse ejemplos de actividad aseguradora en los reglamentos entre comerciantes babilónicos y chinos, expuestos a las adversidades del mar y las lluvias. Asimismo, el Código Hammurabi del año 1750 a.C narra la presencia de una especie de seguro que cubre el robo de artículos portados por mar. El seguro moderno actualmente conocido, tuvo su origen en la Edad Media en el siglo XIV. Sus cuatro grandes precedentes son la creación de las sociedades mercantiles en el siglo XII y las de capital en el XIII; la realización de estudios científicos en el siglo XVIII, para prever los siniestros y su coste para así establecer el precio de la prima; el crecimiento del número de reaseguradoras, para así poder transferir a éstas parte del riesgo que las aseguradoras no pueden cubrir con sus propios recursos, y por último, el desarrollo de leyes, cuyo fin fue controlar y reglar la labor aseguradora tanto por parte de los asegurados como de las empresas. La primera póliza que se firma, de la que se tiene constancia, fue en Génova en la Europa de 1347 en el mar Mediterráneo. Los primeros seguros marítimos tuvieron mucha importancia en España e Italia. Además, los seguros de vida comparten inicio con los marítimos, ya que aparte de asegurar el barco y el género, también se hacía con la tripulación. En España la primera póliza se firmó en Barcelona en 1377. En 1435 se aprueba la Ordenanza de Barcelona, primer reglamento occidental de mundo de los seguros (Manzano, 2012).

Actualmente, según Analistas Financieros Internacionales (AFI, 2013), se entiende por seguro:

“un mecanismo de protección frente a sucesos de carácter incierto, (...). [Consiste en] un acuerdo entre dos partes, denominadas tomador y entidad aseguradora, por el que se transfieren las consecuencias económicas a la segunda, que pudieran derivarse de la ocurrencia de un suceso, a cambio del pago de una prima. (p. 11)

En las últimas décadas la envergadura del seguro se ha acrecentado debido al incremento del censo; la renta nacional; la riqueza de los habitantes; y otros factores

propios de esta industria, como son el incremento de los niveles de aseguramiento; la continua innovación en las pólizas, creación o actualización de coberturas y/o pólizas, creación de nuevos canales de distribución del seguro, como por ejemplo venta través del teléfono, oficina bancaria e internet, distintos a los tradicionales que son la oficina directa y agentes exclusivos y vinculados. Por último, también se ha producido un gran progreso en la gestión de las entidades aseguradoras gracias a las TICs (Manzano, 2012; Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras [UNESPA], 2010).

2.2. EL FUNCIONAMIENTO DE LAS ASEGURADORAS EN EL MERCADO

Actualmente las aseguradoras obtienen beneficios gracias a la Ley de los Grandes Números. Es decir, al disponer de un gran número de asegurados, se pueden elaborar estudios para pronosticar distintas circunstancias y equilibrar las contingencias de los asegurados que han y que no han sufrido siniestro (AFI, 2013).

El precio o prima se establece en función de la asiduidad y del importe que suponga reparar el siniestro. Referente a su pago, puede llevarse a cabo de una vez o periódicamente, bien sea con posterioridad al siniestro (en estos casos se exige previamente el reembolso de unas cuotas de entrada) o anticipadamente. El pago puede ser constante o no, dependiendo de la forma jurídica que se adopte. Las prestaciones que las aseguradoras ofrecen a los usuarios si ocurre el siniestro pueden ser monetarias y/o consistir en la prestación de un servicio, el cual suele ser subcontratado a terceros. Por otra parte, la contratación de un seguro se puede hacer sin ningún intermediario, acudiendo directamente a la aseguradora, o a través una tercera entidad entre la aseguradora y el asegurado denominado mediador o distribuidor. Estos mediadores pueden ser agentes de seguros (si tienen un acuerdo con la entidad aseguradora para comercializar los seguros a cambio de una comisión), exclusivos (cuando obran para una sola compañía), o vinculados (cuando lo hacen para varias). Otro tipo de mediadores son los operarios de banca-seguros, agente de seguros que vende los seguros a través de una entidad bancaria. Éstos también pueden ser exclusivos o vinculados. Y por último, los corredores de seguros no tienen ningún nexo con las aseguradoras, y su función es asesorar ecuánime al individuo que quiera contratar un seguro. El canal más usado a la hora de contratar una póliza, es la mediación (AFI, 2013). Las aseguradoras pueden tener distinta configuración jurídica, pero todas ellas están sujetas a las mismas leyes de seguros. Pueden ser sociedades anónimas (si tiene

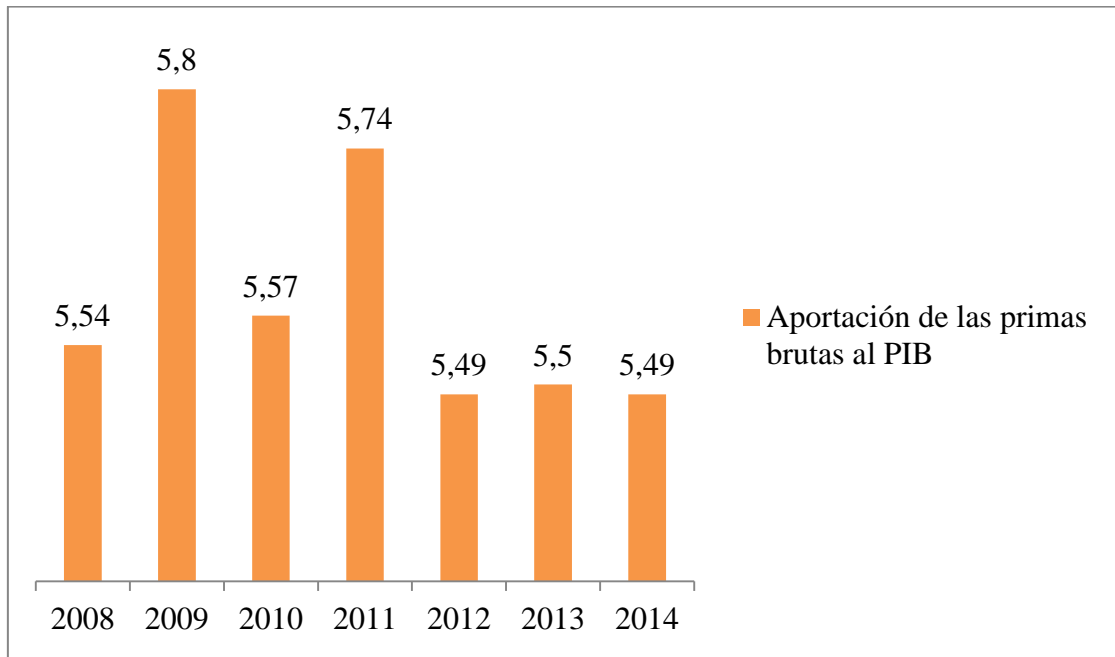
ánimo de lucro y sus dueños son los accionistas), mutuas (sino tienen fines de lucro y sus tomadores son los propietarios de la entidad), mutualidades de previsión social (si son sin ánimo de lucro y cuya función es complementar a la seguridad social), o cooperativas, aunque en España no existe ninguna entidad con este régimen. La normativa básica que rige los seguros españoles es la Ley de Ordenación del Seguro Privado. El sector asegurador está sujeto a muchos requerimientos en aspectos de solvencia, honorabilidad, y transparencia, muchas veces superiores a otras empresas de otros sectores. Desde el inicio de la crisis hasta el 2014 el margen de solvencia de las aseguradoras nacionales ha ido incrementándose (AFI, 2013).

2.3. LA CRISIS Y EL SECTOR ASEGURADOR ESPAÑOL (2008-2014)

En tiempos de trance el total de entidades aseguradoras ha disminuido, pasando de 294 a 252. La forma jurídica más empleada son las sociedades anónimas, seguidas de las mutualidades de previsión social, y mutuas (Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones [DGSF], 2009, 2014).

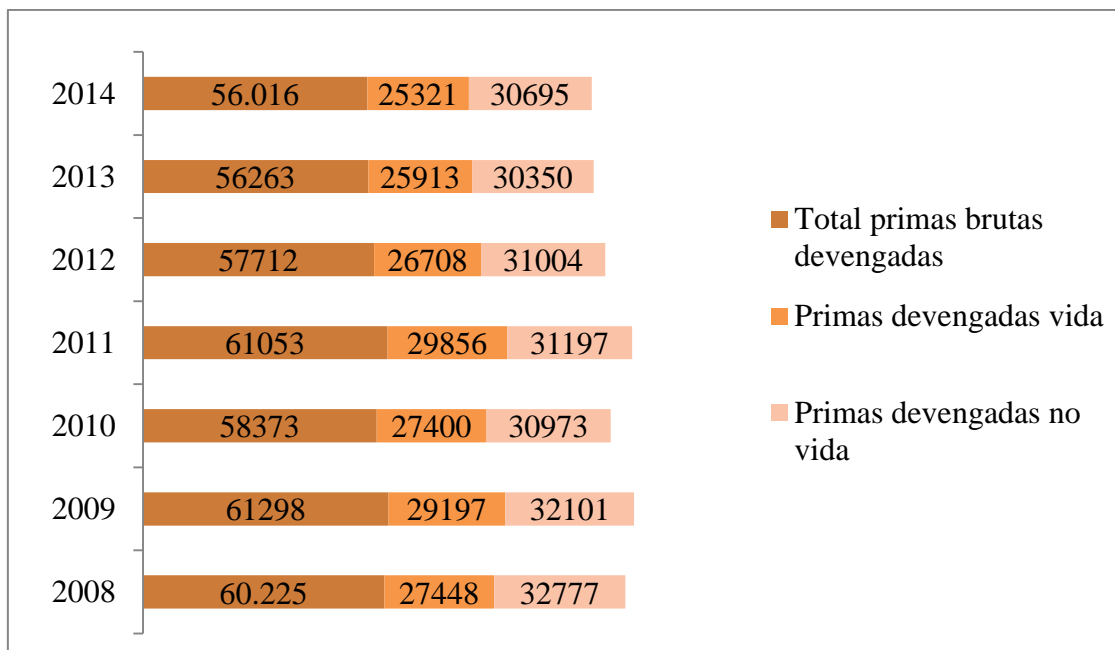
En los gráficos que se exponen a continuación, se puede apreciar cómo han ido variando distintas magnitudes relevantes desde el año 2008 al 2014. Al final del apartado 2.3., se comentarán todos los gráficos.

Gráfico 2.1. Evolución de la aportación de las primas brutas al PIB (en porcentaje)



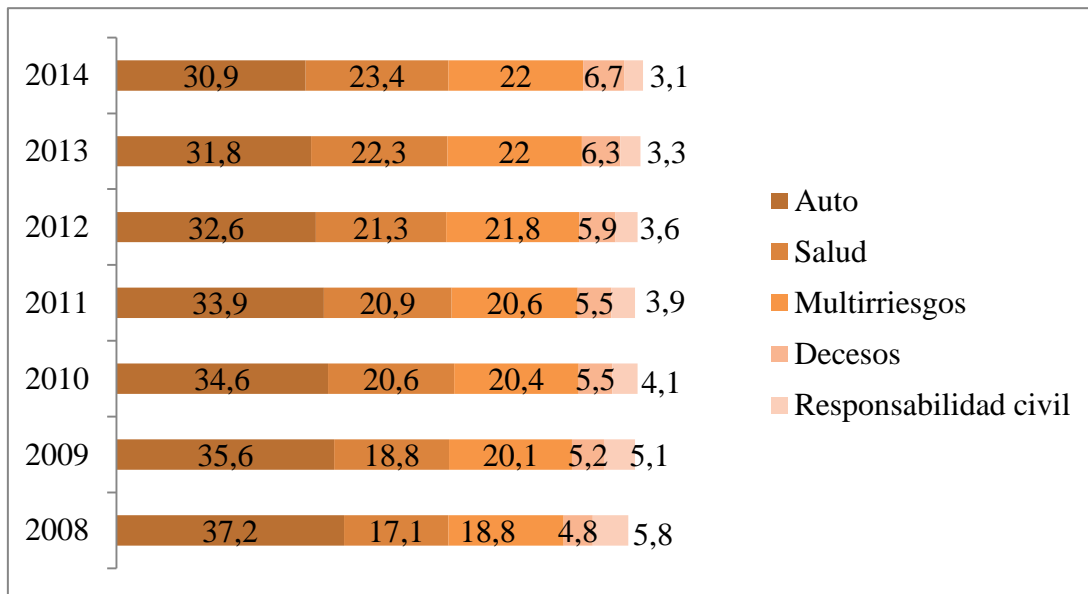
Fuente: Elaboración propia en base a DGFSF (2009, 2014).

Gráfico 2.2. Evolución de las primas brutas devengadas (en millones de euros)



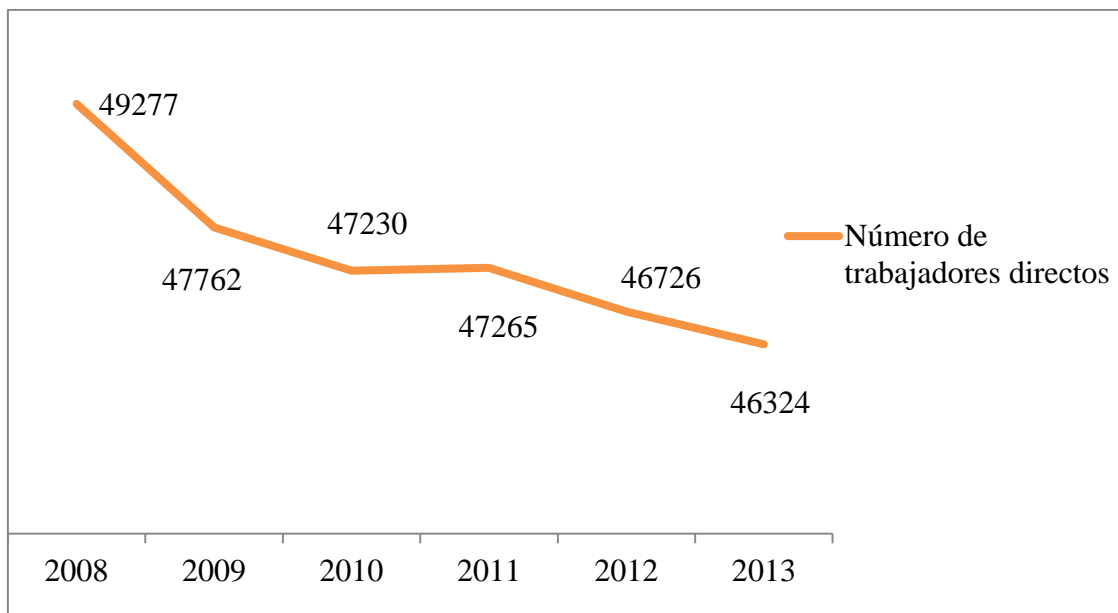
Fuente: Elaboración propia en base a DGFSF (2009 y 2014).

Gráfico 2.3. Evolución de las principales categorías de seguros (en porcentaje)



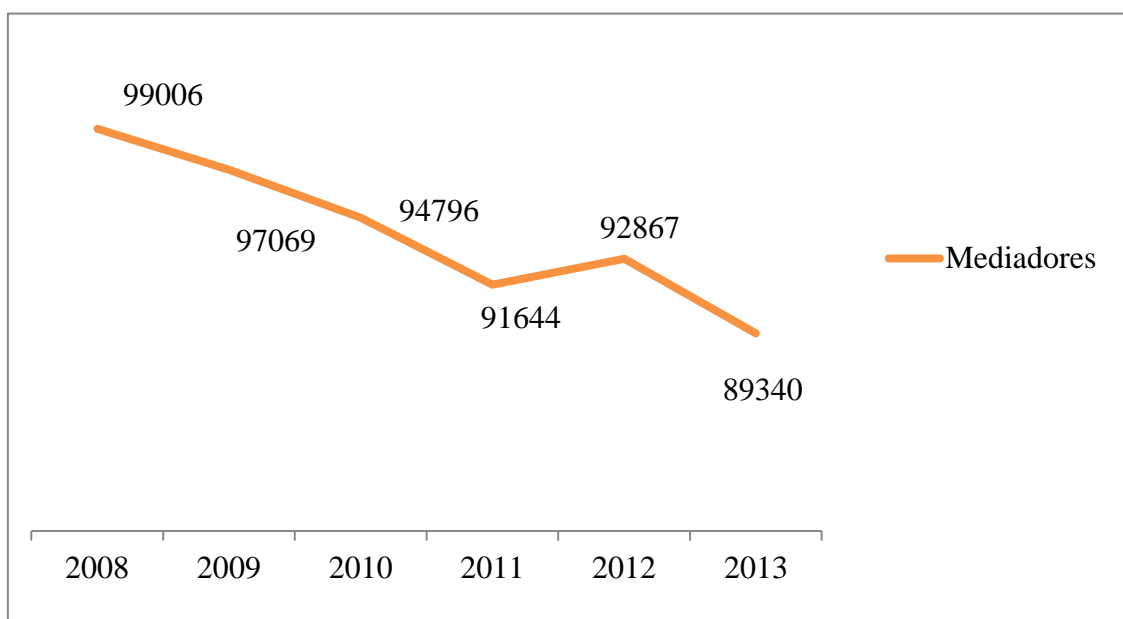
Fuente: DGSF (2009, 2014).

Gráfico 2.4. Evolución del empleo directo (en miles de personas)



Fuente: Elaboración propia en base a UNESPA (2013).

Gráfico 2.5. Evolución del número de mediadores (en miles)



Fuente: Elaboración propia en base a DGSA (2009 y 2014).

En el gráfico 2.1., se observa que la aportación al PIB en tiempos de recesión ha variado, pero se puede observar que se encuentra en torno a un 5,6%. El mejor año fue el 2009, con una contribución del 5,8%; y los peores, el 2012 y 2014, con un 5,49%.

En cuanto a la representación 2.2., las primas devengadas totales y la rama de vida, han sufrido variaciones, siendo sus mejores años el 2009 y 2011, y los peores el 2013 y 2014. Referente a la rama de no vida, ha ido disminuyendo progresivamente, sufriendo una pequeña alteración en el 2013 y 2014.

En el gráfico 2.3., se percibe que la clase de seguros más vendidos son los de automóvil y salud. A continuación le siguen multirriesgos, decesos, y por último, responsabilidad civil. La rama de automóvil y responsabilidad civil desde el inicio de la crisis ha perdido progresivamente cuota de mercado, a diferencia del ramo de salud, multirriesgos, y decesos, que se ha incrementado.

En la representación 2.4., se contempla una disminución del empleo. Esta bajada ha sido inferior al resto de la economía (del periodo 2014 no hay datos). El porcentaje de empleo estable en estos años es muy elevado, en torno al 97% y más en mujeres que en hombres. Además, es diez veces más estable en este sector que en el resto de la

economía y uno de los que ofrece mayor calidad a sus trabajadores.

Y por último, referente al gráfico 2.5., relativo al número de mediadores, se puede apreciar que han disminuido, sufriendo un pequeño incremento en 2012.

CAPÍTULO 3: RSE EN EL SECTOR ASEGURADOR ESPAÑOL EN TIEMPOS DE CRISIS

3.1. EVOLUCIÓN DE LA RSE EN EL SECTOR ASEGURADOR

En relación a la evolución a lo largo de toda la histórica de la RSE en el sector asegurador, se puede observar que ha ido penetrando en el negocio (si bien con mayor o menor intensidad dependiendo de la entidad). Es decir, ya no se ve como una moda pasajera. Se percibe un incremento de las prácticas de buen gobierno, de las acciones en esta materia, y una mayor conciencia e implicación por parte de las aseguradoras (Seguros TV, 2013a).

Es necesario señalar, que la mayor parte de los documentos electrónicos que son citados en el capítulo 3, son extraídos de entidades como el ICEA y la UNESPA que llevan a cabo, entre otras cosas, estudios sobre la RSE en el sector asegurador español. Además, la información extraída, se ha obtenido gracias a la participación de un grupo de empresas que suponen aproximadamente entre el 65 y 70% de la cuota de mercado.

Según el *II Estudio sobre el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en el sector asegurador*, se llegó al acuerdo de que la responsabilidad social en este sector es fuente de oportunidades, diferenciación, innovación en productos, servicios y procesos, mejora la reputación e imagen de la empresa, el diálogo y compromiso con los grupos de interés, etc. Actualmente, un 96% de las compañías del estudio, opinan que la RSE está integrada en la estrategia de la empresa y en todo el negocio. Realmente, en 2013 el 40% de las aseguradoras contaba con un área específica de RSE, el 32% disponía de programas por áreas, un 12% de una gestión exclusiva por áreas, un 88% de coordinación global, el 60% cuenta con estrategias a nivel global, y el 66,7% con alguna política de RSE (ICEA, 2014).

Según José Antonio Sánchez, director del ICEA, la industria aseguradora española es un modelo a seguir desde la perspectiva económica social y medioambiental, además de ser rentable en tiempos de crisis (Instituto Estudios Superiores Financieros y de Seguros [INESE], en línea).

3.2. REPERCUSIÓN DE LA RSE EN LA REPUTACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS ESPAÑOLAS

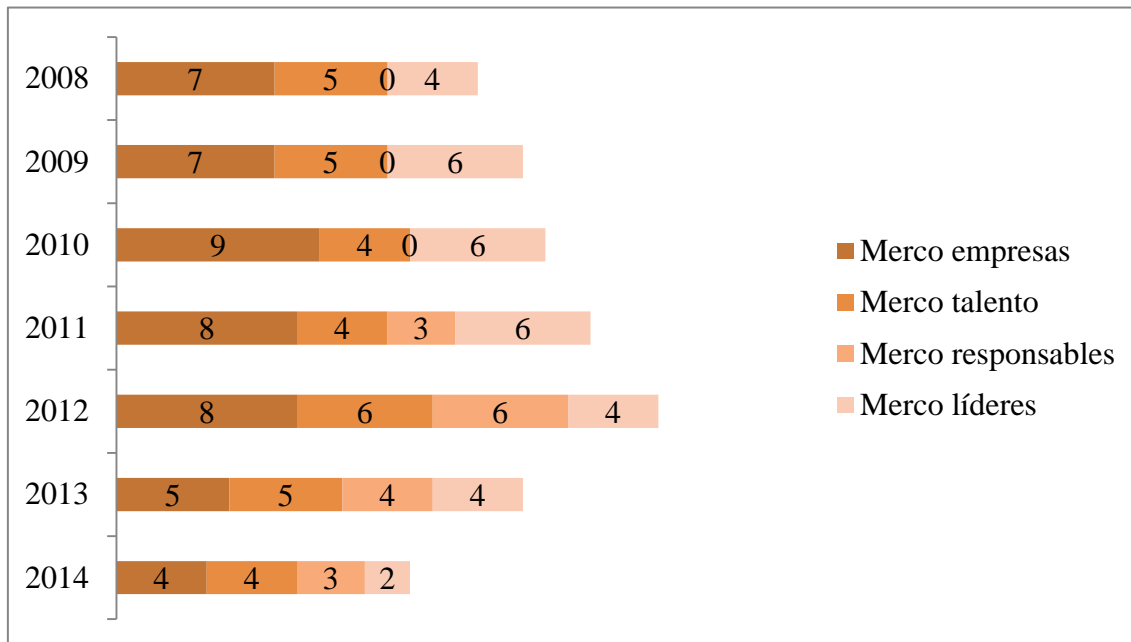
Actualmente se puede afirmar que si una empresa elabora una buena política de RSE, esto repercutirá en su reputación. Las diferentes instituciones cada vez demandan más información sobre las empresas para poder compararlas y tomar decisiones al respecto. Hoy en día, la medición de la reputación corporativa se ha convertido en un requisito que reclaman tanto los agentes activos como pasivos de las empresas. Tener una buena reputación supone una importante fuente de creación de valor, como por ejemplo captación y retención de talento, disminución de costes, notoriedad de la marca, y obtención de otra serie de ventajas competitivas. Existen multitud de divulgaciones que llevan a cabo rankings. En España, el estándar más empleado para medirla es El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO) (Vallejo, 2014).

El MERCO (en línea) fue creado en el año 2000, y analizada distintas dimensiones, cada una de ellas desagregada en diversas variables explicativas y analizadas por determinados grupos de expertos. Cada año elabora distintos rankings que miden la reputación en ámbitos distintos. Las empresas aseguradoras españolas están presentes en cuatro.

- Merco Empresas. Analiza las compañías con más éxito. Examina cinco dimensiones: responsabilidad corporativa, ética y reputación interna, resultados económico-financieros, comunicación digital, calidad de la oferta comercial, y dirección y gestión.
- Merco Talento. Analiza las mejores empresas para trabajar, estudiando las dimensiones de clima laboral, reputación interna, y marca empleador.
- Merco Responsables. Obtiene las entidades más responsables a través del análisis de las siguientes dimensiones: responsabilidad con los empleados, transparencia y buen gobierno, comportamiento ético, y contribución a la comunidad. Este ranking se comenzó a elaborar en 2011.
- Merco Líderes. Se obtienen los mejores ejecutivos de compañías españolas. Para ello, se examina la proyección internacional, la visión estratégica, comercial y cumplimiento de objetivos, la capacidad para comunicar, crear grupos de trabajo, impulsar comportamientos de RSE, innovar e investigar.

En el Gráfico 3.1 se puede observar el número de empresas o de directivos del sector asegurador que se encuentran dentro de él.

Gráfico 3.1. Evolución del ranking MERCO (2008-2014)



Fuente: Elaboración propia en base a MERCO (en línea).

3.3. ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS EN MATERIA DE RSE

3.3.1. Principales acciones desarrolladas

Hasta el 2013 los ámbitos de actuación de las compañías aseguradoras en la disciplina de la RSE han sido diversos. En el Cuadro 3.1. se pueden observar las principales actividades llevadas a cabo por parte del sector asegurador español, describiéndose a continuación cada una de ellas.

Cuadro 3.1. Principales acciones desarrolladas en materia de RSE

- Contribución y compromiso con la sociedad
- Gestión de talento-formación / Igualdad de oportunidades
- Conciliación de la vida laboral, familiar / salud y seguridad laboral
- Diálogo, compromiso y satisfacción de los stakeholders
- Conservación, ecoeficiencia y mejora del medioambiente
- Innovación en nuevos productos, servicios y procesos sustentables y de calidad

Fuente: Elaboración propia en base a ICEA (2014).

En lo referente a la contribución y compromiso con la sociedad, algunas aseguradoras de gran tamaño cuentan con fundaciones propias a través de las que gestionan la mayor parte de los aspectos sociales. Las principales líneas de actuación se enmarcan en el área de la salud realizando diversas charlas, convenios con instituciones de esta rama, distintos programas de concienciación sobre estilos de vida saludables y estudios en distintas franjas de edad extrapolando recomendaciones. En lo que se refiere a la cultura, algunas llegan a acuerdos con museos, conciertos, exposiciones y otras iniciativas de naturaleza cultural. Otra línea en la que está involucrada esta industria es la seguridad vial, con la elaboración de multitud de investigaciones, campañas, consejos y cooperaciones con organismos de esta índole. Por último, predomina también la realización de acciones sociales, como por ejemplo ayudas a proyectos sociales, ejecución de programas de acción social propios, patrocinios, y la actuación del voluntariado de la empresa. La educación a la humanidad en aspectos relacionados con la salud, seguridad vial, medioambiente, injusticias sociales, filantropía, etc., es el principal objetivo para lograr un desarrollo sostenible. El 94,4% de las aseguradoras afirman que llevan a cabo algún tipo de políticas o actuaciones que repercuten en la sociedad (ICEA, 2013).

En relación a la formación, más allá de lo estipulado por la ley y dependiendo de la empresa, muchas contratan a becarios para formarles en idiomas, cultura, y desarrollo de habilidades. En lo que tiene que ver con la atracción y retención de talento, se desarrollan numerosas acciones, como por ejemplo formación a sus empleados más allá de la legislación, conciliación, beneficios sociales, etc. En aspectos de igualdad de

oportunidades, cada aseguradora lleva a cabo sus propios programas, políticas y acciones, y cabe destacar que la tasa de ocupación femenina es desde hace 25 años superior a la del resto de sectores. Aunque en los altos puestos sigan predominando los hombres, poco a poco se va incrementando el número de mujeres en ellos. Por otra parte, la Ley de Integración Social de Personas con Discapacidad (LISMI) obliga a que entidades con un cierto tamaño tengan por lo menos un 2% de trabajadores con discapacidad. Puede efectuarse mediante la contratación directa, la contratación de proveedores que den empleo a este tipo de individuos, o mediante el donativo a este tipo de compañías o iniciativas. Las aseguradoras nacionales realizan un gran trabajo para conseguirlo. Como datos, en el año 2008, un 19% cumplían este requisito y en 2013 fue de un 79,90%. En este último año el objetivo fue superado, ya que las aseguradoras que si cumplían la ley LISMI daban empleo a un 2,50% de discapacitados. Este se desglosa en un 1,17% de contratación, un 1,1% de proveedores con personal de esta índole, y un 0,3% de aportación a donaciones (UNESPA, 2008, 2013).

En cuanto a la conciliación de la vida laboral y familiar, cada entidad establece su propia política. Además esta industria fue una de las primeras en establecer políticas de conciliación; en el año 2008, un 38% de las aseguradoras llevaban a cabo algún plan de conciliación, ascendiendo en 2010 a un 50,7%. Y en lo que tiene que ver con la seguridad laboral, dependiendo la empresa, se suelen realizar diferentes acciones formativas de prevención (UNESPA, 2008, 2010).

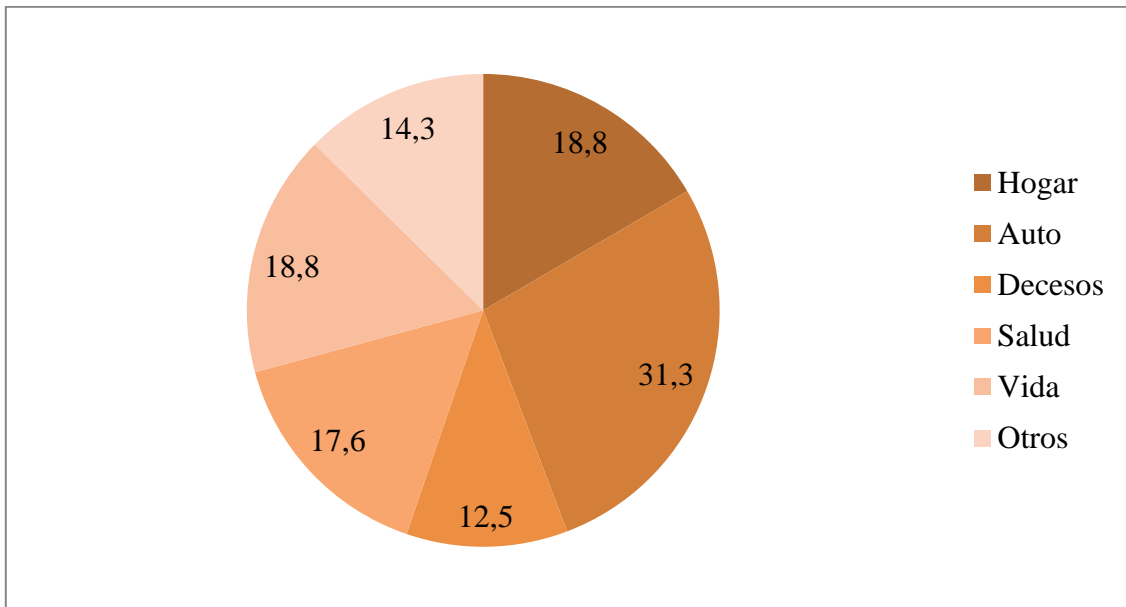
Cada empresa dispone de sus propios canales, para que la relación y el diálogo con los grupos de interés sean más cercanos y satisfactorios. La compañía debe intentar lograr un equilibrio entre los intereses de todos los stakeholders. Para conseguirlo, hay que escuchar y entender las necesidades opiniones y perspectivas de todos ellos. En general, el grado de satisfacción de los grupos de interés es alto (Vallejo, 2014). En cuanto al número de quejas y reclamaciones de los clientes sobre las pólizas, se puede observar un incremento año tras año, pasando de 6.578 en 2008 a 12.021 en 2014 (DGSF, 2009, 2014).

El documento elaborado por el ICEA (2013), *Papel del seguro en el desarrollo sostenible*, informa que una gran parte de las compañías afirman realizar en un medio-largo plazo alguna acción enfocada a contribuir al medioambiente. Éstas se promueven tanto dentro como fuera de la entidad. En el interior las más comunes son: escoger

proveedores cercanos a la empresa, invertir en edificios más eficientes energéticamente, estabilización de temperatura, ahorro de agua, reciclaje, empleo de videoconferencia, disminución de impresiones, materiales respetuosos con el medio, elaboración de planes de sensibilización internos, por ejemplo el fomento del transporte público, y promoción de empleo de un solo coche para trabajadores de la misma población. A mayores, la elaboración de investigaciones y publicaciones sobre esta disciplina es diversa. Además, más de la mitad de los encuestados demandan filosofía de desarrollo sostenible a sus suministradores, y dependiendo de la compañía, pueden exigir ciertos certificados medioambientales y/o cumplir con la política de responsabilidad social de la empresa.

Por otra parte, la innovación en productos y servicios sostenibles desde el punto de vista económico, social y medioambiental no es muy elevada. Estos seguros deben asegurar los riesgos que pueden conllevar los distintos modelos de negocio sostenibles que están surgiendo en la actualidad, como por ejemplo, los relacionados con las energías renovables, con los hábitos de vida saludables, los dirigidos al eslabón de la sociedad en riesgo de exclusión, los respetuosos con el medioambiente, etc (ICEA, 2013). En el Gráfico 3.2. se pueden observar los productos sostenibles por ramo de seguros.

Gráfico 3.2. Productos sostenibles por categorías (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia en base a ICEA (2013).

En el anterior gráfico se contempla que el segmento que más servicios sostenibles ofrece es la rama de los automóviles, seguido de vida y hogar. A continuación, y en base al documento citado en el Gráfico 3.2., se encuentran resumidos los servicios y productos más sostenibles disponibles en el mercado:

- Seguros automovilísticos. Esta es la rama dentro de los productos sostenibles que más desarrollada está actualmente, contando con diversas ofertas y coberturas. Algunas compañías disponen de seguros sostenibles para vehículos eléctricos e híbridos, servicios de atención telefónica para este tipo de coches, prestación de asistencia en viajes a través de mensaje de texto para aquellas personas con discapacidad auditiva, pago proporcional al uso del automóvil, intento de reparar en vez de cambiar para dañar lo menos posible al medioambiente, compensación de la emisión de CO2 mediante acciones que favorecen al medioambiente (por ejemplo, la plantación de árboles), y descuentos para las pólizas de aquellos conductores que emitan niveles bajos de contaminación, que empleen el transporte público para acudir al trabajo y que no recorran más de un determinado número de kilómetros al año.
- Seguros de vida. Para individuos con bajo poder adquisitivo se encuentran los micro seguros, muy poco comercializados en España. La póliza cubre la indemnización por posibles enfermedades al nacimiento o posible muerte u hospitalización. Como novedad, destaca la existencia de algunas aseguradoras con seguros unitlinked³, que sólo permiten invertir a sus asegurados en empresas con políticas medioambientales.
- Seguros de hogar. Ofrecen cobertura a paneles solares, calefacción de agua solar, enseres elaborados con materiales respetuosos con el medioambiente, etc.
- Seguros de decesos. Predominan los vehículos funerarios híbridos, hornos crematorios que disminuyen la contaminación, urnas biodegradables y lápidas elaboradas con madera ecológica.
- Seguros de salud. Está el micro seguro, poco comercializado en nuestro país, para individuos con bajo poder adquisitivo. Además existen pólizas de medicina provisoria y seguros para personas con un mayor riesgo, como por ejemplo los diabéticos.

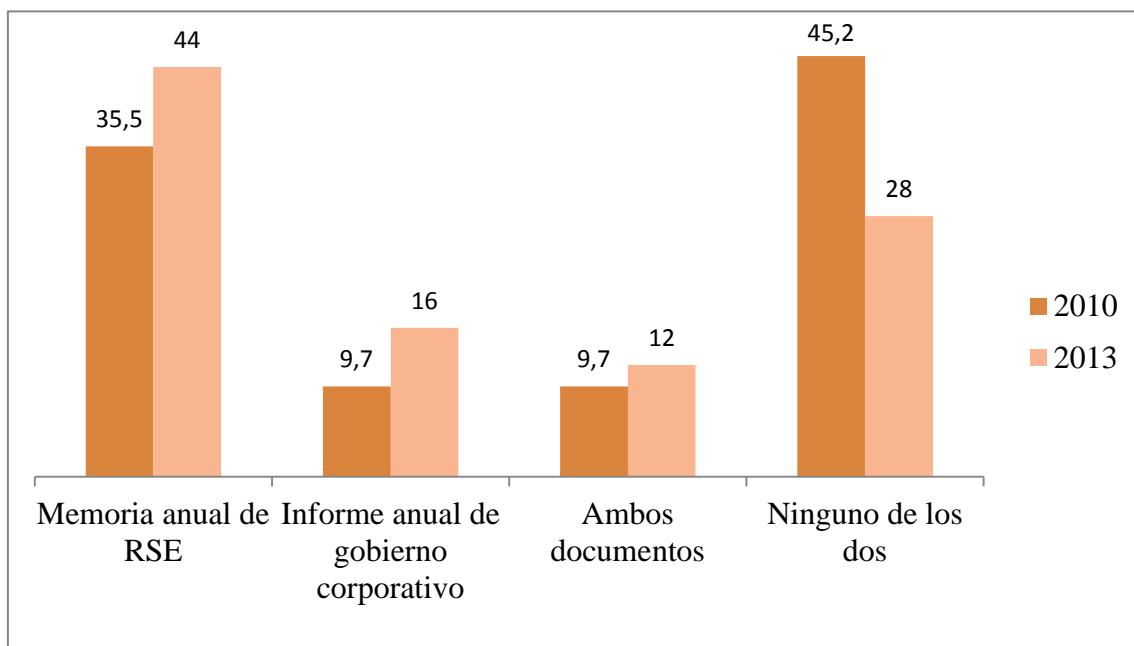
³*“Se trata de seguros de vida en los que los fondos en que materializa las provisiones técnicas se invierten en nombre y por cuenta del asegurador en participaciones de Instituciones de Inversión Colectiva y otros activos financieros elegidos por el tomador del seguro” Mapfre (en línea).*

- Otros seguros. Se pueden incluir productos que cubren el perjuicio ocasionado al medioambiente y a los recursos naturales, como por ejemplo a la atmósfera, explotaciones agrestes, medios protegidos o especies silvestres. Algunas empresas calculan la huella que supone para el medio ambiente la contratación de un seguro, para así concienciar a la sociedad de este aspecto. También unas pocas disponen de seguros multirriesgos para las distintas fases del proyecto de empresas de energías verdes.

3.3.2. Elaboración de documentos de buen gobierno, códigos éticos y de conducta

Se puede observar que los códigos éticos y de conducta han aumentado a un 84% en 2013, frente al 74,2% en el 2010. Por otra parte, en la representación 3.3. se aprecia que los documentos de buen gobierno se han incrementado en los últimos años (ICEA, 2014).

Gráfico 3.3. Evolución de las publicaciones de documentos de buen gobierno (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia en base a ICEA (2014).

Contemplando el Gráfico 3.3., se percibe que en el año 2010, el 55% del editaba documentos de buen gobierno, en 2013, es porcentaje ascendió a un 72%. Más concretamente, desde el año 2010 al 2013 se ha producido un incremento de número de aseguradoras que elaboran tanto memorias anuales de RSE como informes anuales de

gobierno corporativo. Además las compañías que no elaboran ninguno de los dos se han reducido en casi más de la mitad.

3.3.3. Adhesión voluntaria a organizaciones que promueven la RSE

Tanto a nivel internacional como nacional, existen diversas organizaciones que promueven la RSE, a través del desarrollo de distintas iniciativas. A continuación, se mencionan algunas a las que se han adherido aseguradoras que operan en territorio nacional.

3.3.3.1. A nivel internacional

En primer lugar destaca la adhesión al *Pacto Mundial* de la ONU y al documento de elaboración de memorias sostenibles elaborado por el GRI. Ambas iniciativas ya fueron explicadas en el capítulo 1.

Ora institución relevante es la integrada por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el sector financiero (UNEP FI). Es una asociación compuesta por diversas instituciones financieras y asociadas, cuyo objetivo es identificar, fomentar y apoyar las buenas prácticas en aspectos medioambientales y de sostenibilidad en el sector financiero. Este organismo ha elaborado una serie de principios que se pueden resumir en tres aspectos principales: 1) contribuir al desarrollo sostenible por medio de la interacción de un sector financiero activo y fuerte con otros de la economía; 2) llevar a cabo una buena gestión ambiental a través de la elaboración de investigaciones, controles internos, establecimiento de objetivos, cumplimiento de las leyes, buenas prácticas y productos respetuosos con el medio ambiente; y 3) la sensibilización pública a través del diálogo con los grupos de interés, la realización de publicaciones, intercambio de conocimientos y experiencias (Mapfre, en línea).

Algunas de las aseguradoras, también se encuentran adheridas a los *Principios de inversión responsable*, iniciativa de 12 organismos ejecutada por la ONU; en particular por el Pacto Mundial y UNEP FI. Surgió en 2006 ante el auge de los problemas ambientales, sociales y de gobernanza en las empresas (UNEP FI, 2007).

Cuadro 3.2. Principios de inversión responsable

- Principio 1: Incorporaremos las cuestiones ASG al análisis de inversión y los procesos de toma de decisiones.
- Principio 2: Vamos a ser propietarios activos e incorporar las cuestiones ASG en nuestras políticas y prácticas de propiedad.
- Principio 3: Buscaremos la divulgación adecuada sobre cuestiones ASG por las entidades en las que invertimos.
- Principio 4: Promoveremos la aceptación y aplicación de los Principios dentro de la industria de la inversión.
- Principio 5: Vamos a trabajar juntos para mejorar nuestra eficacia en la aplicación de los principios.
- Principio 6: Informaremos sobre nuestras actividades y progresos en la aplicación de los principios.

Fuente: Elaboración propia en base a UNEP FI (2007).

Según Valencia, director del gobierno de la aseguradora Línea Directa, la inversión socialmente responsable en tiempos de crisis ha disminuido. Pero afirma que se pueden llevar a cabo acciones con poco dinero y de gran impacto, como por ejemplo, las relacionadas con los empleados: conciliación de la vida laboral y familiar, integración, teletrabajo en algunos casos, etc. Un aspecto positivo que concluye Valencia es que la crisis ha incrementado la imaginación y creatividad en todo lo que tiene que ver con la responsabilidad social en el mundo empresarial (Seguros TV, 2013b).

Otra iniciativa promovida por la ONU fueron los *Objetivos del milenio*, establecidos en el año 2000 por los miembros de las Naciones Unidas y con plazo de cumplimiento hasta el año 2015 (ONU, en línea).

Figura 3.1. Objetivos del milenio



Fuente: ONU (en línea).

En cuanto a los *Principios de aseguramiento sostenible*, o también denominados *Principios para la sostenibilidad en los seguros*, fueron impulsados por la UNEP FI, y expuestos en la Cumbre de Río+20 en el 2012. Dichos principios se consideran una base sólida para conseguir que las aseguradoras sitúen a la sostenibilidad en el centro de su gestión (UNEP FI, 2012).

Cuadro 3.3. Principios de aseguramiento sostenible

- Principio 1: Integraremos en nuestro proceso de toma de decisiones las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza pertinentes a nuestra actividad de seguros.
- Principio 2: Colaboraremos con nuestros clientes y socios comerciales para concienciar sobre las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza, gestionar el riesgo y desarrollar soluciones.
- Principio 3: Colaboraremos con los gobiernos, los reguladores y otros grupos de interés fundamentales, con el fin de promover una acción amplia en toda la sociedad sobre los temas ambientales, sociales y de gobernanza.
- Principio 4: Rendiremos cuentas y mostraremos transparencia, divulgando de manera pública y periódica nuestros avances en la aplicación de los Principios.

Fuente: Elaboración propia en base a UNEP FI (2012).

Cabe concluir este apartado, señalando que el 38,7% de las aseguradoras en 2010 estaban adheridas a alguna iniciativa internacional, en 2013 este porcentaje ascendió a un 52% (ICEA, 2014).

3.3.3.2. A nivel nacional

La UNESPA (en línea) fue fundada en 1977. Representa a 233 empresas aseguradoras y reaseguradoras que suman el 96,36% del sector en volumen de negocio. Sus principales cometidos son representar los intereses de las aseguradoras y reaseguradoras adheridas, cooperar con instituciones y administraciones de diversa índole en materia de seguros, y publicar información y noticias sobre la actualidad del sector asegurador. En asunto de RSE, ha elaborado algún informe sobre la situación de la RSE en este sector, e impulsó la elaboración del Libro Blanco sobre responsabilidad social en España. Pero por lo que destaca principalmente, es por la redacción de las *Guías de buenas prácticas y autorregulación*, cuyo fin es mejorar la transparencia del sector y mejorar su compromiso con los clientes. Actualmente, existen diez documentos que tratan sobre: información y operaciones disponibles a través de internet y su contratación, transparencia en la comercialización de seguros, discapacidad, principios y reglas de buen gobierno corporativo y transparencia, principios y bases del sistema de control interno y por último información previa a la contratación de seguros de vida (modalidad unit-linked), de salud, multirriesgo, automóvil y protección de pagos por desempleo o incapacidad temporal.

Otra institución de suma importancia en este sector es el ICEA (en línea). Fue la primera asociación de compañías aseguradoras sin ánimo de lucro fundada en España en 1963. Actualmente se encuentran adheridas 230 aseguradoras, que suponen algo más del 95% de nivel de primas del sector. Las cuatro ramas de actuación son la elaboración de información sobre el sector, la oferta de servicios de asesoramiento y consultoría, la oferta de formación a profesionales relacionados con los seguros, y por último, la investigación. En relación a la RSE, la primera línea de investigación se llevó a cabo en 2008, y su objetivo fue el debate e intercambio de ideas sobre el tema y la promoción de la responsabilidad social. En el año 2010 se elaboró el primer dossier, *La RSC generadora de valor*, y en 2012 se difundió el segundo denominado *Indicadores de RSC en el sector asegurador*. Éste último, es un complemento a los actuales modelos de documentos existentes para las memorias de RSE y otros estándares. A continuación, en

el Cuadro 3.4., se muestran detalladamente cuales son los indicadores, estructurados en base a los distintos grupos de interés del sector. A continuación de cada indicador, se encuentra su abreviación correspondiente, empleadas en el estudio del caso práctico.

Cuadro 3.4. Indicadores de RSE en el sector asegurador

Grupo de interés	Indicador
Clientes / Mutualistas	Retención de clientes (C1) Existencia de encuestas de satisfacción (C2) Número y características de nuevos productos o mejoras en los existentes respecto a la oferta aseguradora del año pasado (C3) Quejas y reclamaciones sobre pólizas (C4) Índice de satisfacción (C5) Notoriedad de la marca (C6)
Distribuidores / Mediadores	Identificación de la distribución (M1) Descripción de la política de distribución (M2) Existencia y descripción de los canales de relación (M3) Existencia de encuestas de satisfacción (M4) Formación a mediadores (M5) Peso de la distribución (M6) Índice de satisfacción (M7)
Proveedores	Normativa de RSC (P1) Canales de relación con los proveedores (P2) Existencia de encuestas de satisfacción (P3) Formación a proveedores (P4) Índice de satisfacción (P5)
Trabajadores	Temporalidad (T1) Promoción interna (T2) Formación adicional a la establecida por la ley (T3) Identificación y descripción de los canales de relación (T4) Existencia y descripción de políticas de conciliación (T5)
Accionistas / Mutualistas	Existencia y descripción de los canales de relación (A1) Existencia de un modelo de gestión de riesgos no financieros (A2)
Medioambiente	Existencia de una política medioambiental implantada (M1)
Sociedad	Voluntariado corporativo (S1)
Autorregulación	Adhesión a las diferentes guías establecidas por la UNESPA (U1)

Fuente: Elaboración propia en base a Mapfre (en línea).

PARTE III

ESTUDIO DE CASO: GRUPO DKV SEGUROS



CAPÍTULO 4. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA EN EL ESTUDIO DE CASO

4.1. GRUPO DKV SEGUROS EN ESPAÑA

Grupo DKV Seguros es una agrupación de empresas de seguros especializada principalmente en el ramo de la salud. Su sede central se encuentra en Zaragoza y tiene presencia en toda España con una amplia red de consultorios y oficinas. Forma parte del Grupo DKV, y éste a su vez de la multinacional Alemana Múnich Health, especializada en salud. Grupo DKV Seguros está compuesto por las marcas: ERGO, centrada en los seguros de decesos, vida y hogar; Unión Médica la Fuencisla, que trabaja con seguros médicos; y, por último, DKV Seguros, especializada en seguros de salud, aunque también comercializa seguros de renta y accidentes (Grupo DKV, 2014).

En los gráficos que se muestran a continuación se puede observar cómo han ido evolucionando algunas variables relacionadas con el rendimiento de la empresa durante el periodo 2008-2014, particularmente los referidos al volumen total de primas netas adquiridas por ramo que comercializa, número de empleados, de mediadores y personal en oficinas de venta directa.

Tabla 4.1. Evolución del volumen de primas netas por ramos y total (en millones de euros)

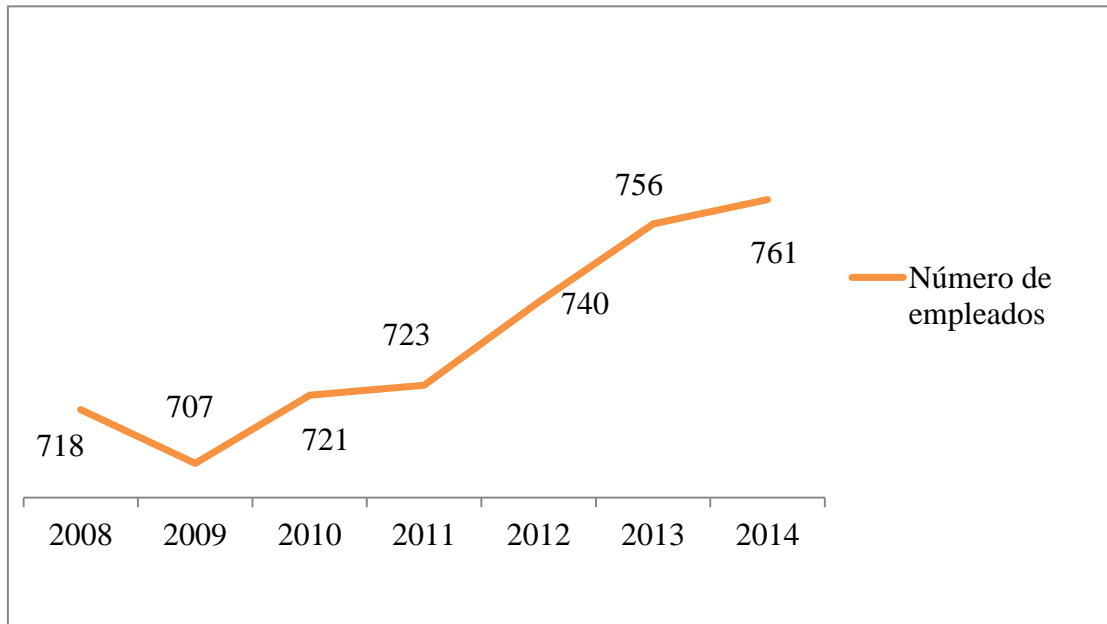
	Vida	Hogar	Renta	Decesos	Accidente	Salud	Total
2008	21	31,8	70	41,8	9,4	294	468
2009	20,1	31,7	63,9	46,6	7,4	308,8	478,5
2010	21,2	29,7	59	49	6,6	364,3	529,8
2011	21,4	28,6	55	44,4	8,3	386,1	543,8
2012	20,3	23	41,3	46,9	7,5	410,6	549,6
2013	13,9	21,7	30	47,6	6,7	528	647,9
2014	12,9	18,6	28,2	47,8	5,9	572,2	685,6

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2008, 2011, 2014).

En la anterior tabla se aprecia que el volumen total de primas devengadas se ha incrementado, a excepción del año 2012. En cuanto a los distintos ramos que

comercializa la entidad, con el que más primas se obtienen es el de la salud; además, en época de crisis es el que más ha crecido. Por otra parte, hogar, renta y vida han experimentado una disminución en sus ventas. Adicionalmente, los seguros de accidente y decesos no muestran una tendencia clara, siendo el volumen de ventas más alto en 2008 y 2010, y su volumen más bajo en 2014 y 2008, respectivamente.

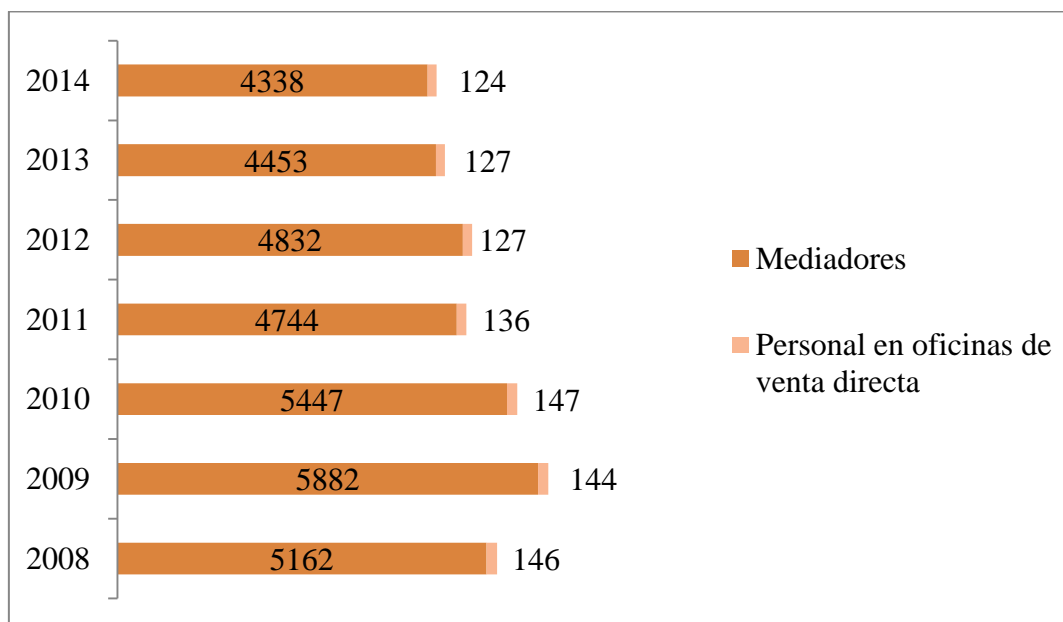
Gráfico 4.1. Evolución del número de empleados



Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2008, 2011, 2014).

En tiempos de recesión, salvo en el año 2009, el número de trabajadores se ha incrementado.

Gráfico 4.2. Evolución del número de mediadores y de personal en oficinas de venta directa



Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2008, 2011, 2014)

Como se puede contemplar en el Gráfico 4.2., la comercialización de seguros se lleva a cabo a través de mediadores y de forma directa vía internet y personal en oficinas de la compañía. DKV divide a los intermediarios en dos grupos. Por un lado, la Red Externa está integrada por agentes exclusivos de otras aseguradoras con autorización para trabajar con DKV algún ramo, agentes vinculados, corredurías y corredores. Por otro lado, la Red Exclusiva está formada únicamente por agentes que trabajan sólo para la entidad, agrupados la mayoría en equipos de venta tutelados por jefes y gestores de área. A grandes rasgos, se aprecia que el número de mediadores ha disminuido desde el inicio de la crisis, pero ha sido esta vía la más importante a través de la cual se ha obtenido mayor volumen de primas. Además, cabe mencionar que uno de los objetivos del grupo fue disminuir el número de mediadores e incrementar la productividad. Referente a la comercialización directa a través de oficinas, es el segundo medio más usado por sus clientes, aunque desde el año 2010 el número de clientes ha disminuido. Por último, la página web oficial es el modo menos usado para contratar pólizas.

4.2. GRUPO DKV SEGUROS EN ESPAÑA Y LA RSE

Desde el nacimiento del Grupo, éste se ha caracterizado por incluir la responsabilidad social entre las prioridades de la entidad. En su web DKV Seguros (en línea) afirma:

Leticia Mayo Ferrero

- Su afán por ofrecer a sus clientes productos y servicios excelentes.
- Su compromiso y apuesta por un crecimiento sostenible y responsable, mediante la incorporación de criterios ambientales, sociales y éticos en la actividad.
- Y el mantenimiento de una buena comunicación con sus stakeholders, para estar pendiente de sus necesidades y llevar a cabo un comportamiento ético y transparente en sus acciones con todos ellos.

A continuación, en la Figura 4.1., se observa el programa que la empresa tiene establecido en materia de RSE. Parte del concepto de salud definido por la Organización Mundial de la Salud como la situación íntegra de bienestar social, físico y mental.

Figura 4.1. Programa de empresa responsable



Fuente: Grupo DKV (2014).

El Grupo cuenta con un subdirector General de Comunicación y Responsabilidad Empresarial. También dispone de un *Estatuto de compromisos éticos* en el que se establece el comportamiento de DKV con todos sus stakeholders y viceversa, un *Código de conducta para los empleados* que determina su nivel de excelencia ética y un

Sistema de gestión de la ética, dónde se plasma la forma en que las dudas o reclamaciones sobre el estatuto o código son remediadas por la entidad, además de los elementos utilizados para ello. En 2001 comenzó a comunicar su compromiso con la responsabilidad social a través de la elaboración de memorias de RSE. Para su redacción se basa en las pautas que determina el GRI y en el estándar AA1000APS. Desde 2007 lleva obtenido un A+, que es la máxima calificación que puede dar el GRI. En estos informes desde el año 2012, lleva incorporando el suplemento sectorial de los indicadores para el sector asegurador sobre RSE elaborado por el ICEA. Además, somete sus memorias a verificación a través de KPMG Asesores y Auditores, empresa independiente. También, se encuentra adherida al *Pacto mundial* de la ONU. Como bien se ha comentado al principio del apartado 4.2., la responsabilidad social es para esta empresa es un pilar fundamental. Prueba de ello es el número de premios obtenidos, actos a los que ha acudido, apariciones en los medios de comunicación y en rankings de reputación; todo ello relacionado con esta materia (DKV Seguros, en línea). En la Tabla 4.2. se puede observar cómo han evolucionado los datos.

Tabla 4.2. Evolución de la notoriedad de la marca

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Número de noticias de RSE en los medios	261	212	116	96	271	743	554
Número de actos sobre RSE a los que ha acudido el grupo	16	13	20	25	23	18	34
Número de premios y reconocimientos obtenidos	9	10	10	3	5	3	4
Posición en MERCOSUR empresas	32	32	32	40	50	51	40
Posición en MERCOSUR responsabilidad	-	-	-	31	25	65	17
Posición en MERCOSUR talento	73	63	64	63	53	57	55
Posición en MERCOSUR sectorial	2	2	2	3	3	4	3

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2010, 2013, 2014).

Analizando la tabla anterior se observa que el número de apariciones en los medios de comunicación en los cuatro primeros años de crisis ha disminuido, a diferencia de los

tres últimos, en que se han incrementado. El número de charlas, actos y simposios a los que ha acudido la empresa como participante u oyente muestra una tendencia clara. Los mejores han sido 2014 y 2011 y a los que menos actos han acudido han sido en 2009 y 2008. Relativo a los premios y reconocimientos obtenidos, se aprecia que los tres primeros años se obtuvieron más que en los cuatro siguientes. En cuanto a su aparición en el monitor de reputación MERCO, su posición varía de unos a otros según su ranking. Por ejemplo, en la categoría de empresas, en el periodo 2008-2011 se aprecia una mejor posición que en los cuatro últimos años analizados. En cuanto al ranking de mejores empresas para trabajar, en los tres primeros años se encuentra en mejor posición que en los cuatro siguientes. En la categoría de empresa responsable su mejor año fue el 2014 y en lo relativo al sector asegurador español, ocupa posiciones muy buenas. Además desde el 2010 se lleva analizando la reputación de la entidad mediante el modelo Reprtrak. La calificación otorgada por empleados y mediadores ha sido de excelente y la de sus clientes de buena. En cambio, sus proveedores de salud, le dan una puntuación entre buena y moderada y por último, la peor posición es la dictada por el público en general, que ha sido entre moderada y vulnerable.

4.3. MODELO DE RSC APLICADO AL ESTUDIO DE CASO

La entidad elegida para elaborar el caso práctico ha sido el Grupo DKV Seguros por dos razones; en primer lugar, la mayor parte de los datos e información que ofrecen sus memorias hacen referencia a su actividad en territorio español; y el segundo motivo es su inclusión en importantes ranking de reputación nacionales, como el MERCO, y su buena puntuación en rankings de reputación internacionales, como el Reprtrak.

La parte práctica de este trabajo consiste en observar cómo han ido evolucionando los datos y actuaciones en materia de responsabilidad social entre los años 2008 y 2014, desarrolladas por el Grupo de seguros DKV en el ámbito nacional. A continuación se elabora un análisis DAFO, para conocer la situación de la RSE; analizando las características internas y externas.

Para llevar a cabo dicho cometido, se procede a realizar una revisión de los siguientes informes de RSE publicados por la organización: Grupo DKV (2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014); así como de los datos disponibles en su página oficial, en este último caso, concretamente se citará en sus respectivo párrafo. Partiendo del análisis teórico

llevado a cabo en los tres primeros capítulos de este documento, para la elaboración de este último bloque, se toman como referencia los siguientes modelos de responsabilidad social:

- El Libro Verde elaborado por la Comisión Europea (2001).
- Los indicadores de RSE elaborados por el ICEA y relativos exclusivamente al sector asegurador (mencionados en el Cuadro 3.4.).

Para poder ejecutar el análisis mediante los dos enfoques, primero se han seleccionado distintos indicadores enmarcados en las dimensiones del Libro Verde, y a continuación, se integraron los indicadores específicos de RSE para el sector asegurador en sus respectivos indicadores del Libro Verde elegidos. Para realizar su integración, se procede a emplear la abreviatura señalada en el capítulo 3, (cuadro 3.4.), colocándose dichas siglas al lado de su correspondiente indicador del libro de la Comisión Europea.

En el capítulo 5 se tratan cada uno de los indicadores resultantes seleccionados.

Aquéllos aspectos a los que la empresa no hace alusión en sus memorias no son analizados en este trabajo. En relación a los indicadores sobre *Identificación de la distribución y Peso de la distribución*, ya se han tratado en el punto 4.1., al igual que la *Notoriedad de la marca* ha sido expuesta en el apartado 4.2. Es necesario mencionar que en los distintos informes, algunos datos son referentes también a su actuación en Andorra, en dichos casos se señalará.

Como ya se explicó en la primera parte de este trabajo, la dimensión interna del Libro Verde apela a los accionistas y empleados; exponiendo diversas prácticas de responsables que aluden; al personal de la empresa, en lo que se refiere a la gestión de los recursos humanos, adaptación al cambio y seguridad y salud en el trabajo; y a la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales utilizados en la producción. Por otra parte, la dimensión externa alberga la consideración e inquietud por los derechos humanos y cuestiones medioambientales a nivel mundial, además de la relación de la empresa con las comunidades locales, entidades asociadas comercialmente, suministradores, consumidores; planteando diversas prácticas de responsabilidad social para cada grupo de interés.

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

5.1. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN INTERNA DE LA RSE EN EL GRUPO DKV SEGUROS

5.1.1. Gestión de recursos humanos

5.1.1.1. Establecimiento de relaciones duraderas (T1)(T4)

El Grupo considera a sus trabajadores la base fundamental de la empresa. Por ello en 2011 diseñó el *Plan confianza 2011-2015*, cuyo objetivo es crear un óptimo ambiente de trabajo y de satisfacción personal con el fin de retener a sus empleados. Para ello esta compañía

Para ello DKV apuesta por los contratos indefinidos como forma de retener a empleados comprometidos y apostar por la estabilidad laboral. A continuación se pueden ver datos de aspectos relacionados con la temporalidad del personal.

Tabla 5.1. Evolución de la temporalidad de los empleados

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Plantilla con contrato indefinido (en porcentaje)	98	97,8	97,4	96,8	96,1	96,6	95,7
Antigüedad media (en años)	13,1	13,4	14	14,3	14,6	14,7	15,3

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2009, 2010, 2012, 2014).

Contemplando la tabla se aprecia que el porcentaje de temporalidad es muy elevado, aunque en el periodo que se está analizando ha disminuido algo. La antigüedad media de la plantilla con el paso de los años ha aumentado.

Una prueba de la buena relación con sus empleados es el excelente índice de satisfacción. Según el monitor externo Reprtrak, éste ha ido incrementándose año por año, pasando de 81,7% en 2010 a un 88,8% en 2014.

Para que haya buena relación entre empresa y trabajadores, es necesaria la existencia de

unos buenos canales de relación. El grupo cuenta principalmente con dos tipos, uno de escucha y otro de comunicación. La escucha de los empleados puede hacerse a través de los comités de la organización, de encuestas de clima, reuniones de departamentos y sucursales, el monitor de reputación Reprtrak y enviando e-mails a la compañía. Todos los medios mencionados se llevan empleado todos los años analizados. Por el contrario, el buzón de sugerencias y la técnica del *focus group* sólo se han empleado en el año 2013. En cuanto a la comunicación entre empresa y empleados, destacan los informes de RSE anuales, la intranet y hoja informativa diaria con su resumen, la revista *Equipo DKV*, reuniones de seguimiento de objetivos y el blog, multitud de redes sociales y páginas webs oficiales. Todos ellos utilizados en el periodo estudiando. En cambio, tres mecanismos no son empleados siempre: la revista *DKV 360º* sólo disponible desde 2012, la hoja informativa con información puntual relevante únicamente para el período 2008-2012 y la relación directa con el supervisor, sólo empleada en 2013.

Otra manera de conseguir el establecimiento de relaciones duraderas con los trabajadores es mediante su involucración en la gestión de la entidad. Para ello, en 2008 surgió la figura de los *EKOamig@s*, tratada en el sub apartado 5.1.4.2.; además de contar en ese mismo año con dos canales: el *Grupo de creatividad*, y el *Programa ideas*. En 2013 se integraron y se pasaron a llamar *Programa innovalia*. El primer canal está integrado por empleados de diferentes áreas, cuyo fin es proporcionar ideas de interés para la empresa. Cada año se llevan a cabo dos sesiones con distintos temas. El segundo está formado por las diversas ideas que quiera aportar la plantilla. Algunas de las mejores son merecedoras de premio, y la entidad las tiene en cuenta para posible implantación futura. Cabe señalar que desde 2009, el grupo de seguros escogió la fecha 9 de Septiembre para celebrar el *Día de la creatividad e innovación*. Cada año se realizan multitud de actuaciones para extender la cultura de la innovación.

A parte de todo lo mencionado anteriormente, otras cuestiones a tener en cuenta por una gran parte de los individuos a la hora de establecer una relación consolidada son la implantación de beneficios sociales, disposición de un sistema de promoción interna, medidas de conciliación, posibilidad de desarrollo profesional, buena política de retribución, salud y bienestar en el puesto, e integración de la diversidad. Todos estos aspectos, debido a su importancia son tratados en apartados y sub apartados posteriores.

5.1.1.2. Conciliación entre la vida personal y laboral (T5)

Se ha adoptado una gran variedad de medidas para lograr una mejor ajuste entre la vida personal de sus empleados y sus puestos de trabajo.

En 2008 se hace referencia a horarios particulares para momentos familiares especiales, flexibilidad en el horario de entrada y salida en aquellos recintos donde no afecte la calidad del servicio al cliente, y un horario a turnos que permite un mayor número de días con jornada continua. También se encuentra la posibilidad de baja maternal y la presencia de multitud de permisos (de diversos días) como el de maternidad, lactancia paternidad, adopción de un hijo y hospitalización de un familiar de primer grado. Además está la posibilidad de disponer de tiempo para acompañar al médico a padres de empleados con enfermedad grave o dependencia, y de acudir a tutorías concertadas con los profesores de los hijos. En 2010, a mayores de todo lo anterior, se incorpora el permiso remunerado que abarca desde la semana 37 de gestación al día del parto, y para estimular la formación y el desarrollo de los empleados, se ha establecido el permiso para el día antes del examen. Y, por último, en 2014 surgió el permiso que permite acompañar al hijo del trabajador en su primer día de escolarización.

Asimismo, como resultado de la implantación de un modelo de gestión auditado externamente que avala el progreso en materia de conciliación y diversidad, la empresa ha obtenido la certificación *Empresa familiarmente responsable*, concedida por la Fundación Más familia, en los años 2013 y 2014.

5.1.1.3. Beneficios sociales

La plantilla de trabajadores disfruta de multitud de beneficios sociales establecidos por la empresa, que superan los obligatorios que dicta el convenio del sector asegurador. En las memorias de responsabilidad social se mencionan los explicados a continuación.

En el año 2008 la organización facilitaba el trámite de ayudas para aquellos trabajadores con familiares dependientes; el acceso a prestaciones asistenciales, con descuentos para situaciones que requieran atención o ayuda tanto permanente como puntual; y un servicio telefónico gratuito, cuyo fin es ofrecer ayuda sobre problemas personales. También destacan los descuentos y ofertas si contratan determinados seguros, entrega de un ticket para comer en restaurantes estipulados, premio por jubilación y por 25 años

de permanencia, ayuda para dejar de fumar y su financiación completa si logra 6 meses, reconocimiento médico periódico, regalo de navidad, en aquellos recintos grandes de trabajo, disposición de zona habilitada para el descanso, ayuda subvencionada en el aprendizaje de idiomas y complementos de hasta el 100% del sueldo por baja por incapacidad temporal. En 2010, a mayores de todos los beneficios sociales citados anteriormente, se incorpora el servicio de fisioterapia en recintos de trabajo grandes. En el año 2011 surge a mayores, para padres con hijos de entre 0 y 3 años que acudan a guarderías, el *ticket guardería*. En 2014 se integran nuevos beneficios sociales a la lista de los ya existentes, como es el caso del pago de los gastos hasta 4.500 euros ocasionados por el fallecimiento de un empleado. Además, en la nueva oficina de Zaragoza se ha instalado una sala de lactancia para aquellas madres que así lo deseen, un gimnasio terapéutico y una sala de lectura y cafetería.

5.1.1.4. Desarrollo profesional (T3)

Uno de los pilares de esta entidad son sus empleados, por eso la empresa dedica tanto esfuerzo y capital en su formación. Así, la empresa se compromete a que cada trabajador pueda desarrollar sus capacidades atendiendo a sus necesidades particulares, asegurando en todo momento la igualdad de oportunidades. El grupo cuenta con un *Plan de formación* elaborado por las solicitudes individuales de cada trabajador, los jefes de cada área y el director del departamento de recursos humanos. Se instruye a los empleados en valores corporativos, idiomas, desarrollo de habilidades, y prevención de riesgos laborales. La impartición puede llevarse a cabo de forma no presencial y presencial, ésta última en las modalidades grupal y/o individual. Síntoma de la buena cabida y aceptación de las diversas acciones formativas es su índice de satisfacción global, superior al 3,45 sobre 4; aunque en los últimos tres años ha disminuido algo.

El objetivo principal del 2009 fue el desarrollo de la creatividad e innovación, tanto en contenido como metodología. Destacan por ejemplo, los cursos de *Cocina de valores y Creatividad y arte*. Ambas asumen una metodología muy innovadora. A la plataforma online se incorporaron nuevos cursos de prevención de riesgos laborales y de informática. En 2010 se continúa apostado por la creatividad e innovación, tanto en contenido como en metodología, con acciones similares a las del año anterior. En la modalidad no presencial se implantan los cursos e-coaching. Según comunica el informe de RSE del año 2011, se ha desarrollado formación interdepartamental para

mejorar la comunicación y relación entre divisiones. Respecto a la modalidad no presencial, continúa desarrollándose. En este periodo se lanza una plataforma moodle, en la que se impartieron cursos de prevención de riesgos laborales. Se sigue apostando por un aprendizaje innovador, destacando cursos como *Empatía* y *Palancas de dirección*, combinando sesiones presenciales, no presenciales y jornadas de voluntariado. En 2012 se continúa con la formación interdepartamental y con el desarrollo de habilidades laborales. Algunos cursos relacionados con ellas son *La fuerza del equipo* y *La magia de los 4 elementos*. Para su impartición se sigue combinando sesiones presenciales, de voluntariado y online. En este año también se incorporó la modalidad e-learning en el programa de idiomas y las tutorías virtuales. En 2013 la formación sigue enfocada al desarrollo de habilidades y valores corporativos en sus dos modalidades y combinación de ambas. También se ha realizado formación a petición de los trabajadores, en técnicas de ofimática, atención telefónica y gestión de proyectos PMP. Para aquéllos que se incorporen a la entidad, se ha elaborado formación de acogida en redes sociales, prezi o sharepoint. En 2013 también, debido al gran éxito de la plataforma e-learning, se mejoró y amplió funcionalidad, además se incorporó la conferencia en línea. A mayores, se han redactado planes de actuación para mejorar tanto la formación como la experiencia en ella. En 2014 se continúa con la formación en creatividad e innovación, fomentando el pensamiento lateral, a través de la publicación de entrevistas, concurso de acertijos, etc. Referente al proyecto en idiomas, se han concedido dos becas para asistir a un curso intensivo en el extranjero y ayudas para presentarse a exámenes oficiales.

En la Tabla 5.2., se puede observar que tanto la media del número de participantes y horas en los tres primeros años de crisis, es superior a la de los tres últimos.

Tabla 5.2. Evolución de la formación no comercial⁴

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nº de participantes	2827	2331	3257	1722	1423	2489	505
Nº total de horas	32861	27702	33570	23278	35656	30830	29342

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2008, 2009, 2011, 2014).

⁴ Un participante puede acudir a más de una sesión de los distintos cursos impartidos.

Relativo al aprendizaje de empleados con discapacidad, DKV pone especial interés en que éstos tengan garantizado el acceso y aprovechamiento de los cursos. En cuanto a la incorporación de becarios para la realización de prácticas, se contempla que el número de ellos se ha incrementado, de 53 individuos en 2008 a 171 en 2014. Asimismo, observando los datos que aluden a su inversión total, se aprecia que esta cantidad no muestra una tendencia clara, el año que más capital se ha empleado es en 2014 y el que menos en 2010, con 780.700 y 257.063 euros, respectivamente.

5.1.1.5. Diversidad de recursos humanos

Examinado las memorias, se puede afirmar que la diversidad de empleados en la organización es una realidad. No sólo existe diversidad de género, sino también en edad, culturas, razas y discapacidad. Según afirma DKV, la integración de la diversidad en la plantilla es fuente de riqueza, ya que potencia las capacidades del conjunto para conseguir los objetivos comunes, favorece la motivación y cohesión como grupo, mejora los resultados y la innovación en procesos. Además, entre una de las obligaciones de toda la plantilla está la prevención e impedimento de cualquier tipo de discriminación por motivos de discapacidad, religión, ideología, raza, origen étnico, sexo u orientación sexual. Tampoco se tolera ningún comportamiento antisocial, poniendo especial énfasis en el acoso por cuestión de sexo. Para ello la empresa ha creado un *Protocolo de gestión de acoso*. A continuación en la Tabla 5.3., se pueden divisar algunos datos del grupo en el periodo examinado.

Tabla 5.3. Evolución de la diversidad de personal

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Personal con discapacidad	11	10	19	10	9	10	10
Empleados extranjeros	15	16	15	15	14	16	12
Número de nacionalidades	6	7	6	6	6	4	4

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2008, 2011, 2014).

A grosso modo se aprecia que la variedad de nacionalidades ha disminuido y que los años con que más número de empleados extranjeros a contado ha sido 2009, y los que menos 2013 y 2014. Referente al personal con discapacidad, oscila entre los 9 y 11 individuos, salvo en 2010 que despuntó a 19. Es importante mencionar que la empresa

cumple con el requisito de contratar a un número de empleados con algún tipo de minusvalía no inferior al 2%. Ello se lleva a cabo gracias a la contratación directa de empleados, que se pueden ver en la tabla anterior, y mediante la subcontratación de servicios. En esta última alternativa, la empresa subcontrata a la Fundación DKV Integralia los servicios de *contact center*, encargados vía telefónica de las encuestas de satisfacción, atención e información al consumidor, solicitud de servicios administrativos, contratación de seguros médicos, atención de reclamaciones y sugerencias etc.

Respecto a la diversidad en la edad, se dispone de individuos de todas las edades. La mayor parte de los empleados de la compañía tienen entre 41 y 50 años, y la franja de mayores de 51 se ha visto incrementada a diferencia de las de menores de 30, y de entre 30 y 40 años, que han disminuido. Una importante observación es que se ha reducido a casi la mitad la presencia de personal joven. En cuanto a la existencia de mujeres en la plantilla, es conveniente y de suma importancia resaltar algunos datos de la Tabla 5.4.

Tabla 5.4. Evolución de las mujeres (en porcentaje)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mujeres en la entidad	56,3	57,6	58,7	60,6	61,5	61,2	60,7
Mujeres en la dirección	26,1	25,4	30,3	31	32	35,6	40,2
Mujeres en puestos cualificados de la dirección	41,5	40,7	41,3	44	44,3	43,8	No hay datos

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2008, 2010, 2011, 2014).

Contemplando la anterior tabla, es una evidencia que más de la mitad de la plantilla está compuesta por mujeres. Además, el número de éstas en la empresa y en puestos directivos se ha visto incrementado en tiempos de crisis. Y, por último, en los tres últimos años de los que se dispone de datos, han sido en los que se constata un mayor porcentaje de mujeres en cargos especializados en la dirección.

5.1.1.6. Promoción interna (T2)

Los informes sólo hacen referencia a que las competencias requeridas para cada puesto son publicadas a los trabajadores con anterioridad a su difusión externa. Es decir, se intenta cubrir primero los puestos de forma interna y, si no es posible, se recurre al

reclutamiento externo.

5.1.1.7. Retribución

El Grupo de seguros tiene establecida una *Política de recompensa total*, que es elaborada bajo los principios de igualdad y competitividad interna frente al mercado laboral. El modelo de recompensas está formado por: una parte fija, que depende del nivel al que se pertenezca dentro de la organización; una parte variable, en función de la consecución de objetivos marcados para cada área; y otra denominada salario emocional, formada por bonos, viajes, tarjetas-regalo, etc., cuyo fin es motivar y reconocer el esfuerzo de los trabajadores en la implicación en distintas acciones y consecución de resultados especiales. Además, el personal goza de un salario mínimo competitivo, muy superior al mínimo legal español. En la tabla que se muestra a continuación, se aprecia además que esta diferencia se ha ido incrementando con el transcurso de la crisis, a excepción del año 2009.

Tabla 5.5. Evolución de la relación entre el salario más bajo del Grupo DKV Seguros y el mínimo legal en España (en porcentaje)

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
130,9	127,6	143,3	No hay datos	148,2	148,9	148,9

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2010, 2014).

En relación a las diferencias salariales entre mujeres y hombres, la entidad señala en el informe del año 2014 que cuenta con una acción que pretende eliminar la desigualdad de retribución, aunque no se especifica en qué consiste. Además, de forma anual se redacta un estudio sobre diferencias salariales de género, llegando a la conclusión de que éstas son menores en el grupo asegurador comparado con el resto de la industria y la media de otros sectores españoles. Por otra parte, relacionado con la distribución salarial por tramos y sexos, sólo se cuenta con información del año 2008, en el que se observa que para las categorías correspondientes a cargos de directivos y administrativos, la brecha de remuneraciones es menor en comparación con el puesto de técnico, en el que la diferencia se acentúa en contra de las mujeres.

5.1.2. Salud y seguridad en el lugar de trabajo

5.1.2.1. Acciones implantadas para el incremento del nivel de salud y seguridad en el trabajo

En 2008 se mejoró en aspectos de seguridad, higiene y ergonomía. En 2009, en aspectos de salud, se incorporó el servicio de fisioterapia gratuito en grandes centros como los de Madrid, Barcelona y Zaragoza; se realizó la campaña *Trabajo en forma* para prevenir o mejorar las lesiones músculo-esqueléticas en los edificios de Zaragoza y Barcelona; y se impartieron clases prácticas sobre ejercicios adaptados a dolencias o daños derivadas del puesto de trabajo. Además, en materia de prevención de riesgos laborales, se implantó a través de la plataforma on-line diversos cursos sobre los riesgos a los que están sometidos en función de su cargo. En 2010 se acentúan las iniciativas en formación de riesgos, como por ejemplo la realización de simulacros de evacuación en las sedes de Zaragoza y Barcelona; y surge el curso teórico-práctico *Técnica de extinción de incendios y primeros auxilios*, impartido en todos los centros a excepción de los de mayor volumen. En materia de salud, se organizaron en Zaragoza unas jornadas prácticas sobre prevención del estrés en el ámbito laboral. En 2011 se prosigue con los simulacros de evacuación en los edificios de Barcelona y Zaragoza, incorporándose también el de Madrid. También se comenzó a impartir cursos sobre *Seguridad contra incendios en los edificios*, *Factores psicosociales* y seguridad vial en la bicicleta, con parte teórica y práctica. En 2012 se siguieron realizando simulacros en edificios de gran volumen. Además, se persistió con los cursos de seguridad vial, *Seguridad contra incendios*, *Factores psicosociales*, y con la campaña *Trabajo en forma*, implantándola en el resto de grandes centros, y para aquéllos de menor tamaño, a través de la L@net. En 2013 se continuó trabajando en la mejora de las condiciones físicas, ambientales y ergonómicas de todos los centros. Por otro lado, se impartieron cursos sobre el estrés y la ansiedad, desarrollo de la resiliencia en puestos de atención al cliente, y un proyecto denominado *Empresa saludable*, en el que se impartieron sesiones de pilates, risoterapia, coherencia cardíaca y arteterapia. Debido a su gran éxito, se siguió con el servicio de fisioterapia en los centros ya implantados. Y, por último, en 2014, se continúa con el servicio de fisioterapia.

Además, desde 2008 se lleva realizando la formación obligatoria en prevención de riesgos, que consiste en un manual de bienvenida y en dos cursos sobre *Riesgos*

generales en la oficina y Prevención de riesgos posturales. Desde 2009 está en vigor la campaña *Trabaja en forma.* Y desde 2010, en materia informativa de prevención, se han publicado artículos en la revista *Equipo DKV* y mensajes de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), además de las múltiples actualizaciones del curso sobre *Técnicas de extinción de incendios y primeros auxilios.*

En cuanto a certificados en materia de seguridad y salud en el trabajo, se encuentra la OHAS 18001 obtenida en 2008 y renovada todos los años. En 2014, logró conseguir el sello de *Empresa saludable.*

5.1.2.2. Índice de siniestralidad

Respecto al número total de accidentes laborales, se puede observar que de los primeros años de crisis a los últimos, se han incrementado, pasando de 8 a 13 pero no progresivamente. En este sub apartado se encuentran incluidos los datos de Andorra.

5.1.3. Adaptación al cambio

Inmersos en esta época de crisis, pocas son las empresas que no han llevado a cabo una reestructuración, acompañada de reducción de plantilla. Sin embargo, según el gráfico 4.1., del apartado 4.1., el número de empleados se ha incrementado, salvo en el año 2009. Respecto a la reducción en ese año, la entidad no deja constancia de los motivos ni de si se llevó con ellos a cabo alguna medida desde el punto de vista socialmente responsable.

5.1.4. Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales

Como bien se menciona en el apartado 4.2., el grupo está comprometido y apuesta por el crecimiento sostenible. Uno de los pilares del programa de RSE es la integración de pautas y criterios ambientales en todas las actividades que lleva a cabo.

5.1.4.1. Política medioambiental y energética (MI)

La principal acción que resume toda la dimensión medioambiental de la empresa es el establecimiento de una política medioambiental o *EKOPlan*, que consta de los siguientes principios:

- Cumplimiento de la normativa medioambiental y energética establecida por la ley, al igual que los requisitos y principios a los que se ha adherido la entidad voluntariamente.
- Prevención de la contaminación, lucha contra el cambio climático y adquisición de productos y servicios sostenibles y energéticamente eficientes con el medio.
- Colaboración en proyectos de mejora energética y ambiental, a través de patrocinios, publicaciones, acciones voluntarias, etc.
- Incorporación de un modelo de gestión medioambiental y energético, orientado a reducir los impactos al medio a través de pautas y criterios aplicables tanto en la propia actividad como en las instalaciones de la empresa.
- Concienciación a los trabajadores sobre la necesidad de conservar y proteger el medioambiente y las fuentes de energía.
- Divulgación de la política entre todos los stakeholders.
- Fomento de la investigación del impacto medioambiental sobre la salud.

5.1.4.2. Acciones llevadas a cabo relacionadas con la política del Grupo

En 2008, en la flota de automóviles se sustituyeron varios coches, logrando tener un total de 15 híbridos. También se fomentó el uso del AVE entre los empleados, En cuanto a sus instalaciones, se van incorporando en algunos centros aires acondicionados e iluminación más eficientes. Además, se han calculado y compensado las emisiones de efecto invernadero ocasionadas por los desplazamientos y consumo energético y de papel en oficinas. Una figura de suma importancia incorporada este año fue la del *EKOamig@*, trabajador voluntario, que comunica al resto de trabajadores qué se hace y porqué en temas medioambientales, y propone iniciativas (denominadas *EKOacciones*) tanto a empleados como a directivos, para contribuir al medioambiente. Una *EKOacción* muy llevada a cabo, consiste en dar consejos para reducir consumos, tanto en casa como en el trabajo. En 2009 se siguió compensando el C02, fomentando el uso del AVE, y se terminó de renovar toda la escuadrilla de vehículos comerciales por híbridos. Asimismo surgió el *EKOcanal*, espacio en la intranet para difundir iniciativas y mejoras en el *EKOplan*. Por último, se ha definido un mapa de riesgos ambientales. En el 2010 se prosigue con la compensación de C02 y fomento del AVE. En 2011 una *EKOacción* implantada, fue el lanzamiento de una encuesta de evaluación a los empleados en aspectos ambientales, con el fin de auditar las dos mejores; además,

también se recogieron de ella 36 ideas y se implantaron en los distintos centros. En 2013 se lanzaron los *EKOmitos*, que consiste en una *EKOacción* implantada por los *EKOamigos* para desmentir algunos mitos sobre la ecología. También se eliminó el papel auto copiativo en documentos únicos. En 2014 uno de los hechos más relevantes fue la adecuación de la sede central de Zaragoza para lograr que fuera un modelo de referencia en cuanto a edificio sostenible. Esta remodelación se basó en los principios del *Pacto mundial* de la ONU, la guía del GRI y la norma SGE 21. Todo el CO₂ emitido por la obra se calculó y compensó.

Igualmente, los ocho años se lleva renovando el sello de *Empresa CeroCO₂* y mejorando el sistema de recogida de información para medir los impactos. Desde 2009, se llevan implantando talleres de sensibilización medioambiental para la plantilla; se ha sustituido el gas R22, nocivo para la capa de ozono, por el R417 en aparatos de aire acondicionado; y en aquellos casos que no sea posible, reemplazarlo por uno más eficiente. Y por último se han difundido las *EKOacciones* a través del *EKOcanal* y los *EKOamig@s*. Desde 2010 se han mejorado las instalaciones para reducir el consumo de agua y se continúa contratado la energía al proveedor que menos CO₂ produce. En 2012 se implanta se implanta el programa de medición y control de consumos energéticos. Y por último en 2013 nace el proyecto *EKOsucursales*, que consiste en la creación de una red de oficinas sostenibles y eficientes en las que se emplean materiales con reducido impacto medioambiental. Por otra parte, en la página web de la entidad DKV Seguros (en línea), se mencionan algunas *EKOacciones* implantadas por la dirección, como por ejemplo, la instalación de un sensor de previsión meteorológica y temperatura con recarga solar, el cómputo y eliminación de los consumos ocultos de electricidad, disminución del uso de papel en la oficina detección de la cantidad de luz necesaria, e implantación de iluminación eficiente en el cargo.

Referente a las certificaciones obtenidas, en 2010 se consigue la acreditación ISO 14001 en la sede de Zaragoza; en 2011 se renueva y se obtienen para los centros de Madrid y Mallorca; y en 2012, 2013 y 2014 se continúa renovando. En cuanto a la EMAS III, se renueva en 2011, 2012 y 2013; al igual que la SGE 21 en 2008. Relativo a la obra de remodelación de la sucursal de Zaragoza, se obtuvo la ISO 21542, referente a la accesibilidad; la ISO 14001; la ISO 50001 en cuanto a ahorro energético; la SGE 21; y por último, una calificación energética de excelente.

5.1.4.3. Indicadores medioambientales

En la siguiente tabla que se muestran los principales indicadores referidos al consumo de recursos, emisiones de CO₂ y reciclaje de papel del Grupo DKV Seguros.

Tabla 5.6. Evolución de los indicadores medioambientales

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Papel reciclado (en Tn)	37	31	43	77	111	93	136
Consumo de agua (en m³)	5033	5228	4780	4079	4748	5975	5881
Consumo de energía (en MWh)	2399	2406	2668	2260	2333	2579	3082
Consumo de papel (en Tn)	248	282	211	349	304	No datos	No datos
Emisión de CO₂ (en Tn)	1541	1699	1289	1350	1468	1563	1530

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2008, 2009, 2010, 2012, 2014).

En las cantidades mencionadas anteriormente se incluyen también los datos de Andorra, aunque su presencia en ese país es escasa. En cuanto al reciclaje, se percibe que las toneladas de papel se han ido incrementado a excepción de los años 2009 y 2013. Además en el ejercicio 2010 se incorporó un nuevo indicador, el reciclado de aparatos electrónicos y eléctricos, y en 2013 dos, el de tóneres y pilas. En la representación anterior se decidió no incluirlos para poder hacer la comparación de forma homogénea. El consumo de agua, energía y papel no siguen una tendencia clara, pero sí se puede afirmar que se ha incrementado la media de los tres últimos años de crisis a los tres primeros. Respecto al incremento de los consumos y emisiones, en las memorias no se mencionan los motivos de todos los años, solamente referente a las emisiones de CO₂ en los años 2009, 2011 y 2012. En el primero fue debido al cambio legislativo, al incremento del factor de cálculo para las emisiones de vehículos, y al consumo de papel causado por el incremento del número de asegurados. En el siguiente año la razón fue el incremento del consumo de papel, originado por la obligación de entregar el cuadro médico a los clientes de seguros de salud, y a la modificación de la imagen corporativa en documentación interna. Y, por último, en 2012 se incorporaron nuevos factores empleados para realizar la estimación de emisiones.

5.2. ANÁLISIS DE LA DIMENSIÓN INTERNA DE LA RSE EN EL GRUPO DKV SEGUROS

5.2.1. Comunidades locales

5.2.1.1. Desarrollo de proyectos (SI)

Con el transcurso de la crisis, se ha incrementado el número de proyectos solidarios desarrollados por la aseguradora en determinadas regiones de España. En los primeros siete años de recesión, la aseguradora lleva a cabo el *DKV fresh art*, concurso de arte para estudiantes de bachillerato de nueve Comunidades Autónomas. En el periodo comprendido entre 2012 y 2014 se imparte el *DKV fresh art kids*, integrado por talleres artísticos para niños de educación primaria que se encuentran ingresados en diversos hospitales españoles. En el 2008 y 2010 se crea el *DKV, arte y salud*, que consiste en conceder dos becas postgrado a los mejores alumnos de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia. En el 2011 y 2012 se impartieron cursos de informática a nivel usuario a padres en riesgo de exclusión, en las ciudades de Zaragoza, Sevilla y Madrid. Y en 2013 y 2014, durante mes y medio se imparte la iniciativa *Mentoring social*, en distintas ciudades, cuyo fin es orientar en la carrera profesional a jóvenes en riesgo de exclusión social. Referente a la participación del voluntariado corporativo en dichas acciones, no se puede concluir su incremento o disminución en tiempos de crisis, pero sí se puede afirmar que participan en todas las acciones desarrolladas, de una forma activa y comprometida.

5.2.1.2. Colaboraciones (SI)

El Grupo de seguros ha colaborado con multitud de instituciones, mediante la donación de dinero, patrocinios y participación en diversas acciones solidarias, organizadas por distintas instituciones en regiones concretas de España. Los informes de RSE de la entidad sólo mencionan algunas. A continuación se citan las más relevantes.

Se coopera con el Banco de Alimentos de Badaona (Barcelona) y de Aragón, donando alimentos; con la Hermandad de Donantes de Sangre, donando sangre a tres provincias; con la Hermandad del Santo Refugio (Zaragoza) y la de la Caridad (Madrid), repartiendo comida; con el Colegio Santo Domingo (Zaragoza), donando ropa deportiva; con la Fundación SEUR, donando dinero a una niña con necesidad urgente

de una operación a vida o muerte; y con la Asociación de Padres de Niños Oncológicos de Aragón, a través de un partido solidario. Además contribuye al Hospital Pediátrico Sant Joan de Déu (Barcelona), brindándole acceso a tratamientos médicos especializados; y a la Fundación del Joventut de Badaona (Barcelona), ofreciendo refuerzo económico para tres proyectos sociales. También colabora en diez ciudades españolas con las Fundaciones Educación para la Salud y con Apoyo Nutricional. En cuanto a acciones medioambientales, destaca la colaboración con la iniciativa *Plant for the Planet*, mediante la plantación de árboles en determinadas localidades; la cooperación con el Gobierno de Aragón, para la publicación de la *Estrategia aragonesa de cambio climático y energías limpias*; y con el Gobierno de Zaragoza para la reforestación del soto de Salz en Aragón. Respecto a los patrocinios, se encuentra la Fundación Thao, para prevenir la obesidad infantil en algunos municipios de España; la exposición de fotografías culturales *Vidas minadas*, en seis provincias; y en el deporte, el patrocinio de competiciones, clubes y establecimientos deportivos provinciales.

Referente a las donaciones a dichas instituciones, no se especifica los importes. Por otra parte, en la mayoría de las instituciones con la que colabora, su voluntariado corporativo puede participar de una forma u de otra, su presencia es muy activa y comprometida. Por último, no se puede concluir si el número de acciones sociales ha disminuido o aumentado en tiempos de crisis, ya que no se dispone de suficiente información.

5.2.2. Consumidores, proveedores y socios comerciales

5.2.2.1. Establecimiento de una buena relación con clientes, proveedores y mediadores (U1) (C1) (C2) (C4) (C5) (M3) (M7) (P2) (P5)

A continuación se muestra una tabla de los principales indicadores relacionados con los clientes, proveedores y mediadores.

Tabla 5.7. Evolución de los indicadores clave para clientes, proveedores y mediadores

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Índice de satisfacción de clientes (en %)	-	-	79,6	80,1	79,3	79	76,9
Nº de encuestas de satisfacción a clientes	8319	3449	4112	9466	10572	22832	12869
Nº de quejas y reclamaciones de clientes	3942	3969	4774	4720	4933	3993	3556
Índice de satisfacción de proveedores (en %)	-	-	75,1	76	70,8	64,7	63
Índice de satisfacción de mediadores (en %)	-	-	83,2	85,2	85,9	87,3	88,1

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2009, 2010, 2011, 2013, 2014).

En la política que tiene la compañía con los clientes, se habla de la obsesión por conocerlos, para poder ofrecerles un producto adecuado a sus necesidades y un servicio excelente en todas las etapas de su relación con el grupo asegurador, actuando de forma coherente, honesta y ética para así conseguir fidelizarlos y retenerlos. Mecanismo para conocer la satisfacción de sus clientes es su índice, que ha disminuido progresivamente desde el ejercicio 2010, a excepción del 2011. Además, los ramos de salud y decesos son los mejor calificados.

Para valorar la satisfacción, la compañía analiza los resultados de las encuestas de satisfacción y los de las quejas y reclamaciones. Todas las conclusiones obtenidas se intentan materializar en planes de actuación para mejorar. En 2008, a mayores, se implantaron las encuestas trianuales, con la intención de conocerlos más profundamente. En cuanto al número de quejas y reclamaciones, el año en que más ha habido fue el 2011, y en el que menos el 2014. Además el tiempo de solución de éstas ha disminuido desde el 2010, y los ramos de salud, decesos, hogar y renta han sido los más reivindicados. Respecto al número de encuestas de satisfacción realizadas, se han incrementado del 2009 al 2013.

Algunas de las acciones implantadas para mejorar la satisfacción del cliente, y por lo tanto su relación con la empresa, han sido: el lanzamiento de nuevos productos/servicios

o mejoras en los ya existentes, tratados en el sub apartado 5.2.2.2. por su relevancia; el establecimiento de un equipo de trabajo interno que propone mejoras en la atención al cliente; a lo largo de estos 7 años ha ido evolucionado la figura del *Customer relationship management*, sistema que permite conocer mejor a sus clientes actuales y potenciales, identificar nuevas necesidades y definir acciones de retención, fidelización y recuperación; en 2013 se crea el *Comité de Experiencia del Cliente*, cuya función es custodiar el cumplimiento de la política de clientes. Otra forma de consolidar aún más la relación, es haciéndoles partícipes de la cultura de RSE de la empresa, mediante la posibilidad de participación en diversas marchas solidarias y en los proyectos de *Medialia*. También se encuentra adherida a todas las *Guías de buenas prácticas y autorregulación* de la UNESPA, con el fin de mejorar la transparencia y su compromiso.

De igual modo, para el establecimiento de una buena relación, es necesaria la existencia de vías de diálogo. El canal de escucha, compuesto por encuestas de satisfacción, focus group, estudios de mercado, quejas y reclamaciones, sucursales, servicio de atención al cliente, envío de e-mails y, desde 2010, el monitor Reprtrak. En cuanto a las vías de comunicación, están un boletín puntual con información destacada, otro denominado *Canal salud*, los informes de sostenibilidad, redes sociales, las oficinas, diversos patrocinios y publicidad, la web oficial y las revistas *Valores DKV* (solamente editada en 2008) y la *DKV 360°* (editada a partir de 2012).

DKV busca la consecución de una relación óptima con sus proveedores, basada en el respeto, sinceridad, buena comunicación y transparencia. Empresa y proveedores trabajan en colaboración para dar un servicio que supere las perspectivas de sus clientes. Algunas acciones desarrolladas entre ambas partes que repercutieron en la mejora de la relación fueron: a partir del 2008, la progresiva implantación de un nuevo sistema de facturación electrónica y de pagos adaptados a las exigencias del negocio; desde 2009, la potenciación de la web del proveedor; en el 2010, un nuevo sistema de gestión del mantenimiento; y en el 2012, la inauguración del portal online CAP para los proveedores sanitarios, donde pueden tramitar la mayor parte de las gestiones administrativas con la empresa y sus pacientes. Por otra parte, el hacerles sentirse partícipes de la cultura de RSE de la empresa es otro mecanismo para consolidar aún más la relación. Este aspecto será tratado en el sub apartado 5.2.2.3. por su gran relevancia. Señal del buen vínculo, es su índice de satisfacción. Éste solo se refiere a sus

profesionales sanitarios y, salvo en 2011, ha ido disminuyendo.

En cuanto a las vías de diálogo, los informes sólo mencionan el de los profesionales sanitarios. El canal de escucha está formado por encuestas de satisfacción, e-mails a la empresa, reuniones con los directores médicos y el colegio de médicos, focus groups, call center exclusivos para ellos y, desde el 2010, el monitor Reprtrak. En el canal de comunicación se encuentran los informes de sostenibilidad, la web exclusiva de los proveedores sanitarios, las redes sociales, la revista *DKV 360º* desde 2012, la revista *Valores DKV* hasta 2008, la revista *Saludable* hasta 2010, y el boletín *Saludable* hasta 2011.

El vínculo con los mediadores se rige por los principios básicos de la transparencia, confianza, compromiso, rentabilidad y comunicación. Un indicador clave de la buena relación existente es el índice de satisfacción de este grupo, que es excelente y ha ido incrementándose año a año.

Algunas de las iniciativas que se han ido implantando para incrementar la satisfacción, son, en 2008 la instalación de un centro de atención y una plataforma para ayudarles a solucionar posibles dudas y gestiones; en 2008 y 2009 se otorgaron recompensas a los mejores mediadores; en 2009 se estableció una plataforma para incentivarlos e incrementar su productividad. Este mismo año se creó la figura del *Consejo Asesor de la Mediación*, cuya misión es mejorar la relación entre empresa y mediadores, impulsar la ejecución conjunta de planes de acción y posicionar a los distribuidores de DKV como los líderes del sector; también se comenzó a implantar un nuevo modelo comercial, para conseguir que la red sea más rentable. En 2010 se puso en marcha foros de comunicación y se inauguró el *StarPlanet Club*, formado por personal con trayectoria destacada, a los que se les dota de una serie de beneficios como pólizas, móviles y líneas ADSL, todo ello gratuito; también la entidad participó en diversas mesas redondas para conocer diversos aspectos de interés que atañan a mediadores y aseguradoras. En el 2010 y 2012 se creó el *Consejo Asesor de la Red Exclusiva* y el *Consejo Asesor de la Red Externa* pertinentemente, figuras consultivas. Por otra parte, una adecuada formación y el hacerles sentirse participes de la cultura de RSE de la empresa, son otras maneras de consolidar aún más las relación. Ambos aspectos son tratados en el sub apartado 5.2.2.4. y 5.2.2.5., por su especial relevancia.

Referente a las vías de diálogo, se encuentran la escucha, formada por encuestas de satisfacción, focus groups, envío de e-mails, el centro de atención al mediador, las reuniones con distintos colegios de mediadores y canales de venta. Además del 2010 en adelante, se implantó el monitor Reprak, el consejo asesor de red exclusiva y en 2012 el de la red externa. En cuanto al canal de comunicación, está la web *DKV Directo*, los planes de formación, informes de RSE, redes sociales y boletines sobre nuevos productos. Desde el 2009 se deja de publicar la revista *Valores DKV*, y desde el 2010 *DKV Bussines*. Por el contrario se funda la *DKV 360º* en el 2012.

5.2.2.2. Incorporación de nuevos productos/servicios o mejoras en los existentes (C3)

La innovación es un pilar fundamental en la actividad de DKV. La compañía se esfuerza mucho en ofrecer de forma ética, eficaz y ecológica, nuevos productos y servicios o mejoras en los ya existentes, que los consumidores necesiten.

En el 2008, en el ramo de subsidio se lanza *DKV renta baremado*. En renta, vida y accidentes se mejoran sus coberturas y precios. En cuanto los seguros de salud, surge el sistema de autoliquidación de facturas, la posibilidad de controlar la situación del recobro vía internet, el nacimiento del producto *DKV reembolso colectivos en salud*, la ampliación de la edad de contratación y la cobertura a mayores de 65 años. En hogar se desarrolla una aplicación que permite consultar los informes del siniestro. En el año 2009 en hogar, se ha implantado un sistema de gestión de prestaciones más cercano. En el negocio colectivo, destaca el desarrollo de un producto para aquéllos que tengan problemas económicos. En el área de salud, se han actualizado las coberturas y creado el producto *DKV integral sin barreras*. En renta se lanza el *DKV renta mujer*. En cuanto a *DKV renta baremado*, se actualizan los precios y se incorpora al negocio colectivo. En 2010, en el segmento del hogar, se revisan las tarifas; y en vida sea crea una aplicación online para poder cobrar la prestación. En cuanto a accidentes, se han revisado los precios, se ha incrementado el límite salarial de la prótesis, y ha surgido una cobertura que permite la realización de pruebas diagnósticas, ante la existencia de una larga lista de espera en la seguridad social. En salud se crea el primer seguro cuya contratación es exclusivamente online, se instauran modalidades de copago, se devuelven gastos por la atención a personas con grado de dependencia 3, se incrementan las prestaciones. Por otra parte, la empresa ha lanzado un espacio web para asesorar a sus clientes de una forma clara y cercana sobre los aspectos a tener en cuenta a la hora de contratar un

seguro. En 2011 en el ramo de decesos se incorpora una póliza con opciones ecológicas, se amplían las prestaciones. En salud se amplía la zanja de edad gratuita, se incorpora la modalidad de no pago de la prima a aquellas personas que alcancen los 90 años y tengan una antigüedad mínima de 30, y se añade un nuevo producto a la cartera, *DKV dentisalud elite*. Además para los autónomos, se han ampliado las ofertas en subsidio y accidentes. En 2012 en decesos se ahorra a los clientes el IVA, se incluye la modalidad de pago cero a los menores de cuatro años. En salud, se incrementa el horario de atención al cliente, se incorporan nuevas prestaciones. Por otra parte, se sistematizan las modalidades de copago y se elimina la diferenciación tarifaria por razón de sexo en ramos de salud, vida, decesos y renta. En 2013 se mejora la atención telefónica. En hogar se incluyen mejoras gratuitas en tres productos. En los seguros de salud, se ampliaron las ofertas para PYMES, incorporaron nuevas prestaciones y servicios para mejorar la comodidad del cliente, y se incrementó la edad de contratación hasta los 75 años. Y por último en 2014 en decesos, existe la opción de elaborar el testamento online, disfrutar del servicio de repatriación a España. En accidentes se amplía el capital máximo a contratar en 60000 euros. Y en salud surge una plataforma online para clientes.

Otra acción relevante data a partir del año 2011, cuando la compañía decide calcular y compensar el CO2 de la totalidad de productos comercializados. Además, se ha ido lanzado nuevos servicios a lo largo de estos siete años relacionados con la salud y no incluidos en las pólizas, que sólo pueden disfrutar de ellos a precios muy ventajosos, los clientes que tengan contratado algún tipo de seguro de salud. Con el paso de los años se han ampliado a las pólizas de hogar, decesos y previsión. En cuanto al lenguaje y transparencia informativa en las pólizas, se ha revisado toda la documentación y modificado aquella que no procediera. Debido a que la salud es el foco principal de la empresa, se ha lanzado a partir del 2010 y exclusivamente para los clientes *¡Vive la salud!*, una serie de programas que cuentan con médicos asesores, formación y foros online, orientados a prevenir enfermedades y adoptar hábitos de vida saludables.

A raíz de todo lo mencionado, se puede observar que el número de productos y servicios y/o mejoras en ellos, en cierta medida ha disminuido de los primeros años a los tres últimos. Además el ramo de salud y decesos es en los que más se ha invertido. Síntoma de la preocupación por ofrecer productos éticos, eficaces y ecológicos, es la obtención del certificado ISO 9001 en salud, renta, accidentes y decesos.

5.2.2.3. Fomento de la RSE entre los proveedores (P1)

El grupo dedica especial esfuerzo a la contratación de sus proveedores. Todos los procedimientos se encuentran regulados en la *Normativa de Compras*, en la que entre otras cosas se decretan los mecanismos para asegurar la transparencia y el cumplimiento de las políticas de responsabilidad empresarial. Pero existen también otras directivas que afectan al proceso, como es el caso del *Estatuto de compromisos éticos con los grupos de interés*, el *Procedimiento de homologación de proveedores* y la *Guía de compra responsable*, integrada ésta última por criterios sociales, éticos y ambientales e implantada en 2010. En cuanto a la homologación, consiste en la cumplimentación de un cuestionario de evaluación y posteriormente la firma de un documento de conformidad con los principios de DKV. Éstos hacen referencia a la adhesión por parte de sus proveedores al *Pacto mundial* de la ONU y al *Estatuto de compromisos*, en el apartado referente a ellos. Cada año la empresa revisa todas las homologaciones, manteniéndolas si tienen una puntuación superior a 6 sobre 10. La organización siempre prioriza la contratación de proveedores que vayan a homologarse frente a los que no. Además desde el 2010, en todos los procesos de selección mediante concurso, se incluyen criterios medioambientales.

En la tabla que se presenta a continuación se visualizan algunos datos de suma importancia referentes a su contratación. Como por ejemplo que el gasto en compras a centros especiales y el porcentaje de suministradores homologados han aumentado en tiempos de recesión.

Tabla 5.8. Evolución de la contratación de proveedores basada en criterios de RSE

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Compras a centros especiales de empleo (en millones de euros)	0,6	1,2	1,8	2,1	2,2	2,6	2,10
Proveedores homologados (%)	36	77,5	77,5	77,5	84	89	93

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2010, 2011, 2012, 2014).

Otra forma de implicar a los proveedores en la cultura de RSE, es mediante la progresiva eliminación del papel como elemento de comunicación; colaborando con ellos para progresar en la oferta de servicios sostenibles a cliente, destacan por ejemplo los del ramo de decesos mencionados en el sub apartado anterior; y a través de la

involucración de éstos, durante siete años en la elección de los proyectos finalistas de la convocatoria de financiación a proyectos sociales y medioambientales. También tienen la posibilidad de participar en marchas solidarias y en concursos celebrados en el periodo comprendido entre los años 2010 y 2013. En todos los casos, las condiciones de participación en los concursos incluyen aspectos medioambientales.

5.2.2.4. Formación a mediadores (M5)

En 2008 los cursos de formación comercial se centraron en el desarrollo de habilidades para la solución de conflictos, gestión de grupos comerciales, y en nuevos productos de renta y vida. Además, DKV colabora con el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros (CECAS), para impartir cursos relacionados con aspectos de salud. En el 2009 se comenzó a homogeneizar el estilo de formación y a diseñar planes formativos para diferentes tipos de mediadores con nuevas metodologías. También se impartió formación en ramos como renta, vida y hogar, y se continúa colaborando con el CECAS. Además se comienza con otro sobre atención al cliente en seguros de salud. Durante las *Jornadas de la excelencia* se desplegó un taller con su parte teórica y práctica para familiarizar sobre metodologías innovadoras. En el 2011 los cursos presenciales fueron referentes a productos estratégicos de salud, hogar y pymes. También se han impartido sesiones relacionadas con la motivación de equipos, telemarketing y concertación de entrevistas vía telefónica. En el 2012 y 2013 se ha innovado en la metodología, usando nuevos materiales como videos, concursos de conocimientos, presentaciones más didácticas, etc. También destaca el aprendizaje en productos estratégicos, campañas de venta cruzada y desarrollo de habilidades de venta, como la comunicación y el *networking*. Y en 2014 se ha fortalecido la estrategia, campañas y competencias comerciales.

En todo el periodo de crisis, DKV junto a CECAS han impartido cursos sobre formación de acceso a la mediación, dirigido a agentes exclusivos. Desde 2012 hasta la actualidad, imparte a mayores un curso sobre ramos y productos a este tipo de agentes. Desde 2010, todos los formadores han dispuesto de un manual de *Formación de inicio del asesor de red exclusiva*. Y a partir de 2011 se implantó la plataforma online de aprendizaje.

Por otra parte, en la Tabla 5.9., se aprecia que la media tanto de sesiones y participantes,

es mayor en los tres primeros años de crisis que en los tres últimos estudiados. Además, el porcentaje de formación presencial es muy superior a la impartida online; no obstante, se está incrementando la presencia de ésta segunda. En cuanto al índice de calidad de formación, es muy elevado y conforme pasan los años ha ido mejorando aún más.

Tabla 5.9. Formación comercial⁵

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nº de sesiones	14878	26568	15872	4671	16525	745	678
Nº de participantes	18628	30131	19057	9685	19349	7730	7543
Índice de calidad	4,6/5	4,6/5	4,6/5	4,8/5	4,7/5	4,8/5	4,7/5

Fuente: Elaboración propia en base a Grupo DKV (2013, 2014).

5.2.2.5. Fomento de la RSE en la mediación

El grupo asegurador es consciente de la envergadura de los mediadores en su papel como distribuidores de productos. Por eso, trabaja para hacerles partícipes y comunicarles la cultura de responsabilidad social, para que sirva de puente entre sus valores y sus clientes. Para ello se han desarrollado diversas acciones.

En el 2008, se implantó un plan compuesto por una serie de políticas de RSE, cuyo fin fue el fomento y desarrollo de actuaciones en dicha disciplina, ayudados por el conocimiento y experiencia de la organización. En 2009 a raíz de todo lo expuesto en el año anterior, se crea el programa *Medialia*, iniciativa que consiste en el desarrollo y ejecución de acciones conjuntas entre la empresa y sus mediadores, para contribuir a los ámbitos del medioambiente, inserción de discapacitados, colaboración con instituciones, certificaciones, voluntariado, desarrollo de productos y servicios responsables, códigos de conducta, educación para la salud, etc. Asimismo, surgen los premios *Medialia*, para gratificar a aquellos que propongan las ideas más innovadoras. En los informes de sostenibilidad, se deja constancia del desarrollado de actividades, pero no se especifica cuáles. En el año 2011 *Medialia* lanza la campaña *Generando energía social*, en la que

⁵ Un mediador puede acudir a más de una sesión de los distintos cursos impartidos.

participaron entre otros stakeholders, 161 mediadores en acciones solidarias junto con la ONG Intermón Oxfam. Se consiguió recaudar fondos para distintas acciones sociales. En el 2012 se implantó la campaña *Creando valor compartido*, con el mismo objetivo que la anterior. En 2014, se crea la figura del *Impulsor*, que son mediadores que colaboran más intensamente en asuntos de responsabilidad social, ejercen el papel de prescriptores e identifican a mediadores activos. Además, el resto de intermediarios pueden acudir a ellos para obtener información o resolver dudas. Otra forma de hacerles partícipes de la cultura de RSE, es contribuyendo a la elección de los proyectos ganadores, en la convocatoria pública de financiación a proyectos sociales y medioambientales desde el 2009; y participando en diversas marchas solidarias.

5.2.3. Derechos Humanos

5.2.3.1. Desarrollo de proyectos (SI)

Con el transcurso de la crisis, se ha incrementado el número de proyectos solidarios desarrollados por DKV. En el 2000, crea la *Fundación Integralia*, con la voluntad de lograr la inclusión social y laboral de individuos discapacitados mediante la gestión de un *contact center* integrado por ellos mismos. En todo el periodo analizado, se llevan convocando ayudas económicas a proyectos sociales, para todos aquellos que quieran desarrollar programas para fomentar la salud y la mejora en la calidad de vida de personas especiales. En los años 2011, 2012 y 2013 organizó una carrera solidaria, y el dinero recaudado se destinó a fines benéficos. En 2014 florecen dos iniciativas, la primera fue la creación del *Instituto DKV de Vida Saludable*, destinado a promover la mejora de la salud a través de la divulgación de información y la formación; y la segunda el programa *Talento sin límites*, para facilitar a aquellas personas discapacitadas la posibilidad de emprender. Referente a la participación del voluntariado corporativo en dichas acciones, no se puede concluir su incremento o disminución en tiempos de crisis, pero si se puede afirmar que participan en la mayor parte de las acciones desarrolladas, de una forma activa y comprometida.

5.2.3.2. Colaboraciones (SI)

El Grupo de seguros ha colaborado con multitud de instituciones, mediante la donación tanto monetaria como en especie; patrocinios; ofreciendo sus conocimientos; y a través de la colaboración en diversas acciones solidarias, llevadas a cabo por distintas

instituciones, como por ejemplo partidos, fiestas, concursos, rastrillos, venta de vino, marchas y apadrinamiento de niños. En los informes de RSE de la entidad, sólo mencionan algunas instituciones, a continuación se destacan las más relevantes.

La Fundación Down, cuyo objeto social es mejorar la calidad de vida de las personas; la ONG Oxfam Intermón, dedicada a erradicar las injusticias y la pobreza; la Fundación SERES, destinada a ayudar a individuos y colectivos desfavorecidos; la Fundación Española del Corazón, dedicada a la prevención de enfermedades del corazón; la Asociación Española Contra el Cáncer, que lucha contra el cáncer; la ONG Acción Contra el Hambre, que combate el hambre; Caritas, cuyo objetivo es apoyar a diversos grupos en situación de exclusión social; la Fundación Esclerosis Múltiple, encargada mejorar la calidad de vida de las personas que padecen dicha enfermedad; y la ONG Medicus Mundi, destinada a mejorar los servicios médicos de países pobres.

Respecto a las donaciones a dichas instituciones no se especifica los importes. Por otra parte, en la mayoría de las instituciones con la que colabora, su voluntariado corporativo puede participar de una forma u de otra, su presencia es muy activa y comprometida. Por último, no se puede concluir si el número de acciones sociales ha disminuido o aumentado en tiempos de crisis, ya que no se dispone de suficiente información.

5.2.4. Problemas ecológicos mundiales

En la propia política medioambiental y energética del grupo asegurador se encuentran integrados los principios de fomentar la investigación del impacto medioambiental en la salud, y colaborar a través de patrocinios, publicaciones, acciones voluntarias, etc., en proyectos de mejora energética y ambiental.

5.2.4.1. Desarrollo de proyectos (SI)

Desde el 2008 hasta la actualidad, se lleva realizando una convocatoria anual de ayudas económicas para aquellas personas que consigan crear la mejor campaña de comunicación y sensibilización, sobre la importancia de los factores medioambientales en la salud. Los empleados del Grupo pueden participar en la elección del ganador.

5.2.4.2. Colaboraciones (SI)

El Grupo de seguros ha colaborado con distintas instituciones, mediante la donación de

dinero, patrocinios y la colaboración con otras entidades en la ejecución de diversos proyectos. Las memorias rebelan en el 2008 dos actuaciones; la primera consistió en la puesta en marcha de un boletín electrónico elaborado junto a la ayuda de ECODES, para concienciar de los riesgos ambientales en la salud; y la segunda junto a la Fundación Ecología y Desarrollo, la puesta en marcha del *Observatorio de salud y ambiente*, página web a la que puede acceder toda la sociedad y destinada a la publicación anual de estudios relacionados con el medioambiente y la salud. En 2013 y 2014, colabora con la iniciativa *Plant for de Planet* y ECODES, para la reforestación a nivel mundial y nacional respectivamente. El voluntariado corporativo ha podido participar en esta labor. En los periodos 2012 y 2013, destaca la cooperación de la mano de ECODES en el proyecto *Carbonpedia*, base de datos sobre emisiones de carbono que generan distintas empresas y eventos en territorio español. Asimismo, para compensar la huella de CO2 emitida en su actividad, ha cooperado durante los siete años analizados con distintos proyectos, como por ejemplo la generación de energía eólica en la India, la construcción de una mini central hidroeléctrica en Nicaragua, y la reforestación de la Amazonia. Respecto a la contribución al medioambiente a través de patrocinios, las memorias de sostenibilidad mencionan en el 2008 la exposición internacional de agua y desarrollo sostenible; y en el 2008 y 2009 las *Jornadas de salud y medioambientes*, sobre como repercuten los factores medioambientales en la salud de las personas.

5.3. VALORACIÓN GLOBAL

Una vez elaborado el análisis de las dimensiones del Libro Verde junto a sus correspondientes indicadores sectoriales del ICEA, se procede a realizar un análisis DAFO para conocer la situación en la que se encuentra la empresa en materia de RSE; analizando las características internas (Debilidades y Fortalezas) y externas (Amenazas y Oportunidades).

Las debilidades y fortalezas identificadas en la responsabilidad hacia los grupos de interés internos se mencionan a continuación:

Debilidades:

- Disminución del índice de satisfacción de los empleados en las actividades formativas, posiblemente, debido a la falta de escucha en cuanto a las propuestas formativas de los empleados, y a la disminución de horas.

- Incremento del número de accidentes laborales.
- A pesar de la multitud de acciones para disminuir los consumos, no se han logrado reducir.
- Disminución de la diversidad del personal, en cuanto a nacionalidades y discapacidad.
- Respecto a los empleos destruidos en 2009, no se deja constancia de si se implantó alguna medida frente a los despidos, desde el punto de vista socialmente responsable, por lo que se deduce que la aseguradora no hizo nada. Además se ha destruido empleo joven.
- En cuanto a los accionistas, no se menciona ninguna práctica responsable con ellos (por ejemplo, en cuanto a la distribución de beneficios), por lo que se deduce que no se lleva a cabo.
- Omisión de algunos datos en determinados años, y falta de transparencia en algunos aspectos medioambientales y sociales.
- Solamente en sucursales de gran volumen se han obtenido certificaciones en los ámbitos de gestión responsable de recursos humanos, medioambiente, seguridad y prevención. Además hay diversas acciones en el ámbito medioambiental y de la salud y seguridad que sólo se han implantado en este tipo de sucursales.

Fortalezas:

- Incremento del personal en tiempos de crisis (salvo en el 2009).
- Existencia de un subdirector específico en materia de RSE en el Comité de la Dirección y de un programa en materia de RSE.
- Obtención y renovación de numerosas certificaciones, en los ámbitos de gestión responsable de recursos humanos, medioambiente, seguridad y prevención.
- Excelente índice de satisfacción del empleado, incrementándose año tras año.
- Dedicación de mucho esfuerzo al establecimiento de relaciones afianzadas y duraderas con todos sus empleados. Para ello, apuesta por: 1) la promoción interna; 2) la igualdad de oportunidades; 3) la equidad retributiva entre mujeres y hombres, y salario mínimo superior al mínimo establecido por ley; 4) la preocupación por su salud, bienestar y seguridad en el puesto; 5) la diversidad de recursos humanos, e incremento de la presencia de la mujer en puestos muy cualificados. 6) elevada estabilidad laboral; 7) unos eficientes canales de comunicación y escucha; 8) la involucración en la gestión de la entidad, a través

de los EKOamig@s y el programa Innovalia; 9) el establecimiento de una política de conciliación y beneficios sociales, mejorados e incrementados con el transcurso de los años; 10) el desarrollo profesional a través de la formación, más allá de lo establecido por ley.

- En el aspecto medioambiental, destaca por: 1) la elaboración de una política medioambiental; 2) incremento del reciclaje de diversos materiales; 3) concienciación a los empleados sobre la protección y conservación del medioambiente y las fuentes de energía, a través del EKOcanal y los Ek@amigos; 4) incorporaron de nuevos factores para realizar la estimación de emisiones y consumos.
- Contribución a las comunidades locales, sociedad en general y medioambiente, a través de la colaboración en distintos proyectos creados por otras entidades, y mediante el desarrollo de proyectos en los tres ámbitos de actuación señalados.

En cuanto al estudio de la responsabilidad, enfocada a mejorar la satisfacción de los grupos de interés externos, destacan las siguientes amenazas y oportunidades:

Amenazas:

- Disminución del índice de satisfacción de sus clientes y proveedores. La entidad corre el riesgo de que ambos le abandonen y se vayan a la competencia.
- Pérdida de notoriedad de la marca en algunos aspectos como la disminución de reconocimientos obtenidos en materia de RSE y el retroceso de posiciones en el MERCADO sectorial y MERCADO empresas. Todo esto puede repercutir negativamente en la imagen de la empresa de cara al exterior, y posiblemente en los beneficios y funcionamiento de la misma.
- La actual crisis económica puede contribuir a la reducción de la inversión y gestión responsable.
- Existencia de grandes aseguradoras con un potente plan de RSE, y además, con perspectivas de mejora. Esto supone un incremento de la competencia.

Oportunidades:

- Invertir más esfuerzo en el desarrollo de productos sostenibles y de calidad es una posible práctica que incremente la satisfacción del cliente.
- El desarrollo, junto a sus proveedores, de más servicios sostenibles es una posible acción que mejoraría la satisfacción de los proveedores.

- Otra acción que mejoraría la satisfacción de clientes y proveedores es la posibilidad de que éstos puedan participar en más proyectos sociales y medioambientales, tanto elaborados por DKV o en los que colabore la empresa.
- Para una mejora de la reputación de la empresa, sería conveniente:
 - Incrementar la transparencia informativa, y ofrecer más datos sobre algunos aspectos medioambientales, sociales y relacionados con la totalidad de sus proveedores.
 - Adherirse a los Principios de Aseguramiento Sostenible, ya que son propios de este sector en materia de sostenibilidad.
 - Incrementar el desarrollo de acciones elaboradas por la propia compañía, relativas a la contribución al medioambiente.

**PARTE
IV**

**CONCLUSIONES
Y
BIBLIOGRAFÍA**



CONCLUSIONES

El concepto de RSE no es un término acuñado recientemente, pero sí ha adquirido un mayor auge en las últimas décadas, hasta convertirse en una necesidad para las empresas, ya que cada vez son más rigurosas las exigencias por parte de sus stakeholders de llevar a cabo una gestión responsable del negocio, desde el punto de vista social, medioambiental, ético y económico.

En cuanto a su origen, no existe consenso sobre ello, ya que hay diversos documentos que manifiestan su origen en distintos acontecimientos y épocas. Respecto a su evolución, se puede afirmar que el concepto se ha ido ampliando y precisando con el paso de los años. También se ha incrementado el número y calidad de publicaciones académicas, actos específicos y organizaciones públicas y privadas que tratan e incorporan este aspecto, y que elaboran numerosas iniciativas para el desarrollo de la disciplina de la RSE, tanto a nivel nacional, europeo e internacional.

Respecto a la situación de la RSE española, sin duda alguna, existe una gran asimetría entre su desarrollo en las PYMES y en la gran empresa, siendo ésta a favor de la gran empresa. En tiempos de crisis, relacionado con las actuaciones de las entidades de gran tamaño en este tema, no se puede afirmar que exista una tendencia clara en cuanto a incremento o disminución del número de empresas que las practiquen, ya que depende del aspecto que se analice. Pero sí se puede concluir que sigue siendo un número muy elevado de compañías que llevan a cabo prácticas, políticas y actuaciones responsables.

El concepto de RSE afecta a todos los sectores de la economía española, pero particularmente a la industria aseguradora por dos motivos. El primero es debido a que en la propia definición de seguro, aparece integrado el término de responsabilidad social. El segundo hace referencia a que la demanda por parte de la sociedad española, de actuaciones responsables, es un 3% superior que en otras empresas de otros sectores.

En concreto, en la industria asegurada a lo largo de su historia, se ha observado que la RSE ha ido penetrando en el negocio (en mayor o menor intensidad dependiendo de la entidad), y todo el sector es consciente de los beneficios que reporta. Uno de ellos es la mejora de la reputación. Según el monitor MERCO en época de crisis, el número de aseguradoras responsables han disminuido, a diferencia de las consideradas como mejores para trabajar, que han aumentado. Además, son múltiples los ámbitos de actuación en

tiempos de crisis en materia de RSE, en cuanto a redacción de documentos responsables, adhesión a instituciones que promueven la RSE, y actuaciones responsables llevadas a cabo que contribuyen a la sociedad, gestión del talento, igualdad de oportunidades, conciliación de la vida laboral y familiar, salud y seguridad laboral, satisfacción de los diferentes grupos de interés, conservación y protección del medioambiente, innovación en productos y servicios sostenibles y de calidad. No se puede concluir si el número de empresas responsables en este periodo ha incrementado o disminuido, ya que algunos rankings del MERCOSUR afirman que han disminuido, a diferencia de los distintos estudios analizados, que muestran el incremento de las prácticas responsables.

Relativo al Grupo DKV Seguros, en los siete años analizados se concluye que el volumen total de primas devengadas y volumen de empleo directo se ha incrementado, a diferencia de los datos referentes al sector que han disminuido. En cuanto al ramo de salud, es el segundo más comercializado en la industria; en cambio, en el grupo asegurador, es su principal fuente de ingresos. Además, tanto en la totalidad del sector como en la entidad concretamente, su venta se ha incrementado. Referente a los mediadores, es en ambos, el canal a través del cual se obtienen más ingresos con la venta de seguros.

Por otra parte, para el Grupo asegurador la RSE es una de sus prioridades. La entidad dispone de un subdirector y de un programa exclusivo en esta materia. Además, se encuentra adherida a distintas iniciativas para el desarrollo de la RSE, elaboradas por distintas instituciones. Particularmente, al *Pacto mundial*, a las memorias de sostenibilidad GRI, a los indicadores específicos del sector asegurador y a las *Guías de buenas prácticas y autorregulación*.

Concerniente a las prácticas responsables que lleva a cabo la entidad en el ámbito interno, destacan las relacionadas con el establecimiento de relaciones consolidadas y satisfactorias con todos sus empleados. Para conseguir la excelente valoración obtenida, apuesta entre otras cosas por la estabilidad laboral, la preocupación en cuanto a su salud, bienestar y seguridad en el puesto, su desarrollo profesional, igualdad de oportunidades, la involucración en la gestión de la entidad, el establecimiento de políticas de conciliación y beneficios sociales, etc. Aun implantando este tipo de prácticas, algunos datos relativos a las actividades formativas, seguridad, salud y diversidad de personal,

no son del todo favorables para la empresa. En cuanto a la gestión del impacto medioambiental, la entidad se esfuerza en transmitir a sus trabajadores la cultura de protección y conservación, además de llevar a cabo numerosas acciones para disminuir sus consumos, pero finalmente este último objetivo no lo consigue. Además, la empresa ha obtenido numerosas certificaciones en sucursales de gran volumen, en distintos ámbitos de gestión interna responsable. Por otra parte, relativo a los accionistas y al empleo destruido en 2009, no existe evidencia de actuaciones responsables. Y, por último, en ciertos aspectos medioambientales y sociales, sería necesaria una mayor transparencia.

Referido a la dimensión externa, se concluye que la empresa contribuye a los problemas ecológicos mundiales, a las comunidades locales y a los derechos humanos universales de la sociedad, a través del desarrollo él mismo de distintos proyectos, y a través de la colaboración con multitud de instituciones mediante: donaciones, patrocinios, participación en distintas acciones desarrolladas por otras organizaciones y mediante el desarrollo conjunto de iniciativas. En cuanto al número de proyectos creados por la propia aseguradora, es elevado y se ha incrementado, salvo en el ámbito medioambiental, que son escasos. Además, de los datos relativos a la totalidad de las colaboraciones, no se tiene constancia. Por otra parte, DKV busca el establecimiento de una relación satisfactoria con sus proveedores, clientes y mediadores. Para ello, ha desarrollado múltiples acciones, destacando por su gran importancia, el desarrollo de productos y servicios sostenibles y de calidad para sus clientes, la formación para sus mediadores, y el fomento de la RSE en el ámbito social y medioambiental. Realmente, la satisfacción del mediador ha sido excelente, a diferencia de la del cliente y del proveedor, que ha disminuido sin conocer sus causas, salvo en los clientes, posible razón la disminución del desarrollo y mejora de productos y servicios.

Y, por último, para mejorar la satisfacción de sus stakeholders externos, se proponen distintas acciones para cada uno de ellos, como por ejemplo: el incremento del desarrollo de productos y servicios sostenibles, mejora de la transparencia informativa, adhesión a los *Principios de aseguramiento sostenible*, incremento de acciones elaboradas por la propia compañía contribuyentes al medioambiente, etc.

En la realización de este trabajo, la principal limitación encontrada, se presentó en el capítulo 3, en lo referente a la búsqueda de información sobre la RSE en el sector

asegurador en tiempos de crisis. Actualmente, no existen muchos informes que recopilen dicha información. Y además, el ICEA que una de las entidades que más documentos a elaborado sobre este aspecto, no ha sido posible el acceso a muchos informes, debido a que sólo se pueden conseguir pagando cantidades muy elevadas.

BIBLIOGRAFÍA

Analistas Financieros Internacionales (2013). *El seguro en la sociedad y la economía españolas: Balance socioeconómico de una industria necesaria*. Madrid: Fundación Mapfre. Disponible en

http://www.mapfre.es/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1075909. Consultado el 08/04/2015.

Aragón, J. & Rocha, F. (2009). Los actores de la responsabilidad social empresarial: el caso español. *Cuadernos de relaciones laborales*, 27(1), 147-167.

Arrieta, B., & de la Cruz, C. (2005). *La dimensión ética de la responsabilidad social*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Bonilla, L. (2011). *Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Managua: Fundación Internacional para el Desafío Económico Global. Disponible en http://190.114.193.111/MATERIAS/responsabilidad_social_empresa/apunte1.pdf.

Consultado el 30/03/2015.

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid (2009). *El sector acelera la integración de los criterios de inversión socialmente responsables*. Disponible en <http://www.camaramadrid.es/doc/linkext/np-rsc-y-seguros.pdf>. Consultado el 01/09/2015.

Comisión Europea (2001). Libro Verde: *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Disponible en http://ec.europa.eu/green-papers/index_es.htm. Consultado el 29/03/2015.

Comisión Europea (2013). *Informe sobre la responsabilidad social de la empresa en España*. Disponible en <http://ec.europa.eu/spain/pdf/informe-responsabilidad-social.pdf>. Consultado el 05/04/2015.

Club de Excelencia en Sostenibilidad & Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2009). *Estudio Multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España*. Disponible en http://www.club sostenibilidad.org/f_publicaciones/09_multisectorial.pdf. Consultado el 01/04/2015.

Club de Excelencia en Sostenibilidad & Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2013). *Estudio Multisectorial sobre el estado de la responsabilidad corporativa de la gran empresa en España*. Disponible en http://www.club sostenibilidad.org/f_publicaciones/multi13.pdf. Consultado el 01/04/2015.

Asociación de Directivos de Comunicación (En línea). Disponible en <http://rsc.dircom.org/Normativa/normativa.html>. Consultado el 10/04/2015.

Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (2009). *Seguros y fondos de pensiones: Informe 2009*. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad, Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Disponible en <http://www.dgsfp.mineco.es/sector/documentos/Informes%202009/Informe%20Seguros%202009.pdf>. Consultado el 20/04/2015.

Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (2014). *Seguros y fondos de pensiones: Informe 2014*. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad, Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Disponible en <http://www.dgsfp.mineco.es/sector/documentos/Informes%202014/Informe%20Sector%20Seguros%202014.pdf>. Consultado el 20/04/2015.

DKV Seguros (En línea). Disponible en <http://dkvseguros.com/>. Consultado el 25/07/2015.

Fernández, A. & Martínez, A. (2003). ¿Es necesaria una regulación de la responsabilidad social en Europa. *Boletín Económico de ICE*, 2775, 33-45.

Foro de Expertos (2007). *Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas*. Disponible en http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/. Consultado el 23/03/2015.

Forética & Marca España (2014). *RSE y Marca España: Empresas sostenibles, país competitivo*. Madrid: Forética. Disponible en http://foretica.org/documentos/Informe_RSE_Y_MarcaEspana_digital2.pdf. Consultado el 23/04/2015.

García, J. (2012). *La responsabilidad de las organizaciones desde la perspectiva de la demanda*. Tesis de Doctorado para la obtención del título de Doctor, Departamento de Dirección y Economía de la Empresa, Universidad de León, León, España.

Global Reporting Initiative. (En línea). Disponible en <http://www.globalreporting.org/>. Consultado el 03/04/2015.

Grupo DKV (2008). *Informe de sostenibilidad*. Disponible en <http://dkvseguros.com//almacen/Publicaciones-corporativas/Memoria/Informe-Sostenibilidad-2008.pdf>. Consultado el 26/07/2015.

Grupo DKV (2009). *Informe de sostenibilidad*. Disponible en <http://dkvseguros.com//almacen/Publicaciones-corporativas/Memoria/Informe-Sostenibilidad-2009.pdf>. Consultado el 26/07/2015.

Grupo DKV (2010). *Informe de sostenibilidad*. Disponible en <http://dkvseguros.com//almacen/Publicaciones-corporativas/Memoria/Informe-Sostenibilidad-2010.pdf>. Consultado el 26/07/2015.

Grupo DKV (2011). *Informe de sostenibilidad*. Disponible en <http://dkvseguros.com//almacen/Publicaciones-corporativas/Memoria/Informe-Sostenibilidad-2011.pdf>. Consultado el 26/07/2015.

Grupo DKV (2012). *Informe de sostenibilidad*. Disponible en <http://dkvseguros.com//almacen/Publicaciones-corporativas/Memoria/Informe-Sostenibilidad-2012.pdf>. Consultado el 26/07/2015.

Grupo DKV (2013). *Informe de sostenibilidad*. Disponible en <http://dkvseguros.com//almacen/Publicaciones-corporativas/Memoria/Informe-Sostenibilidad-2013.pdf>. Consultado el 26/07/2015.

Grupo DKV (2014). *Informe de sostenibilidad*. Disponible en <http://dkvseguros.com//almacen/Publicaciones-corporativas/Memoria/Informe-Sostenibilidad-2014.pdf>. Consultado el 26/07/2015.

Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones (2013). *Papel del seguro en el desarrollo sostenible*. Documento nº 229. Madrid: Autor. Disponible en http://www.mapfre.es/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1075263. Consultado el 20/05/2015.

Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones (2014). *II Estudio sobre el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en el sector asegurador*. Disponible en http://www.unespa.es/adjuntos/fichero_3760_20140528.pdf. Consultado el 04/05/2015.

Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones (En línea). Disponible en <http://www.icea.es/es-ES/Paginas/home.aspx>. Consultado el 18/05/2015.

Instituto Estudios Superiores Financieros y de Seguros (En línea). *El sector asegurador toma posiciones ante el reto de la sostenibilidad*. Disponible en http://www.inese.es/noticias/detalle_noticia/-/asset_publisher/Cy9o/content/el-sector-asegurador-toma-posiciones-ante-el-reto-de-la-sostenibilidad. Consultado el 05/05/2015.

International Organization for Standardization (En línea). Disponible en <http://www.iso.org/iso/home.html>. Consultado el 21/03/2015.

Manzano, A. (2012). *Claves del seguro español: una aproximación a la historia del seguro en España*. Madrid: Fundación Mapfre. Disponible en http://www.mapfre.es/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1071793. Consultado el 10/04/2015.

Mapfre (En línea). Disponible en <http://www.mapfreggrupo.com/responsabilidad-social/es//general/responsabilidad-social-mapfre.shtml>. Consultado el 28/05/2015.

Mayor, D. & Budova, D. (2012). Proyectos comunitarios en materia de RSE y concreción en España. *Derecho de los negocios*, 23(261), 33-46.

Ministerio de Empleo y Seguridad Social. *Estrategia española de responsabilidad social de las empresas*. Madrid: Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Subdirección General de Información Administrativa y Publicaciones. Disponible en http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/EERSE_WEB.pdf. Consultado el 29/04/2015.

Monitor Empresarial de Reputación Corporativa. (En línea). Disponible en <http://www.merco.info/es/rankings-merco>. Consultado el 10/05/2015.

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (En línea). Disponible en <http://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/>. Consultado el 05/03/2015.

Organization for Economic Cooperation and Development (En línea). Disponible en <http://www.oecd.org>. Consultado el 05/03/2015.

Occupational Health and Safety Assessment Series (En línea). Disponible en www.ohsas.org. Consultado el 20/04/2015.

Organización Internacional de Trabajo (En línea). Disponible en <http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>. Consultado el 13/04/2015.

Organización de las Naciones Unidas (En línea). Disponible en www.un.org/es/. Consultado el 27/05/2015.

Rosales, J. M., Granda, G. & Iglesia, I. (2013). *Estado del arte y precisiones conceptuales de la responsabilidad social dentro de la gran empresa española*. Disponible en http://foretica.org/index.php/biblioteca/documentos-de-interes/ministerio-de-trabajo-y-asuntos-sociales-/cat_view/114-espana?view=docman&lang=ca. Consultado el 15/02/2015.

Social Accountability International (En línea). Disponible en <http://www.sa-intl.org/>. Consultado el 17/04/2015.

Seguros TV (Productor). (2013). *¿Quién debe impulsar la RSC en las compañías?*. Madrid: Autor.

Seguros TV (Productor). (2013b). *¿Cómo afecta la crisis a la RSC?*. Madrid: Autor.

Schwalb, M., & García, E. (2003). *Evolución del compromiso social de las empresas*. Documento de Trabajo 58. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

Travassos, M. F. (2014). *Diseño de índices de divulgación de la información de responsabilidad social empresarial y gobierno corporativo*. Tesis de Doctorado para la obtención del título de Doctor, Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Extremadura, Extremadura, España.

Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (En línea). Disponible en <http://www.unespa.es/frontend/unespa/base.php>. Consultado el 24/07/2015.

Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (2008). *Memoria social 2008 del seguro español*. Madrid: Autor. Disponible en http://www.unespa.es/adjuntos/fichero_2919_20090525.pdf. Consultado el 22/05/2015.

Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (2010). *Memoria social 2010 del seguro español*. Madrid: Autor. Disponible en http://www.unespa.es/adjuntos/fichero_3310_20110714.pdf. Consultado el 23/05/2015.

Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (2013). *Memoria social 2013 del seguro español*. Madrid: Autor. Disponible en http://www.unespa.es/documentacion/memoria_social_2013/. Consultado el 25/05/2015.

The United Nations Environment Programme Finance Initiative (2007). *Principios para la inversión responsable*. Ginebra: Autor. Disponible en <http://www.ascrri.org/wp-content/uploads/2015/03/gu%C3%ADa-explicativa-PRI.pdf>. Consultado el 19/05/2015.

The United Nations Environment Programme Finance Initiative (2012). *Principios para la sostenibilidad en seguros*. Ginebra: Autor. Disponible en http://www.unepfi.org/psi/wp-content/uploads/2013/06/PSI-document_Spanish.pdf. Consultado el 15/05/2015.

Vallejo, M. (2014). *La reputación corporativa en empresas españolas: análisis y evaluación de los factores explicativos*. Madrid: Fundación Mapfre. Disponible en http://www.mapfre.es/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1077442. Consultado el 28/06/2015.

Van Lancker, A. (2001). La Agenda Social Europea: La ambición social de Europa. *Foro de Seguridad Social*, nº 5.

WBCSD (En línea). Disponible en <http://www.wbcd.org/home.aspx>. Consultado el 09/04/2015.

Yacuzzi, E. (2005). *El estudio de caso como metodología de investigación*. Disponible en <http://hdl.handle.net/10419/84390>. Consultado el 01/09/2015.