



*the* **BEYOND**  
*change*  
**FIDELIDADE**

Impulsamos el futuro.





# ÍNDICE

<b>1.</b>	Presentación	<b>4</b>
<b>2.</b>	Visión, Misión y Valores del Grupo Fidelidade	<b>5</b>
<b>3.</b>	Alcance	<b>7</b>
<b>4.</b>	Enfoque	
	I Ética y anticorrupción	<b>8</b>
	II Salud, seguridad y bienestar de nuestras personas	<b>10</b>
<b>5.</b>	Principales líneas de actuación: La sostenibilidad	<b>11</b>
<b>5.1</b>	Financiera	<b>13</b>
	<b>5.1.1</b> Desarrollo de IT	<b>15</b>
	<b>5.1.2</b> Conciencia y compromiso sostenible	<b>17</b>
	i. Acuicultura	<b>18</b>
	ii. Fotovoltaicas	<b>21</b>
	iii. Residuos metálicos	<b>22</b>
	<b>5.1.3</b> PETS	<b>23</b>
<b>5.2</b>	Social	
	<b>5.2.1</b> RSC	
	<b>A.</b> Voluntariado: What's Next?	<b>25</b>
	I Recogida alimentos	<b>26</b>
	II Recogida juguetes en Navidad	<b>28</b>
	III Recogida de ropa para Cáritas	<b>29</b>
	IV Tapones para la Fundación Almar	<b>31</b>
	V Proyecto Libera	<b>33</b>
	VI Pacto de las Naciones Unidas	<b>35</b>

**B. Donaciones: B2Run por ACNUR** ————— **37**

**C. Otras acciones: El Árbol de los deseos** ————— **39**

### **5.2.2** Perfiles

**I** Diversidad e igualdad ————— **41**

**II** Retención del talento ————— **47**

**III** Formación y desarrollo ————— **50**

**IV** Plan de igualdad ————— **53**

**5.2.3** Logros ————— **54**

## **5.3**

### Ambiental

**5.3.1** Vincular los ODS al sector asegurador ————— **55**

**5.3.2** Dónde estábamos y donde queremos estar ————— **56**

**5.3.3** Reducción de la Huella de Carbono ————— **65**

### **5.3.4** Logros y Adhesiones

**I.** Comunidad por el Clima ————— **67**

**II.** Proyecto "Sigamos reciclando" ————— **69**

**III.** Fomento del transporte sostenible ————— **70**

**IV.** Energía: somos verdes ————— **70**

Nuestro nivel en sostenibilidad ————— **71**

## **6.** Beyond the Change

**6.1** Stakeholders ————— **73**

**I.** Clientes ————— **74**

**II.** Proveedores ————— **76**

**III.** Empleados ————— **77**

**6.2** Retos para 2022 ————— **79**

## LA LEY DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

---

Las leyes que rigen la economía contemporánea forman parte de nuestra vida desde hace tanto tiempo que todos las manejamos con soltura y naturalidad y las asumimos como algo a tener en cuenta en nuestro día a día. Si queremos comprar una fruta que no es muy común es más cara que una fruta local, si nos queremos ir a vivir a una buena zona las casas son más caras, contratar a una persona cualificada es más costoso que a una persona simplemente capacitada, los buenos restaurantes cuestan algo más que lo que vale la calidad de su comida. Y todos lo aceptamos y lo entendemos aunque no estemos de acuerdo en ocasiones. Si todos deseamos algún bien escaso, o hay más compradores que vendedores, los precios suben.

¿Pero qué ocurre cuando hablamos de bienes u objetos limitados o únicos?, ¿Cuándo la oferta es tan limitada que "no hay ni habrá más"? Entonces el objeto de la compra tiene un valor incalculable. Coches de edición limitada que multiplican por 10 su valor, relojes hechos a mano en un taller que ha cerrado, violines únicos, cuadros de un autor de hace 400 años.

En la Tierra la población era de unos 1.000 millones hace 120 años y ahora somos más de 7.000. En la Tierra la esperanza de vida era de 40 años y ahora se acerca a los 80 en un gran número de países. Nos hemos multiplicado por 14 y en consecuencia nos hemos multiplicado en número y también en consumo. Nuestra capacidad de producción de recursos procesados ha hecho que no nos limitemos solo a los recursos naturales conocidos. Hemos aprendido a consumir y aprovechar otros recursos que hasta este último siglo no estaban siendo utilizados.

Mientras tanto la Tierra se está quedando sin parte de los recursos y su capacidad de reposición es limitada, lenta o nula (no hay más opciones). Cojamos como ejemplo el recurso natural que nos apetezca y pensemos en su capacidad de reposición. Veréis como directamente encaja en una de estas categorías: limitada, lenta o nula.

Pues es una situación ésta, en la que el más novel de los compradores sabe que los Recursos Naturales son un bien muy valioso. Cada vez son menos, es difícil recuperarlos y cada vez somos más los demandantes.

Un día nos levantamos y percibimos que la compra diaria es más cara. Es el transporte, son los intermediarios, la especulación.

Y si lo que pasa es que antes o después todo lo que consumimos se acaba. ¿Qué ocurrirá cuando una merluza sea un "animal exótico" o las manzanas solo se cultiven "en sitios muy concretos"? ¿Son un elemento del que podemos prescindir o algo único que no podemos perder?.

Creo que la respuesta a todo esto es innecesaria.

Lo necesario es la reflexión.

Saber si este año nos acercará más a un mercado con déficit de oferta o no.

¡Feliz y **SOSTENIBLE** año!

## 2. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE FIDELIDADE.

Desde nuestra llegada a España, en 1995, Fidelidade ha conocido diferentes etapas que han ido conformando la identidad que tiene hoy en día, basada en tres principios fundamentales:

- **Eficacia** en la respuesta a clientes y mediadores.
- **Excelencia** en la calidad del servicio y los niveles de satisfacción.
- **Mejora continua** de las infraestructuras técnicas y tecnológicas para que, en conjunto, ofrezcan soluciones adecuadas a las diferentes situaciones que viven los clientes.

Los primeros años de actividad estuvieron concentrados en acompañar los programas de expansión internacional de los clientes corporativos. Una actividad que sirvió para impulsar el desarrollo de soluciones a escala ibérica a partir de fórmulas que aprovechan las sinergias de la compañía en los mercados de toda la península.

En la actualidad, las soluciones de Negocio Ibérico desarrolladas por Fidelidade garantizan a los clientes la salvaguarda de sus intereses y el respaldo de sus iniciativas de internacionalización.

Para dar continuidad a Fidelidade e implicar en su desarrollo a todos sus grupos de interés (accionistas, directivos, empleados, clientes, proveedores, entorno social) es necesario tener un guión claro y compartido por todos esos colectivos. Esto es, una misión, una visión y unos valores capaces de integrar y compatibilizar muchos objetivos individuales, desde la convicción de que es el objetivo común el garante de que cada uno de los participantes podrá aproximarse a sus propios objetivos particulares.





## MISIÓN

Apoyar el desarrollo y la construcción de una sociedad sostenible. Nos comprometemos a educar, servir, acompañar y cuidar de las personas a lo largo de su vida, con productos y servicios innovadores que, efectivamente, les protejan.

## VISIÓN DE GRUPO FIDELIDADE

Ser un ejemplo para los demás, nunca dejando a nadie sin una respuesta y apoyo, incluso cuando para eso haya que ir más allá de nuestras obligaciones.

## VALORES

- Somos **Fidelidade** siempre que **reinventamos el futuro**. Orgullosos de nuestro pasado, inspiramos nuestro futuro.
- Somos **Fidelidade** siempre que **nos superamos**, y seamos sobresalientes para superar nuestros límites.
- Somos **Fidelidade** siempre que **impulsamos el cambio** siendo innovadores para contribuir al progreso.
- Somos **Fidelidade** siempre que **estamos al lado de las personas** escuchándolas.



### 3. ALCANCE

---

Nuestra empresa desarrolla su actividad en diversos entornos: medio rural, marítimo, industrial, empresarial... y presta un amplio abanico de servicios.

Por todo esto nuestro alcance va desde lo más pequeño hasta lo más grande. Nuestro alcance es tan amplio como queramos y **nosotros lo queremos todo.**

# ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN



## EMPLEADOS FORMADOS EN ANTICORRUPCIÓN

	DIRECTORES	MANDOS	PLANTILLA	TOTAL
2020	8	15	46	69
2021	8	16	46	70

## CASOS DE CORRUPCIÓN

---

Podemos presumir de no tener ningún caso de corrupción en nuestra plantilla

	DIRECTORES	MANDOS	PLANTILLA	TOTAL
2020	8	15	46	0
2021	8	16	46	0



**FIDELIDADE**

## SALUD, SEGURIDAD Y BIENESTAR

---

Desde el comienzo de la pandemia de la COVID-19, en Fidelidade hemos realizado un seguimiento continuo de su impacto y de sus potenciales efectos a corto y medio plazo. Nuestra prioridad ha sido siempre la de garantizar la salud y el bienestar de nuestro personal y de todas las personas que, directa o indirectamente, nos prestan servicios o nos proveen de bienes necesarios para el normal funcionamiento de nuestra Compañía.

En los primeros momentos de la crisis sanitaria, uno de nuestros principales objetivos fue proteger la salud de aquellas personas que debían seguir prestando servicios esenciales y poner los medios necesarios para que el resto de nuestros equipos pudiese trabajar en remoto.

Posteriormente, a medida que se avanzaba en la reapertura, se activaron otras medidas encaminadas a gestionar el retorno de nuestro equipo a sus puestos de trabajo de manera ordenada y segura y el establecimiento de nuevas formas de trabajo. Hemos puesto en marcha un plan de contingencia global en nuestros centros de trabajo para proteger a nuestra plantilla frente a los posibles riesgos de contagio y propagación del virus, en el que se incluyen distintas medidas preventivas, organizativas y de coordinación sanitaria, aplicables en función de la gravedad de los distintos escenarios.



# 5. PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN: LA SOSTENIBILIDAD

## Tipos de Sostenibilidad

La Sostenibilidad está tipificada en varios conceptos relacionados como: la sostenibilidad ambiental, la sostenibilidad social y la sostenibilidad económica. En consecuencia, muchos de los retos a los que se enfrenta el ser humano tales como el cambio climático o la escasez de agua sólo se pueden resolver desde una perspectiva global y promoviendo el desarrollo sostenible.

En Fidelidade tenemos claro que hay cuatro patas que sostienen la mesa de la sostenibilidad.

De esas cuatro patas realmente solo podemos repercutir o afectar con nuestras acciones en tres:





FIDELIDADE

**BEYOND**

the

*change*

Impulsamos el futuro.



**FIDELIDADE**

SEGUROS DESDE 1808

## 5.1 FINANCIERA

---

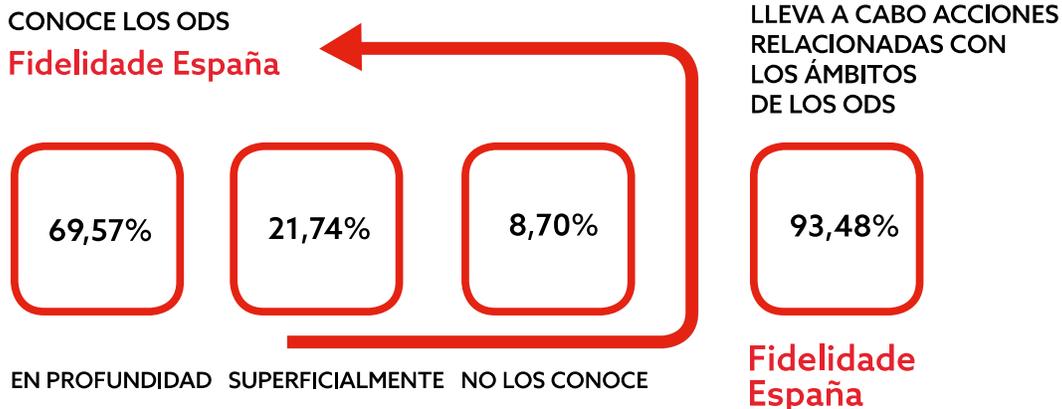
La Sostenibilidad Económica se encarga de que las actividades que buscan la sostenibilidad ambiental y social sean rentables.

Se refiere a la capacidad de generar riqueza en cantidades adecuadas y equitativas en distintos ámbitos sociales y conseguir que la población sea capaz de solventar sus problemas económicos. Fortalecer la producción y consumo en sectores de producción monetaria. En pocas palabras es un equilibrio entre el ser humano y la naturaleza para satisfacer las necesidades y no sacrificar a las generaciones futuras.

El principal valor añadido en la industria del seguro estaría pues, en evitar la destrucción de valor, ante la presencia de recursos naturales escasos (como el agua) o amenazas o riesgos de carácter sistémico, como el cambio climático o las pérdidas de biodiversidad.



## IMPLEMENTACIÓN DE LOS ODS EN LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE SEGUROS



## OPORTUNIDADES Y RETOS DEL SECTOR DESDE EL PUNTO DE VISTA FINANCIERO

Los seguros tienen numerosas oportunidades de negocio contribuyendo a los Objetivos de la Agenda 2030. Un ejemplo de estas oportunidades es la digitalización, que se ha convertido en los últimos años en uno de los motores fundamentales de estas empresas. El desarrollo de aplicaciones móviles, pasarelas de pago seguras y otras herramientas para asegurarse de forma digital han penetrado en prácticamente todos los rincones del mundo.

En sintonía con esto y tal como estaba en nuestra hoja de ruta, Fidelidade ha lanzado en 2021 dos seguros digitales: PETS y Seguro vivienda.

PETS, a través de una APP y ambos de forma digital y en sintonía con la sostenibilidad. Además, la pandemia COVID-19 ha acelerado de forma rotunda este proceso, se prevé que el mercado mundial de banca digital alcance los 22.300 millones de dólares en 2025.

**FIDELIDADE**

### 5.1.1 DESARROLLO DE IT

---

La era digital presenta múltiples oportunidades y retos a las compañías de seguros. Gracias a los nuevos recursos digitales, las compañías tienen por primera vez a su alcance medios atractivos para agilizar sus tareas, ser más eficientes y rentables.

El nuevo ecosistema obliga a las compañías a ofrecer productos con gestiones cien por cien digitales (compra, gestión de siniestros, postventa, refferal etc.)

La mayoría de las tendencias del sector de los seguros para 2022 estarán impulsadas por las nuevas tecnologías para agilizar y mejorar los procesos, permitiendo a las aseguradoras crear nuevos productos que se adapten a una generación más joven, que valora mucho la rapidez, la comodidad, el servicio postventa y la relación calidad precio.

La forma en que los consumidores realizan sus gestiones ha cambiado de la noche a la mañana y ha llegado el momento de ir más allá de lo básico y proporcionar a los consumidores experiencias digitales excepcionales.

La transición acelerada de los canales físicos a los digitales está en marcha desde hace tiempo y es crucial repensar lo que significa ser digital. Los datos más significativos es que hemos actuado en muchos proyectos como Collab y en servicios como: pago con tarjeta o firma y portal clientes. En 2021 ya ofrecemos productos digitales como seguro de vivienda y PETS.





## 5.1.2 FIDELIDADE PRODUCTOS: CONCIENCIA Y COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD. CUMPLIENDO CON LOS ODS

---

La Taxonomía Europea es un sistema de clasificación de actividades económicas ambientalmente sostenibles. Esta clasificación determina qué se considera sostenible y qué actividades no lo son.

Los avances del marco regulatorio europeo como la Taxonomía para las inversiones sostenibles, la divulgación de la información no financiera sientan las bases para un sector asegurador que está teniendo un rol protagonista en la consolidación de la inversión sostenible.

En Fidelidade, conscientes de la importancia de ir un paso por delante y teniendo la conciencia y el compromiso con la sostenibilidad presentamos al mercado productos sostenibles como:

- Acuicultura
- Fotovoltaicas
- Residuos metálicos

## PORQUE LA ACUICULTURA ES SOSTENIBLE, FIDELIDADE ESTÁ A SU LADO



En un contexto en el que las pesquerías que se encuentran dentro de niveles biológicamente sostenibles han pasado del 90% en 1974 al 55,8% en 2020. La acuicultura está destinada a convertirse en una de las fuentes de proteína segura, saludable y de calidad más importantes.

Su producción presenta, además, una mayor eficiencia energética, una menor huella de carbono que la de otras materias primas que proceden del medio terrestre, facilitando un consumo de proximidad en el que se reduzcan las distancias entre las zonas de producción y de consumo. Por tanto, este sector desempeña un papel determinante en la transición hacia unos sistemas alimentarios sostenibles, así como para el desarrollo de la bioeconomía y la economía circular.

**2/3 DEL  
PESCADO  
QUE CONSUMIREMOS EN 2030  
PROCEDERÁ DE LA  
ACUICULTURA**

Esta es una oportunidad para el sector acuicultor que se enfrenta a retos globales importantes relacionados con desarrollos tecnológicos para optimizar los sistemas productivos, minimizar los efectos sobre el bienestar de los organismos cultivados, la calidad de los productos finales y la conservación de los ecosistemas de su entorno. Nos importa y nos preocupa el futuro del sector de la acuicultura. Conscientes de esta necesidad y de la importancia de que este tipo de empresas tengan la cobertura que se merecen, desarrollamos el seguro para la acuicultura.

La acuicultura off-shore se erige como una de las posibles respuestas a dicha compleja ecuación, cuyo desarrollo a medio plazo pasa, además, por la planificación del espacio marítimo y la gestión integrada de sus diferentes usos. La cuantificación objetiva de las posibles interacciones (limitaciones de uso/sinergias) entre diferentes sectores representa uno de los principales retos para su desarrollo.

Pero al mismo tiempo, la acuicultura, al igual que otros sectores primarios, debe estar abierta al desarrollo de nuevos modelos de negocio asociados a procesos, productos y servicios innovadores con potenciales aplicaciones en sectores como la industria química, farmacéutica, de nuevos materiales, la energética y la cosmética.

En Fidelidade aseguramos tanto a explotaciones On-shore (en tierra) como a explotaciones Off- shore (en el mar).



A nadie se le escapa a estas alturas que nuestro planeta sufre. Hemos entrado en 2021 con una población mundial de 7.837 millones de personas. Se estima que en 2050 lleguemos a 9.100 millones y a finales del siglo alcancemos los 11.000. Todo este crecimiento y el progreso de la economía dispara la demanda de alimentos y de dietas cada vez más diversificadas.

Esto significa que el pescado para consumo directo humano procedente de las piscifactorías superará en 2030 al volumen de pescado salvaje capturado por las flotas pesqueras. Es evidente que la acuicultura desempeña un importante papel a la hora de cerrar la brecha entre las producciones pesqueras sostenibles y la creciente demanda de alimentos provenientes de aguas dulces o marinas.

Encaminarse hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible es primordial para la Acuicultura de España y por lo tanto para nosotros.

Así pues, promoviendo y cuidando de este sector estamos cumpliendo con los ODS.



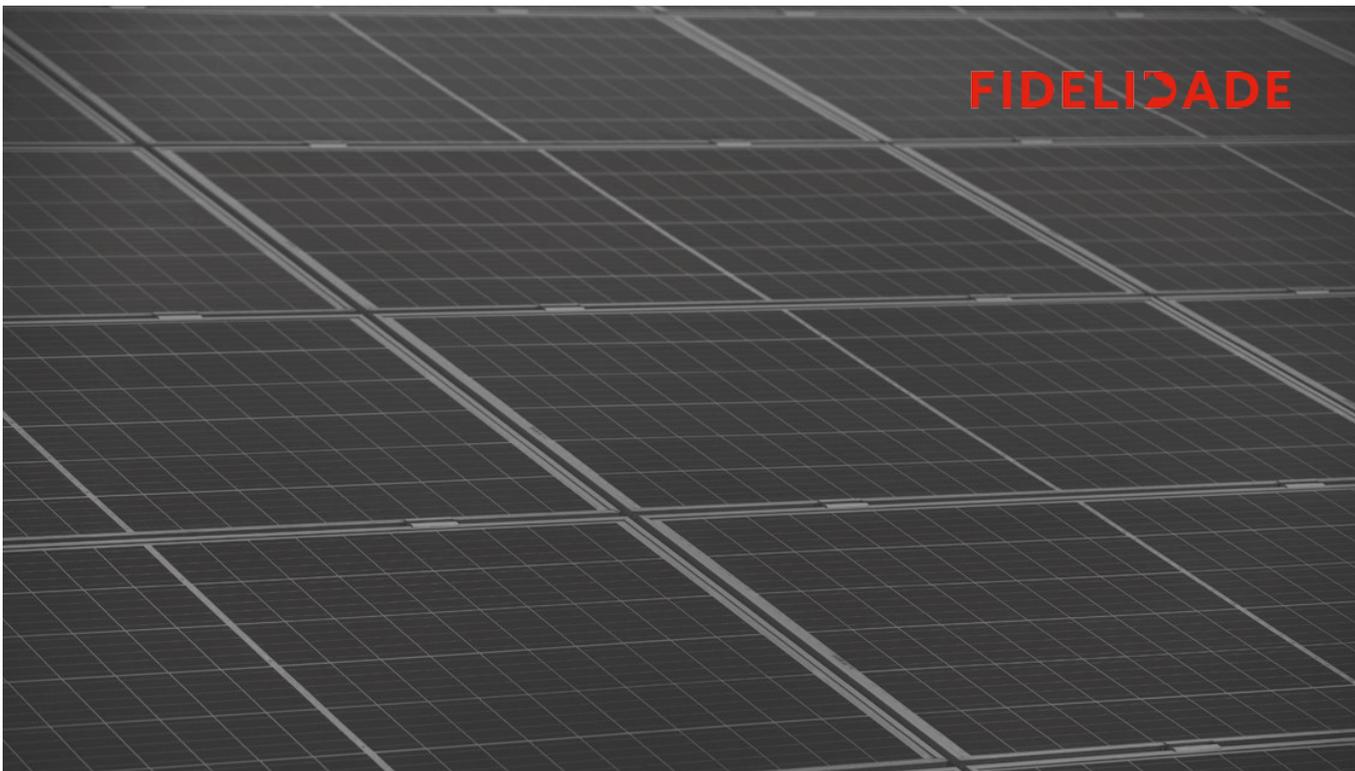
## FOTOVOLTAICAS: ENERGÍA LIMPIA Y SEGURA

---

Otra de nuestras preocupaciones, dado que nuestra huella de carbono directa es mínima, ha sido ayudar a reducir la huella de carbono global y por esto hemos querido asegurar, ayudar e impulsar a empresas dedicadas a energías alternativas y en concreto a empresas dedicadas a la generación de energía limpia por medio de fotovoltaicas.

La energía fotovoltaica es la transformación directa de la radiación solar en electricidad. Esta transformación se produce en unos dispositivos denominados paneles fotovoltaicos. En los paneles fotovoltaicos, la radiación solar activa los electrones de un dispositivo semiconductor generando una pequeña diferencia de potencial. La conexión en serie de estos dispositivos permite obtener diferencias de potencial mayores.

Para Fidelidade las personas y su bienestar son lo más importante y en consecuencia nos interesa y apoyamos a aquellas empresas que hacen que mejore la vida de las personas.



## RESIDUOS METÁLICOS

---



Fidelidade está convencida de la necesidad del reciclaje y de la reutilización de todo tipo de materiales, no hemos dudado en apoyar y ayudar a las empresas que se dedican al reciclaje de residuos metálicos.

El reciclaje y la recuperación de residuos metálicos, permite recolectar materiales con mayor rapidez para darles una nueva vida. Prolongar su vida útil, conservar recursos generales, ahorra energía y hace que un residuo se convierta en un recurso y se disminuya la contaminación del aire y del agua.

La recuperación de residuos metálicos y su reutilización es imprescindible para la supervivencia del medio ambiente, permitiéndonos disfrutar de un material indefinidamente. De esta forma optimizada y eficiente fomentamos la economía circular. Así se lucha contra la obsolescencia programada y se realiza un uso más sostenible y eficiente de los metales, consiguiendo un menor impacto en el medio ambiente.

Es posible ver metales de diferentes tipos en cualquier lugar desde los edificios hasta los automóviles y desde los utensilios de cocina hasta los aparatos electrónicos. Estos metales, cuya transformación de los recursos naturales es muy costosa, tienen características reciclables. El reciclaje de metales es un método efectivo tanto para la protección de los recursos naturales como para el ahorro de energía.

El reciclaje de los residuos metálicos también tiene una importancia sustancial en la limpieza ambiental, junto al ahorro de energía.

El contribuir al reciclaje es la responsabilidad de todos nosotros para el futuro del mundo y la economía de nuestro país.

## PETS

---



Queremos destacar y hacer una parada en nuestro producto PETS.

Nuestro niño mimado que finalmente salió a la luz a finales de 2021. Un acontecimiento que llega acompañado de toda una revolución digital en nuestro modelo de negocio.

Desde ahora, los dueños y las dueñas de mascotas cuentan con una nueva manera de entender la salud de sus fieles acompañantes. Después de dos años de trabajo y dedicación de numerosos equipos y áreas, finalmente en 2021, iniciamos la comercialización de **Fidelidade Pets**, que llega acompañado de una auténtica revolución en el modelo de negocio que veníamos realizando hasta el momento, con un salto sustancial hacia la digitalización en sentido amplio.

El lanzamiento de **Fidelidade Pets** supone para la compañía mucho más que el inicio de una nueva línea de seguros para particulares. Con su llegada:

- Hemos creado operativas 100% digitales, implementando el portal de clientes [my.fidelidade.es](https://my.fidelidade.es) e incorporando la firma digital, que conjuga la digitalización con la sostenibilidad de una filosofía paper-less.

- Hemos robustecido nuestra oferta de valor para los distribuidores, adecuando nuestros circuitos de contratación a un modelo de omnicanalidad que ofrece al distribuidor no solo el seguro, sino las herramientas digitales para integrarlo en sus marketplaces y páginas web.



## A. Voluntariado WHAT'S NEXT

---

"What's Next" surge de la necesidad de promover acciones sostenibles. El equipo de voluntarios que se creó para poner llevar a cabo acciones solidarias (Equipo Haces Falta) vuelve con más fuerza porque, además de abanderar acciones enfocadas en el ámbito social, pone en marcha iniciativas medioambientales y de economía circular. Pero, además, What's next? se trata de una invitación y una llamada a la acción planteándonos que todo es posible. Todo aquel que tenga una propuesta que considere que se puede implantar en Fidelidade puede y podrá ponerse en contacto con el Área de Procurement y Sostenibilidad (APS).

El equipo de What's next?, estudia la viabilidad de las acciones para ponerlas en marcha. What's Next? es un foro abierto donde toda la plantilla puede implicarse con nuevas ideas e iniciativas. Su principal objetivo es ser una plataforma abierta para lanzar nuevas propuestas.

Tal y como su nombre da lugar, es importante no quedarse quietos y no esperar a que las cosas pasen, sino hacer que ocurran.



## I Recogida de alimentos

---



Como cada año colaboramos con el Banco de Alimentos de Madrid, organización benéfica sin ánimo de lucro cuyo fin es conseguir gratuitamente alimentos para distribuirlos, también de manera gratuita, entre entidades benéficas dedicadas a la asistencia y cuidado directo de personas necesitadas dentro de la Comunidad de Madrid.

Este año ha sido duro para muchas familias por las consecuencias económicas de la pandemia entre las que están la pérdida de muchos empleos y en consecuencia en muchas casas no hay nada de comer y para los que el poder vivir unas Navidades "normales" se ha convertido en el mejor regalo que podrían recibir.

Por esto, hemos querido aportar nuestro granito de arena y además de colaborar con alimentos básicos hemos aportado también alimentos típicos navideños, porque comer no es un privilegio de unos pocos y la Navidad es para todos.

Para esto se facilitó la forma de hacer las donaciones abriendo la posibilidad de hacerlo presencialmente o a través de la web personalizada:

<https://donar.bamadrid.org/>



**FIDELIDADE**  
SEGUROS DESDE 1808



Madrid, 06 de mayo de 2022

Estimados donantes de **FIDELIDADE CONPANHIA DE SEGUROS**.

Nos dirigimos a vosotros con el fin de expresar nuestro agradecimiento por vuestra aportación a la Operación Kilo on line llevada a cabo recientemente en vuestra empresa o institución, recaudando un total de 475 euros correspondientes a 8 donantes, que se destinarán a la compra de alimentos.

Tened la absoluta seguridad de que vuestra donación, junto con la de otras muchas personas que como vosotros poseen una alta sensibilidad social, contribuirá a paliar la grave situación que sufren muchas personas en la Comunidad de Madrid, que sobreviven diariamente con unos recursos extraordinariamente reducidos, situación que ha venido a empeorar la grave crisis económica que estamos viviendo.

Los alimentos donados por vosotros serán distribuidos, junto con los recibidos por otros cauces, entre 540 entidades benéficas registradas en la Comunidad de Madrid, que diariamente atienden a 190.000 personas, a través de residencias, comedores sociales, actividades asistenciales, etc. 33.000 de los beneficiarios son niños y 10.000 lactantes.

La Fundación Banco de Alimentos de Madrid, se pone a vuestra disposición bien para recibirlos y mostraros nuestras instalaciones, como para futuras contribuciones de alimentos que podáis llevar a cabo.

Si queréis ampliar información, podéis visitar nuestra página web [www.bamadrid.org](http://www.bamadrid.org).

Nuevamente, os queremos agradecer la ayuda prestada.

Recibid un cordial saludo,

Equipo Operación Kilo  
Fundación Banco de Alimentos de Madrid

## II Recogida de juguetes y material escolar a favor de la parroquia del Santísimo Cristo de la Guía y San Juan de Sahagún (Vicálvaro) y la Asociación de familias numerosas en riesgo de exclusión.

Hemos hecho que estas Navidades sean un poco mejores para 200 niños gracias a la donación de juguetes y libros de personas altruistas.

Queremos agradecer todo vuestro apoyo y en especial por la colaboración desinteresada del equipo de APS (Lorena López y Esther Mejías) y del grupo de voluntarios What's Next?, concretamente de nuestras compañeras María José Mendieta y Arancha Rodríguez-Campos que se han volcado en esta acción.



Nos gustaría que el próximo año esta acción no fuese necesaria pero somos conscientes de que ese deseo es por ahora imposible. Por eso esperamos vuestra ayuda las próximas Navidades para hacer de estas fiestas tan familiares algo especial para las personas desfavorecidas.



### III. Recogida de ropa para Cáritas

---

En Fidelidade, comprometidos como siempre con los colectivos de la sociedad más necesitados, pusimos en marcha una acción de recogida de ropa con Cáritas.

Donando todo tipo de textiles como ropa, mantas, colchas, sábanas, toallas y todo tipo de complementos como zapatos, bolsos, fulares, cinturones, bisutería, etc.

Colaboramos con Cáritas Madrid y con su filial Textil Empleo, empresa dedicada a la inserción de personas en estado de vulnerabilidad, que se encargó de venir a buscar todas las prendas, higienizarlas y seleccionarlas para, posteriormente, trasladarlas a tiendas de segunda mano - propiedad de Cáritas.

Las prendas donadas son sometidas a un proceso de calificación con el fin de eliminar las que no tienen ningún tipo de utilidad pues se encuentran en un estado de deterioro que no permite su reutilización. Estas prendas se destinan a un proceso de reciclaje o de incineración, siempre cumpliendo con la normativa vigente.

De las prendas que pueden ser reutilizadas, se seleccionan las que están en condiciones óptimas y son destinadas a su venta en la red de tiendas Moda Re. También, una parte es enviada a proyectos internacionales de países en desarrollo para su entrega a población necesitada.

Reciclar nuestra ropa no solamente constituyó una acción solidaria. Mediante la inclusión de organizaciones sin ánimo de lucro que ayudan a personas con mayores necesidades, contribuimos también a cuidar al medio ambiente.

Esta acción que inicialmente iba a ser puntual se ha convertido en una acción fija anualmente por la implicación de nuestra plantilla, que hizo que fuese un éxito.





Desde Fidelidade estamos comprometidos con la reducción del consumo de materias primas e impulsamos la Economía Circular como único sistema ,actualmente, de aprovechamiento de recursos cuyo pilar es el uso de cuatro "R": reducir, reutilizar, reparar y reciclar la economía circular.

Por todo eso nos encanta colaborar con Cáritas y Textil Empleo para apoyar la reducción de consumo e incentivar la creación de empleo .

Desde Cáritas nos agradecen nuestra colaboración aportando 750 kilos de ropa y nuestra ayuda en la inclusión laboral de personas con dificultades económicas y sociales.

Han sido siete carros llenos de solidaridad, compromiso social y medioambiental, además del trabajo y tiempo dedicado por nuestra plantilla en buscar prendas para donar, lo que hace que sintamos orgullo de contar con un equipo tan especial.

## IV. Fundación Almar: Tapones contra la Ataxia

---

Somos una empresa solidaria y comprometida con distintas causas, sobre todo porque contamos siempre con la ayuda de nuestro equipo.

Este año hemos ayudado a mejorar la vida de los afectados por Ataxia de Friedreich, enfermedad neurodegenerativa de las consideradas "raras".

La Ataxia de Friedreich es una enfermedad hereditaria que daña el sistema nervioso. Afecta la médula espinal y los nervios que controlan los movimientos de los músculos de los brazos y las piernas. Los síntomas suelen comenzar entre los cinco y los quince años.

En la actualidad la Ataxia de Friedreich no tiene cura, pero afortunadamente, es una de las enfermedades en las que hay abiertas, en estos momentos, más líneas de investigación.

Colaboramos con la FUNDACIÓN ALMAR, cuyo objetivo principal es buscar y apoyar económicamente proyectos de investigación para encontrar la cura para la Ataxia de Friedreich, y procurar mejorar la calidad de vida de los enfermos que la padecen y de sus familias.

Ayudamos a avanzar en la lucha contra esta enfermedad.



Para la consecución de sus objetivos, FUNDACIÓN ALMAR pone en marcha diferentes iniciativas y desarrolla distintas acciones, como la campaña solidaria de recogida de tapones de plástico.

Para tal fin, se instalaron unos contenedores con bolsas transparentes en cada una de las plantas para que se pudiese depositar los tapones.

Con este sencillo gesto, realizamos dos acciones muy importantes:

- Ayudamos a la economía circular muy presente en Fidelidade, ya que esos tapones se reutilizan y se convierten en objetos nuevos. Usamos la regla de las tres R: "Reducir", "Reciclar" y "Reutilizar".
- Colaboramos con una entidad sin ánimo de lucro que necesita mucha ayuda para poder avanzar en la investigación contra "*la Ataxia de Friedreich*".



<sup>1</sup> Mas información en [Ataxia de Friedreich](#)

## V. Proyecto Libera

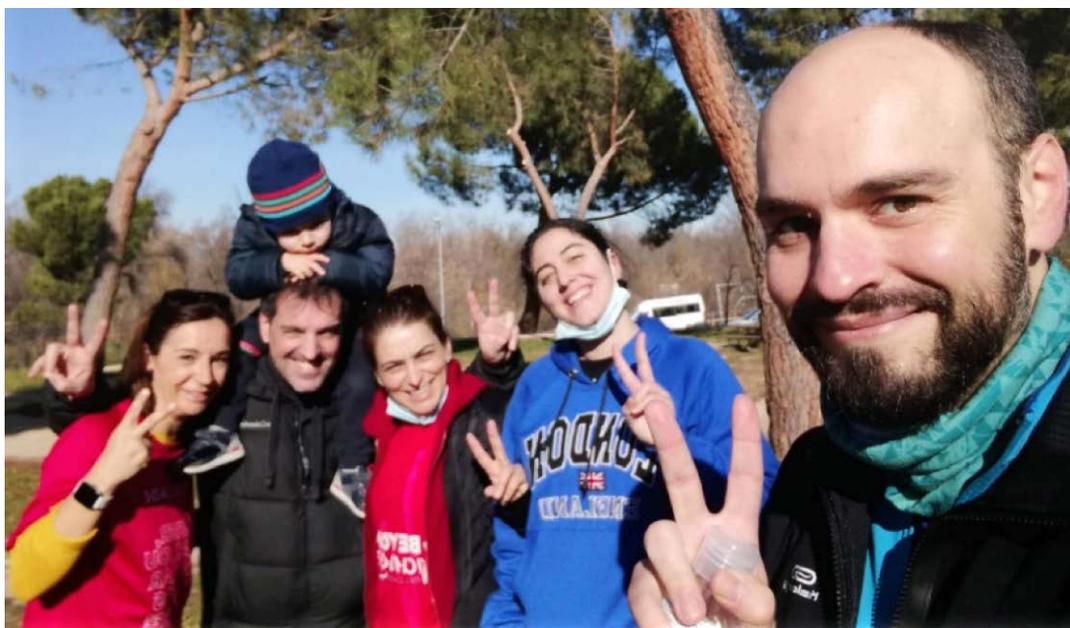
---

A través de grupo de voluntariado What's Next?, se ha organizado un punto de recogida de basuraleza en la Comunidad de Madrid en el que ha participado no solo el personal de Fidelidade, sino que también sus familias y amigos, con un mismo objetivo restaurar lo que otros destrozan.

Grandes y pequeños han participado con gran entusiasmo sembrando una semilla que crecerá en los próximos años.

Este año hemos participado por primera vez en el Proyecto Libera hemos recuperado 2m<sup>2</sup> de basuraleza.

Nuestro propósito en 2022 es triplicar la asistencia y recogida de residuos en cada evento o recogida que se proponga desde What's Next .



**“Porque el mundo no cambia con nuestras  
opiniones, cambia con nuestros actos”**



## PACTO DE LAS NACIONES UNIDAS O GLOBAL COMPACT

---

Tras un año de trabajo, es un placer poder informaros de que, finalmente, ya formamos parte del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la mayor iniciativa de sostenibilidad corporativa del mundo, con más de 14.000 entidades firmantes y presencia en más de 160 países basada en diez principios universales.

La iniciativa opera en nuestro país a través de la red española del pacto mundial, siendo la Red Local con mayor número de participantes a nivel mundial.

Como organización que tiene el mandato de Naciones Unidas para promover, sensibilizar y acompañar a las entidades en la contribución a los objetivos de desarrollo sostenible (ods), tenemos una oportunidad única de trabajar juntos para alcanzar estos objetivos.

Para Fidelidade participar en el Pacto de las Naciones Unidas constituye una experiencia única de desarrollo en el camino a la sostenibilidad de las empresas.

Los mercados y negocios no pueden ser fuertes sin sociedades sostenibles. Incluso las empresas más sólidas, son vulnerables en situaciones de inestabilidad, donde la educación y seguridad es ineficiente o debido a los efectos del cambio climático. La implementación exitosa de los ODS permitirá construir entornos fuertes, favorables a las operaciones de las empresas alrededor del mundo.

La sostenibilidad es un factor importante para el futuro de la sociedad, por ello cuando una empresa es consciente de trabajar el desarrollo sostenible en sus procesos, no solo está enfocada en generar rentabilidad sino en que está contribuyendo al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general.

COMMUNICATION  
ON PROGRESS



This is our **Communication on Progress** in implementing the Ten Principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.



**Pacto Mundial**  
Red Española

Red Española del Pacto Mundial  
C/ Cristóbal Bordinú 19-21, oficinas 15D  
Teléfono: 91 743 24 14  
[asociacion@pactomundial.org](mailto:asociacion@pactomundial.org)

FIDELIDADE COMPANHIA DE SEGUROS S.A  
Calle de Juan Ignacio Luca de Tena 1  
28027, Madrid.

Madrid, 16 de noviembre de 2021

A través del presente escrito confirmamos que FIDELIDADE COMPANHIA DE SEGUROS S.A con NIF W01011701 es entidad signatory del Pacto Mundial de Naciones Unidas desde el 9 de noviembre de 2021.

Por lo tanto, FIDELIDADE COMPANHIA DE SEGUROS S.A se ha comprometido a cumplir con los Diez Principios del Pacto Mundial en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Lucha contra la Corrupción.

Este compromiso deberá ser comunicado a sus grupos de interés y reflejado en el Informe de Progreso que deben presentar anualmente informando de los progresos realizados en la implantación de los Diez Principios.

El presente escrito dejará de ser válido si la entidad FIDELIDADE COMPANHIA DE SEGUROS S.A cumple con su compromiso de presentar el Informe de Progreso y es declarada inactiva por el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Un cordial saludo,

D<sup>a</sup> Clara Bazán  
Secretaria General  
Red Española del Pacto Mundial  
P.P.

## DONACIONES : B2RUN por ACNUR



Un año más nos anotamos a B2Run 2021, carrera solidaria, virtual y global. Formamos parte del mayor movimiento digital de running y solidaridad del mundo. Participamos con otros países como Portugal, Mozambique, Francia, Cabo Verde, Angola, China, Macao, Perú, Chile, Bolivia y Paraguay, todas operaciones en el universo Fidelidade. Este movimiento global reunió virtualmente, en un solo día, a cientos de compañeros/as; la iniciativa, además de contribuir a nuestra salud, se convirtió en una donación a favor de ACNUR y su programa de ACNUR ESPAÑA Emergencia en Afganistán.

Con esta iniciativa aprovechamos esta oportunidad para:

- Invertir en tu actividad física, salud y bienestar.
- Mostrar el verdadero espíritu de equipo que nos une.
- Apoyar una causa benéfica.
- Promover el espíritu de equipo y mejorar las relaciones con tus compañeros/as.

# B2Run

En los últimos cinco años, Fidelidade tuvo una gran adhesión a esta iniciativa y fue elegida la Compañía Mas FIT (mayor número de participantes).



## OTRAS ACCIONES

---

### ÁRBOL DE LOS DESEOS: SEGUNDA EDICIÓN.

---

Tras la exitosa acogida el año pasado del "Rincón de los deseos", en 2021 repetimos con la misma fuerza y muchas ganas.

El año pasado nuestro árbol de Navidad tuvo un protagonismo especial, convirtiéndose en un rinconcito donde plasmar nuestros deseos y, este año, quisimos de nuevo compartir todas nuestras buenas intenciones, nuestros anhelos, sueños e ilusiones.

El árbol de los deseos es una fábula hindú que cuenta como un árbol divino tiene el poder de cumplir todos los deseos. Esta leyenda nos estimula a reflexionar, independiente de la edad que tengamos, sobre la naturaleza de nuestros deseos y sus consecuencias. Sobre los deseos egoístas y los generosos, sobre aquellos que nos ayudan a crecer y los que entorpecen nuestro buen discurrir por la vida.

En nuestra cultura, la Navidad representa el amor, el cuidado, la generosidad y la unión; las familias se reúnen y fortalecen los vínculos afectivos, y tal vez por eso tenemos mejores deseos que el resto del año. La Navidad es una época especial en la que las buenas intenciones se apoderan del ambiente y, por ello, quisimos que todas ellas se compartiesen y para que se cumpliesen dejamos una herramienta mágica de transmisión de deseos. A los pies del árbol pusimos dos cestas con bolas mágicas y unos rotuladores permanentes especiales y mágicos para poder escribir en cada bola dorada nuestro deseo para el 2022 y colgarlo en nuestro árbol.

De esta forma, todo el equipo pudo ser partícipe no solo de la decoración navideña de nuestra oficina, sino también de cuáles son nuestros principales objetivos, metas, ilusiones, etc. Nuestro árbol se convirtió estos días en el pilar fundamental que nos ayudó a no perder de vista todo aquello que pretendemos conseguir en el nuevo año.





## 5.2.2 Perfiles

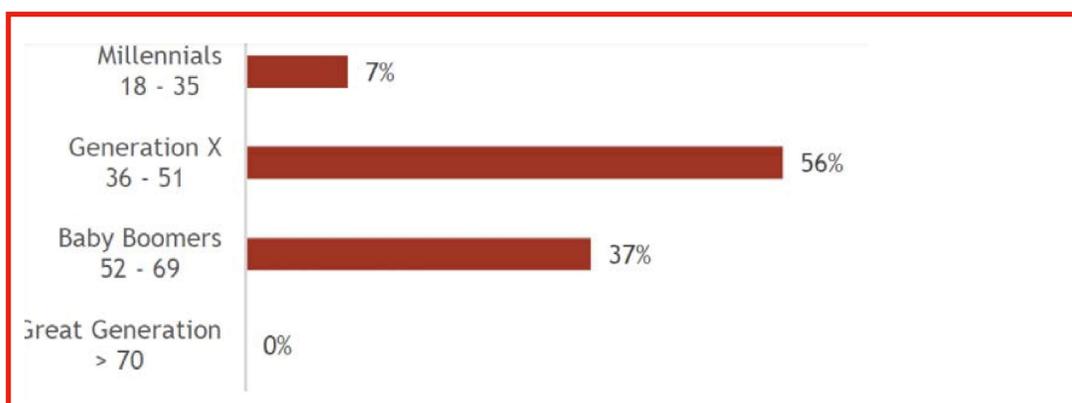


### DIVERSIDAD E IGUALDAD

No hacen falta palabras cuando los números hablan por sí solos.

### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR EDADES

Bandas de edades	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Menos de 20 años	0	0,00%	0	0,00%	0
20-29 años	1	1,43%	0	0,00%	1
30- 45 años	18	28,57%	8	11,43%	26
46 y más años	22	28,57%	21	30,00%	43
TOTAL	41	58,57%	29	41,43%	70



# 56% de la plantilla tiene más de 40 años



Mayor representación femenina

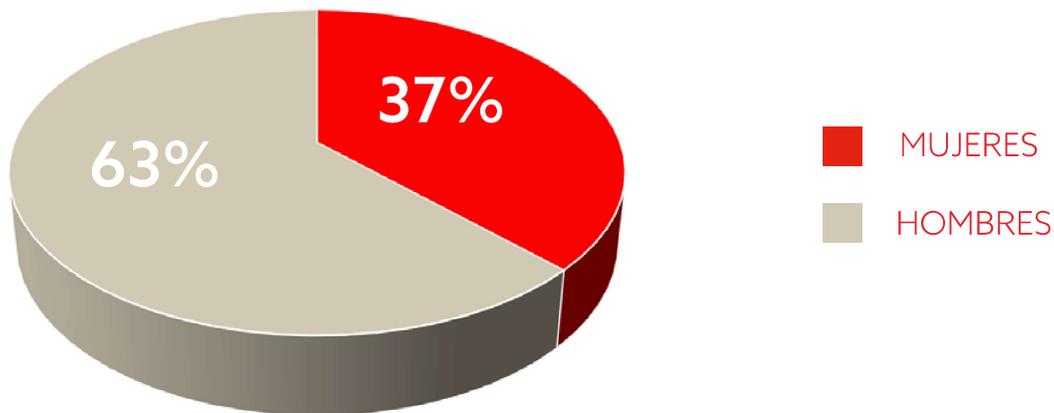


En la franja de 30 a 45 años las mujeres triplican a los hombres



En la franja de los 46 a los 65 años los hombres y las mujeres están casi en paridad

## PARTICIPACIÓN FEMENINA EN EL COMITÉ DE DIRECCIÓN

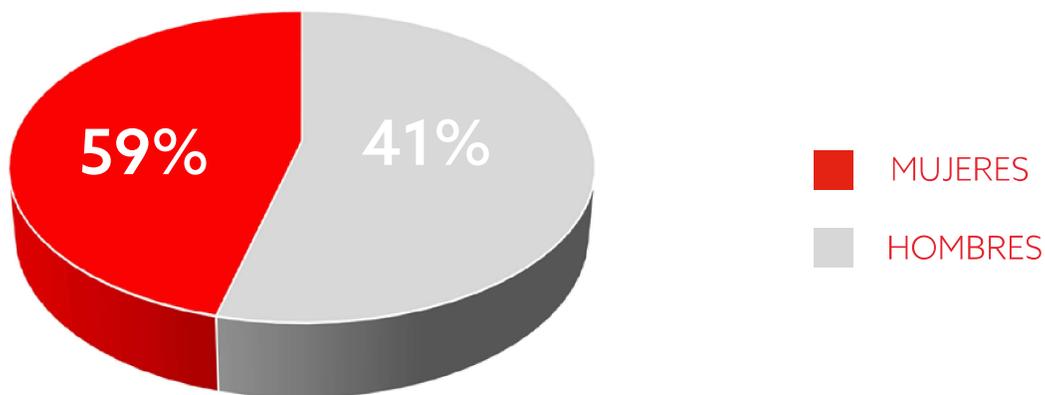


# 37% del Comité de Dirección son mujeres

La participación femenina en todos los ámbitos es casi paritaria en el ámbito directivo, cuando no es superior en otros niveles.

## Plantilla desagregada por sexo

Mujeres	%	Hombres	%	Total
41	58,57%	29	41,43%	70



## SEGMENTACIÓN POR NACIONALIDADES

En Fidelidade presumimos de fomentar una cultura diversa e inclusiva, sin barreras generacionales, culturales o por razones de género ni orientación sexual. Creemos en una sociedad en la que las personas son lo más importante. Somos un equipo diverso y único. Como se puede observar en la multiculturalidad de nuestra plantilla.

País de Origen	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Argentina	1	1,43%	0	0,00%	1
Brasil	1	1,43%	0	0,00%	1
China	2	2,86%	0	0,00%	2
Colombia	1	1,43%	0	0,00%	1
Venezuela	1	1,43%	1	1,43%	2
España	35	50,00%	28	40,00%	63
TOTAL	41	58.57%	29	41,43%	70



En materia de diversidad funcional, nuestro reto es:

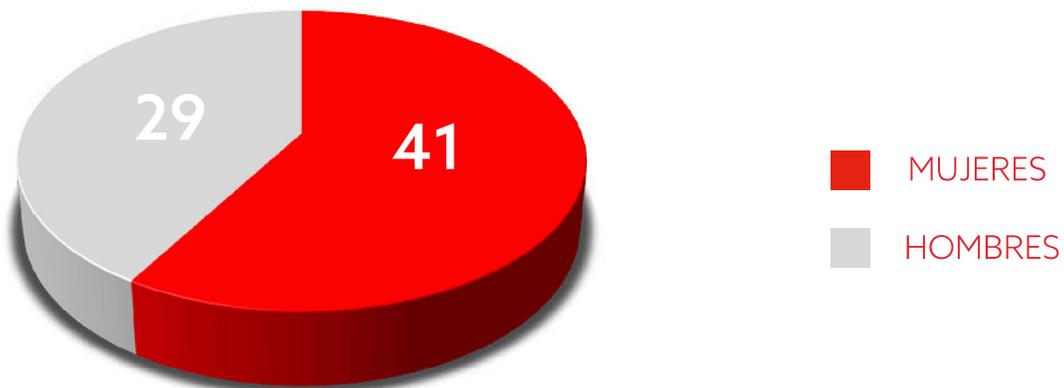
Consolidar un entorno profesional favorable a la integración laboral de personas con discapacidad. En 2021, el 2.86 % de nuestra plantilla tiene algún tipo de discapacidad.

Las empresas públicas o privadas con 50 o más personas en plantilla, están obligadas a que al menos el 2% de aquella, sean personas con discapacidad. En Fidelidade superamos esa cifra aunque para nosotros no represente más que un número. Lo importante son las personas y su compromiso con el trabajo. Año tras año queda reflejado que la política de contratación es inclusiva teniendo un porcentaje mayor de mujeres que de hombres en la plantilla.



# 59% de la plantilla son mujeres

	Directores		Mandos		Plantilla		Total		TOTAL
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
2020	5	3	9	6	17	29	31	38	69
2021	5	3	8	8	16	30	29	41	70



## La retención del talento

---

Para Fidelidade es tan importante encontrar a personas que trabajen bien, como retener el talento que la empresa ya posee.

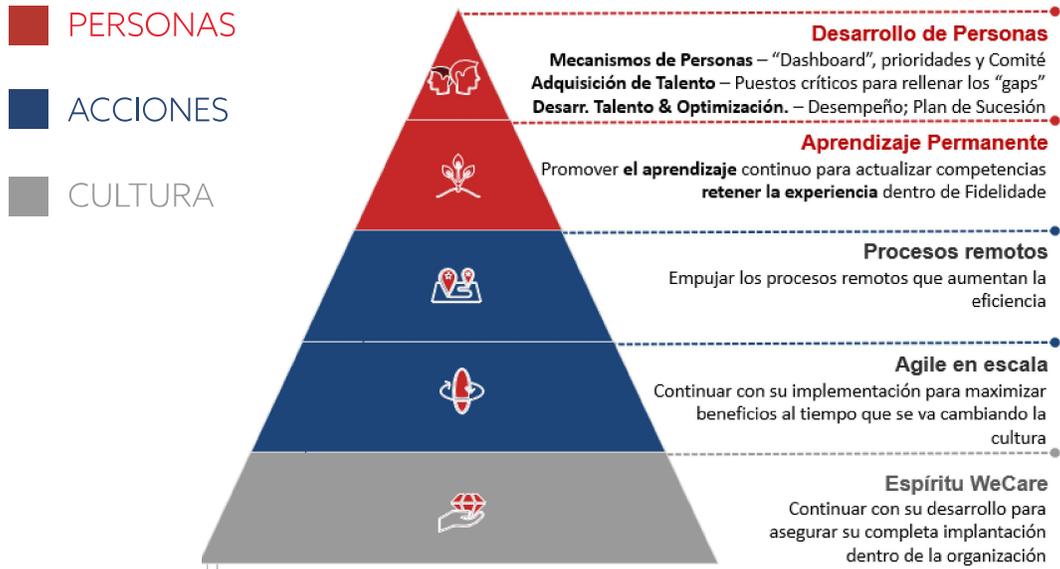
Solo con individuos comprometidos se puede progresar y avanzar en nuestro objetivo como empresa: cuidar de las personas para que la vida no pare.

La atracción y retención de talento es una búsqueda constante que nunca para. En medio de tantos métodos de retención desarrollados por las empresas modernas, somos conocedores de su importancia y para esto nuestros principales factores para incentivar que las personas escojan trabajar y quedarse en Fidelidade para desarrollar su carrera profesional son:

- Relación con los superiores jerárquicos. La comunicación entre equipos es uno de los ítems que mejor se ha valorado en la última encuesta de clima laboral.

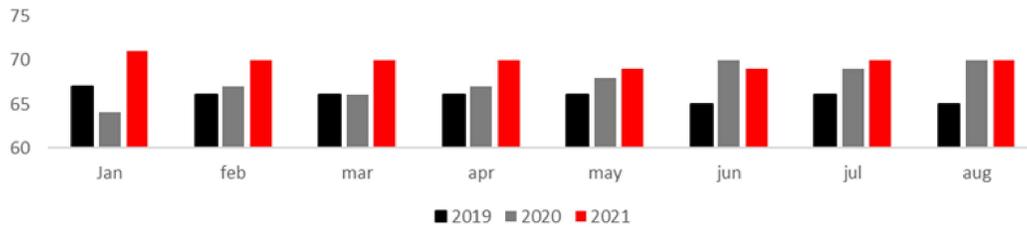
- Ambiente laboral. El estado de ánimo con el que las personas vienen a trabajar dice mucho de la organización y en Fidelidade se apuesta por equipos de personas exigentes, dinámicas, comprometidas y respetuosas.

- Confianza en el liderazgo de alto nivel. Desde la Dirección General mensualmente se comunica a toda la plantilla las principales directrices, decisiones y se comparten las cifras de negocio. Es importante en la retención del talento que las personas trabajadoras sepan que las decisiones que toma la empresa están claras y van en un sentido que transmiten valor.



Esta labor se ve reflejada en el promedio de tiempo que las personas trabajadoras están en la empresa.

Más de un 65% de la plantilla lleva trabajando más de 6 años y participando en el proyecto que Fidelidade tiene en España y para España.



# 27 % de la plantilla trabaja en Fidelidade España hace más de 10 años

## Distribución de la plantilla por horas semanales de trabajo

N.º de horas	Mujeres	%	Hombres	%	Total
Menos de 20 horas	0	0,00%	0	0,00%	0
De 20 a 35 horas	6	8,33%	1	1,39%	7
De 36 a 39 horas	35	50,00%	28	40,28%	63
40 horas	0	0,00%	0	0,00%	0
Más de 40 horas	0	0,00%	0	0,00%	0
TOTAL	40	58,33%	30	41,67%	70

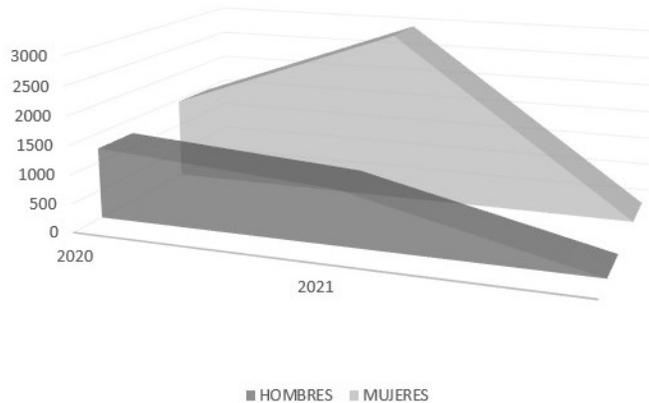


### 5.2.3 FORMACIÓN Y DESARROLLO

---

Uno de los principios establecidos en la política de formación es que ésta se imparta internamente. De esta forma se favorece la transmisión de conocimientos entre los profesionales de la entidad. No siempre es posible, de modo que se ofrece formación interna y también externa. Desde que la pandemia de la COVID-19 llegó a nuestras vidas, la formación a través de la plataforma Teams ha cobrado mucha fuerza, asumiendo que este tipo de formación es "presencial".

En Fidelidade se apuesta por el desarrollo profesional de las personas trabajadoras con la finalidad de cumplir un doble objetivo: por un lado fomentar el crecimiento de los profesionales y por otro lado, ayudar a conseguir los objetivos marcados como organización.



■	FORMACIÓN HOMBRES
	<b>2020</b>
	1.241 horas
	<b>2021</b>
	959 horas
■	FORMACIÓN MUJERES
	<b>2020</b>
	1.458 horas
	<b>2021</b>
	2.982 horas

### Horas totales de formación en 2021: 3941 horas

- Formación en idiomas
- Formación en Sostenibilidad y RSC
- Formación en diversidad e Igualdad
- Formación en ofimática
- Formación específica del sector
- Formación a demanda de la plantilla y con el propósito de potenciar su desarrollo
- Formación continua



# 111 ACCIONES FORMATIVAS



## 5.2.4 Compromiso público con el plan de igualdad



En Fidelidade sabemos que nuestra gestión empresarial ha de ir en consonancia con las necesidades y demandas de la sociedad. Nuestra organización es consciente de que las desigualdades no solo se manifiestan por motivo de género, sino que existen otros factores que agravan dicha desigualdad. Por ello, desde hace mucho tiempo, la política que hemos asumido siempre ha estado basada en un enfoque de igualdad en su más amplio espectro, reconociendo la igualdad de oportunidades y de trato entre todas las personas, independientemente de factores como la edad, la funcionalidad, la identidad de género, la orientación sexual, el origen, la religión o las ideas políticas.

Nuestro objetivo, es posicionarnos como una empresa modelo, comprometida con:

1. Llevar a cabo nuestra práctica empresarial libre de discriminaciones de género.
2. Contribuir al avance hacia una sociedad en la que la igualdad sea real y efectiva para todas las personas.

Por este motivo, en 2021 anunciamos que asumimos formalmente nuestro compromiso con la igualdad y que en 2022 implementaremos nuestro Plan de Igualdad.

Con este Plan asumimos la igualdad como un principio estratégico. Somos conscientes del reto que se nos plantea y afrontamos la implantación del Plan de Igualdad como una mejora más de nuestro sistema de gestión empresarial, que sin duda tendrá un impacto positivo en nuestra estructura interna, así como en las relaciones de la organización.

## 5.2.5 Logros

---

### Adhesión a la red Empower Woman in Insurance de INESE.

---

La incorporación de la mujer al mundo laboral llegó mucho más tarde que la del hombre y, las empresas, comprometidas con la evolución de la sociedad, se han convertido en las principales protagonistas de que dicha incorporación se realice en condiciones de igualdad de trato y oportunidades.

Desde hace años estamos comprometidos con la idea de crear un entorno laboral que fomente la igualdad de oportunidades y el respeto a la diversidad, convencidos de que este enfoque, sin duda, favorece y enriquece a la plantilla, además de generar valor de negocio.

Por todo ello, nos complace informaros que Fidelidade ha firmado un acuerdo con INESE, la mayor comunidad de profesionales del sector asegurador, para pasar a formar parte de la Red Empower Woman in Insurance (EWI). Se trata de una iniciativa sectorial que tiene el firme objetivo de impulsar la presencia de las mujeres en el sector. Nuestro ingreso en la Red EWI nos permitirá participar en las iniciativas sectoriales y potenciar su divulgación, así como contribuir a disipar cualquier estereotipo, especialmente aquellos que establecen diferencias basadas en el género.



## 5.3 AMBIENTALES



### ¿Se puede vincular la sostenibilidad a la estrategia de negocio de Fidelidade?

No solo se puede, es lo más indicado. Hacerlo es crear una plataforma para que los impactos de la gestión que se realice tengan un alcance mayor. De esta manera se interioriza la sostenibilidad como un asunto prioritario, que debe adherirse a los procesos de toda la empresa y acompañar la planeación desde los altos niveles directivos.

Cuando se vincula la sostenibilidad a la estrategia de negocio, el concepto no se queda en el equipo encargado, sino que trasciende a las demás áreas de la compañía, permitiendo que la sostenibilidad se convierta en un elemento de la cultura organizacional y que la toma de decisiones en todas las áreas considere los impactos económicos, sociales y ambientales



## ¿Tiene algo que decir el seguro sobre los ODS?

---

Pues, en realidad, todo.

Aseguramos todo. Desde el momento en que una gota de agua cae del cielo hasta que tú te la bebas, convenientemente tratada para que no te dañe, se produce un proceso que está 100% asegurado. Algo tan largo y trabajoso como el proceso de educación de un ser humano está, en países como el nuestro, asegurado desde los primeros juegos hasta el día que te gradúas. Nosotros aseguramos las fábricas que producen, y las instalaciones que generan la energía que utilizan. Aseguramos las herramientas de distribución, los canales de venta, hasta el propio hecho de consumir.

Individualmente no podemos conseguir que todo eso se haga en condiciones de sostenibilidad; pero sí podemos ayudar. Porque la insostenibilidad es un riesgo más, y nuestra actividad consiste en ayudar a nuestros clientes a gestionar sus riesgos, a evitarlos, a gestionarlos.

## ¿Dónde estábamos?

---

Somos una empresa que ha iniciado el camino de la sostenibilidad y el desarrollo sostenible con paso firme y con el convencimiento de que este es el único camino posible.

De hecho, tenemos nuestra propia memoria de sostenibilidad porque entendemos que contribuye a mejorar la gestión de la organización ya que identifica riesgos y descubre oportunidades en el ahorro energético, prevención de infracciones, además de fortalecer la comunicación interna y el sentimiento de pertenencia.

Un informe de sostenibilidad es una práctica que actualmente algunas compañías hacen de manera obligatoria y que tiene como objetivo informar públicamente de los impactos positivos y negativos de sus productos, servicios y operaciones, en el ámbito social, económico y ambiental. Y, de forma voluntaria, damos un paso más y lo hacemos y lo tenemos.



## ¿DÓNDE QUEREMOS ESTAR EN 2022?

---



Después de este año cero, concluimos que los esfuerzos debían de centrarse en los ODS en los que, realmente, podíamos aportar. Hacer más y decir menos. Además, consideramos fundamental colaborar con otras entidades, alineando esfuerzos en el marco del ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos).

Este año hemos empezado con fuerza, mentalizándonos en ser cada día un poco más sostenibles. Si bien no nos podemos olvidar que somos un sector que afortunadamente tiene una huella de carbono baja. Pero tampoco podemos olvidarnos que aseguramos todo y por eso somos corresponsables subsidiarios de las empresas y las personas a las que aseguramos y por lo tanto de su huella de carbono.

La nueva Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición ecológica no deja dudas a que este es el camino a seguir.

Por todo esto hemos de ser conscientes de que nuestra actividad afecta siempre a la sostenibilidad.

Es imposible o poco posible llegar a cumplir cada uno de los 17 ODS, pero si podemos y debemos tener la pretensión de conseguirlo.

Tenemos unos ODS clarísimos en los que aportar y realizar acciones.

Todos los ODS están relacionados y siempre podemos a través de un ODS mejorar otro directa o indirectamente.

## ¿Cómo medir el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS?

---

Los ODS definen prioridades de desarrollo sostenible a nivel mundial y las aspiraciones para el 2030 y buscan movilizar los esfuerzos a nivel global en torno a un conjunto de objetivos y metas comunes. Los ODS hacen un llamado a la acción entre gobiernos, empresas y sociedad civil, para poner fin a la pobreza y crear una vida digna y con oportunidades para todos, dentro de los límites del planeta.



# 3 SALUD Y BIENESTAR



El ODS 3 pretende reducir la tasa mundial de mortalidad materna e infantil, lograr la cobertura sanitaria universal y el acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva para todos, poner fin a las epidemias de enfermedades, reducir las muertes relacionadas con el tabaco, el alcohol y los accidentes viales y fomentar la investigación y la financiación de la salud.

**Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.**

## ACCIONES EN EL ÁMBITO DE FES.

---

1. SISTEMA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL en el trabajo, para cumplir con la legislación y disminuir los accidentes y enfermedades laborales.
2. FOMENTAR UNA CULTURA PREVENTIVA en relación con la salud.
3. FORMACIÓN PERIÓDICA sobre seguridad y salud laboral.
4. PRECAUCIONES Y ACCIONES ESPECIALES en materia de seguridad y salud laboral para mujeres embarazadas, empleados con discapacidad y otros grupos vulnerables.
5. MEDIDAS DE SEGURIDAD E HIGIENE adecuadas en los productos y servicios de la empresa, de manera que no se comprometa la salud de clientes, empleados y otros grupos de interés.
6. PROMOVER HÁBITOS contra el sedentarismo, como el acceso a las oficinas en bicicleta u otras actividades físicas y deportivas.

## 4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



Invertir en una educación de calidad es la base para mejorar la vida de las personas y, por lo tanto, para contribuir al desarrollo sostenible. Solo a través del acceso a la educación de toda la población se puede garantizar un crecimiento económico y social sostenible, así como una mayor sensibilidad y acción en medioambiente. En los últimos años, dentro del marco de acción de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) se han conseguido grandes avances en relación con el acceso a la educación, principalmente en el caso de mujeres y niñas. No obstante, la discriminación y la pobreza todavía mantienen a muchas personas alejadas de una educación de calidad.

**Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todo el mundo.**

### ACCIONES EN EL ÁMBITO DE FES.

---

1. APRENDIZAJE CONTINUO. Ofreciendo oportunidades de formación y de aprendizaje continuo a la plantilla para mejorar sus competencias.
2. PLAN FORMATIVO EN LA EMPRESA EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD. En temáticas como derechos humanos, transparencia, pautas laborales sostenibles, etc.
3. ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO. Alentando y proporcionando tiempo a las personas trabajadoras para que realicen actividades de voluntariado relacionadas con la educación. **What's Next?**

# 5 IGUALDAD DE GÉNERO



La igualdad entre géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible. Sin embargo, a pesar de los avances en las últimas décadas, no se ha alcanzado una igualdad de derechos real. Las mujeres siguen careciendo de una representación igualitaria en la vida política, económica y pública y continúan siendo objeto de discriminación y violencia. Además, en el ámbito laboral reciben salarios más bajos y tienen más barreras legales y culturales para acceder y ascender en el trabajo. El ODS 5 pretende facilitar a las mujeres y niñas igualdad.

**Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.**

## ACCIONES EN EL ÁMBITO DE FES.

---

1. DIMENSIÓN DE GÉNERO. Garantizar que todas las políticas de la empresa incluyan la dimensión de género y fomentar desde la cultura empresarial la igualdad y la integración.
2. PLAN FORMATIVO para todos los niveles de la empresa en materia de género, que incluya temáticas como los derechos humanos y la no discriminación, con atención especial a los departamentos de recursos humanos.
3. FIJAR OBJETIVOS y resultados a nivel empresarial para la igualdad de género y medir y difundir el progreso.
4. POLÍTICAS SALARIALES que aseguren una igual retribución por igual trabajo, independientemente del género.
5. SISTEMA DE CONTRATACIÓN Y PROTECCIÓN DEL EMPLEO para integrar la dimensión de género y combatir una posible discriminación en la contratación, la promoción y el nombramiento de altos cargos y miembros del consejo de administración.
6. TOLERANCIA CERO instaurando una política de tolerancia cero hacia cualquier forma de violencia en el entorno laboral que contemple los abusos verbales y físicos.

# 10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



El Objetivo 10 pretende reducir la desigualdad de ingresos y oportunidades entre países y dentro de ellos: reduciendo la pobreza en las zonas más desfavorecidas; promoviendo la inclusión social, económica y política de todas las personas, especialmente de los grupos vulnerables; impulsando políticas a nivel internacional para mejorar la regulación y el control de los mercados e instituciones financieras y alentando la cooperación al desarrollo y la inversión extranjera directa en las regiones que más lo necesiten. También busca facilitar la migración y la movilidad segura y responsable de las personas migrantes.

## Reducir la desigualdad en y entre países.

### ACCIONES EN EL ÁMBITO DE FES.

---

1. TRANSPARENCIA. Establecer procesos internos de transparencia para evitar prácticas de corrupción y de evasión fiscal, que impactan directamente sobre la desigualdad.
2. POTENCIAR LAS CAPACIDADES y formar a la plantilla, para que puedan desarrollarse y ascender profesionalmente.
3. ADOPTAR POLÍTICAS DE IGUALDAD dentro de la empresa, para proporcionar igualdad de oportunidades laborales a todo el personal y fomentar estas prácticas.
4. CREAR UNA CULTURA DE DERECHOS HUMANOS a través de la implantación de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas.

# 13 ACCIÓN POR EL CLIMA



El Objetivo 13 pretende introducir el cambio climático como cuestión primordial en las políticas, estrategias y planes de países, empresas y sociedad civil, mejorando la respuesta a los problemas que genera, tales como los desastres naturales, e impulsando la educación y sensibilización de toda la población

## **Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.**

### **ACCIONES EN EL ÁMBITO DE FES.**

---

1. ESTRATEGIA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO. Medir la huella de carbono en todas las actividades; verificarla externamente; establecer metas a la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> a corto y largo plazo, con indicadores específicos; compensar las emisiones que no se pueden reducir.
2. DISMINUIR GRADUALMENTE EL USO DE COMBUSTIBLES FÓSILES y sustituirlos por fuentes de energía renovable.
3. INVERTIR EN TECNOLOGÍAS SOSTENIBLES y menos intensivas en la emisión de CO<sub>2</sub>.
4. INTEGRAR LA CULTURA DE LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO en la cadena de suministro, exigiendo a proveedores certificaciones y políticas ambientales y calculando sus emisiones.
5. SENSIBILIZAR Y FORMAR a empleados, proveedores y grupos de interés.
6. FOMENTAR LA MOVILIDAD sostenible.
7. ESTABLECER CRITERIOS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA, uso de energías renovables, reducción de emisiones.
8. ECOEFICIENCIA. Utilizar los recursos naturales y materias primas de manera eficiente.

# 17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



Para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible es fundamental llevar a cabo alianzas y colaboraciones entre los diferentes actores del planeta: gobiernos, sector privado y sociedad civil. Estas alianzas deben construirse sobre los mismos principios y valores y tener objetivos comunes, aportando cada actor su experiencia para contribuir entre todos a la consecución de los ODS.

## Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

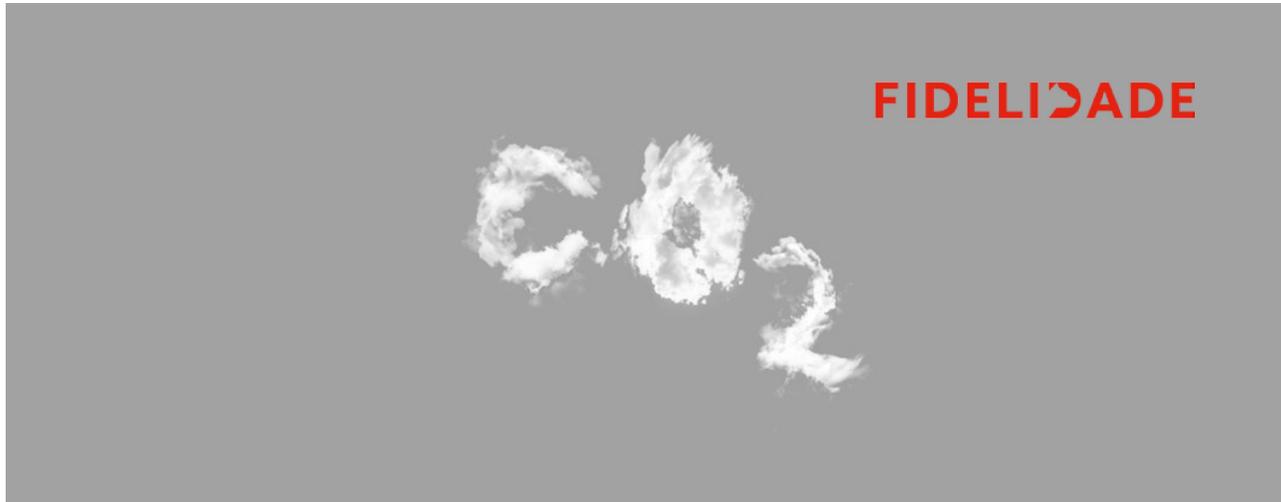
### ACCIONES EN EL ÁMBITO DE FES.

1. ALINEAR LA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, integrándolos en la cultura de la empresa.
2. ESTABLECER UNA ESTRATEGIA PARA DESARROLLAR ALIANZAS CON OTROS ACTORES.
3. MEDIR EL PROGRESO DEL CUMPLIMIENTO DE LOS ODS, incluyendo la dimensión de alianzas.
4. INCLUIR LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD o Informe de Progreso de la entidad, explicando las contribuciones de la empresa al desarrollo sostenible.
5. CONCIENCIAR Y FORMAR A TODOS LOS DEPARTAMENTOS Y EMPLEADOS DE LA EMPRESA EN LOS ODS, estableciendo unos valores comunes en toda la empresa.
6. FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LA PLANTILLA EN LA CONSECUCCIÓN DE LOS ODS, a través de actividades de colaboración conjunta o abriendo un canal para la recepción de ideas.

Los ODS no son inamovibles, pero sí que deben ser los mismos durante años para poder comprobar si se evoluciona hacia su consecución.

Cada empresa debe escoger cuidadosamente los ODS en los que quiere impactar teniendo claro que los ODS están interconectados. Para que cualquier acción positiva que se realice repercute en otras indirectamente.

## NUESTRO COMPROMISO CON LA REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO



Fidelidade se compromete a reducir con sus acciones la contaminación causante del cambio climático en el Planeta y a formar parte de la Comunidad #PorElClima. Iniciativa pionera de personas, empresas, organizaciones y administraciones públicas que se unen con un objetivo común: ser protagonistas de la acción contra el Cambio Climático de acuerdo con las directrices marcadas con el Acuerdo de París.

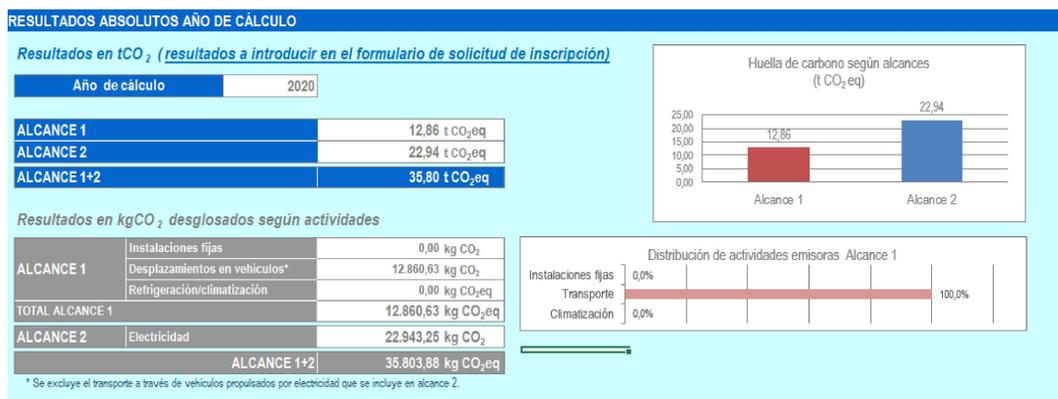
Conocer y calcular en detalle las emisiones de dióxido de carbono es el primer paso para reducirlas. A partir de ahí, es posible diseñar estrategias y planes para optimizar el consumo energético y valorar año a año si se cumplen los objetivos de reducción de CO<sub>2</sub>. En España este seguimiento se lleva a cabo mediante el "Registro de huella, compensación y proyectos de absorción de CO<sub>2</sub>", del que ya formamos parte.

De hecho, nuestra labor acaba de ser reconocida con el sello Calculo y Reduzco, concedido por la Oficina Española del Cambio Climático (OECC) del Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico.

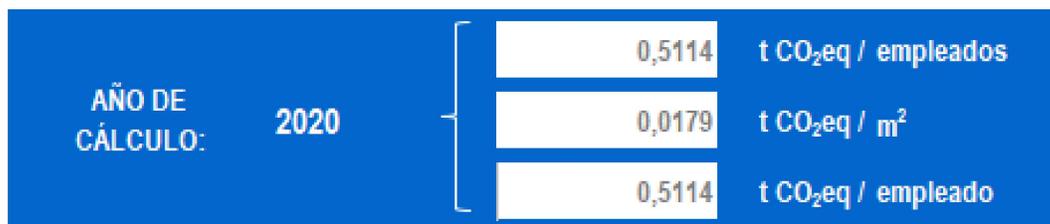
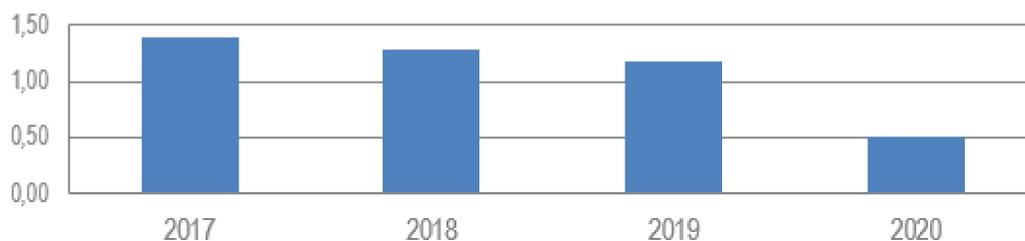


Este sello distingue a aquellas empresas que evalúan su huella de carbono y se encuentran en la senda de reducir sus emisiones, de aquéllas que ya reducen, como es nuestro caso.

Fidelidade ha presentado las emisiones de los años 2017 a 2020 y el sello se nos concede por acreditar una reducción del 22.42 % de la media de la intensidad de emisión en el trienio 2018 respecto del trienio 2017-2019, para el alcance 1+2.



**Evolución del ratio escogido**  
(t CO<sub>2</sub>eq/ud)





En Fidelidade creemos que mediante una gestión adecuada y sostenible de los recursos podemos no sólo ser más eficientes sino también proteger el medioambiente. Por ello, continuamos trabajando por reducir nuestro impacto ambiental para desarrollar una actividad económica más sostenible y respetuosa con el medioambiente.

Como parte de nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la gestión medioambiental está orientada a contribuir a la consecución del ODS 13 - Acción por el clima ya que se ha identificado como un objetivo en el que, si bien Fidelidade España no tiene un impacto directo, si es un objetivo (Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos) en el que podemos contribuir con nuestras acciones.

Podéis encontrarlos en <https://porelclima.es/fidelidade>

En este enlace se pueden ver las acciones a las que nos hemos comprometido y leer las historias de las que ya formamos parte.



Este sello nos avala como empresa adherida y comprometida con el cambio climático. El sello nace con una doble finalidad. Por un lado, facilita a las organizaciones demostrar su participación en el registro y, por otro lado, permite reflejar el compromiso de éstas en la lucha contra el cambio climático

## 5.3.4 LOGROS EN 2021

---

### I. OPERACIÓN "SIGAMOS RECICLANDO"

---

El programa de reciclaje en Fidelidade ha tenido un impacto importante y los envases dispuestos en los contenedores y en los puntos de recogida de papel empiezan a mostrar algunas cifras que nos desafían a seguir por este camino y continuar mejorando.

La necesidad de impactar positivamente en el medioambiente está más vigente que nunca con una nueva generación de personas conscientes y comprometidas. Por eso, aun en tiempos de coronavirus, las soluciones simples parecen ser el camino.

Esta pandemia trajo consigo el inicio de una evolución significativa en el comportamiento, las creencias y actitudes. Este proceso acelerará una serie de cambios positivos orientados a la sostenibilidad con una mentalidad más enfocada en el medioambiente y exigiendo la toma de las medidas necesarias para su conservación.

La elección de envases de bebidas y alimentos que no son de plástico puede ser un primer paso. Para ello, con el fin de poner en marcha prácticas más sostenibles con el entorno, vamos a seguir aportando nuestro granito de arena: retiramos todos los recipientes/envases de plástico en el comedor.





## II. PROMOCIÓN DEL TRANSPORTE SOSTENIBLE

---

En Fidelidade, siguiendo con nuestro compromiso con la Sostenibilidad y buscando fomentar el uso del transporte sostenible, mandamos instalar en la planta -2 un soporte para que todo aquel que venga a trabajar en bicicleta la pueda aparcar dentro de las instalaciones.

## III. ENERGÍA: SOMOS VERDES

---

Siendo coherentes hemos cambiado el tipo de energía que consumimos apostando por el uso de energía eléctrica sostenible y procedente de fuentes renovables.

La energía que consumimos procede de centrales eólicas y solares.

Permiten ahorrar recursos naturales, generan menos gases de efecto invernadero y también generan menos residuos. Las energías renovables son seguras, ya que no tiene riesgos para las personas ni para el medio ambiente.



Luz eco, 100% de la energía eléctrica suministrada procedente de fuentes renovables.

## ¿CÓMO EVALÚA LA CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA COMO EMPRESA SOSTENIBLE?



Este año la Cámara de Comercio de Madrid ha valorado a Fidelidade España como empresa sostenible.

De los cuatro niveles que establece la cámara, en función del estado de la gestión de las Pymes en sostenibilidad, nosotros estábamos en 2021 en un nivel intermedio-alto.

Esperamos alcanzar el nivel estratégico en 2022 a través de todas las acciones de mejora de la sostenibilidad que tenemos previstas .

### Nivel gestión:

La compañía, además de cumplir con la regulación, establece planes, objetivos y sistemas de gestión para todos o algunos de los asuntos identificados en el diagnóstico.

El resultado obtenido de avance global para las cuestiones de sostenibilidad en Fidelidade España es: **Gestión**



## 6. BEYOND THE CHANGE

---

Desde que se inició la pandemia mundial de la Covid en 2019 por fin pudimos celebrar la primera reunión estratégica presencial.

En esta reunión, dejamos claro que la idea que nos une es ir más allá del cambio. Quisimos que fuese un encuentro en el que nuestros conocimientos, voluntades, nuestras conciencias y nuestra imaginación para impulsar el futuro de Fidelidade se concretase.

El perfil de nuestro negocio ha cambiado mucho desde los últimos dos años y nosotros estamos en un periodo de transformación en todos los sentidos: canales, productos...

Tenemos el equipo, las competencias y las plataformas para ser competitivos.

Aunque estamos creciendo mucho aún nos queda un camino para lograr la excelencia.

### 6.1 Alcances

---

Fidelidade es una empresa comprometida e involucrada en todos los ámbitos en los que nos desarrollamos nuestra actividad.

Es una empresa comprometida ayer, hoy y más allá de lo que marquen los tiempos.

Una empresa como la nuestra, con un posicionamiento de calidad, tiene que reforzar a través de su actuación responsable ese posicionamiento de calidad.

Los clientes exigen este compromiso, aún más si cabe, a las empresas posicionados en segmentos en altos del mercado.

No podemos defraudar sus expectativas para mantener su fidelidad.

El cliente marca nuestra actuación y es motor de cambio, por tanto, debemos estar siempre atentos a las expectativas de la sociedad y de los consumidores.

Aunque es difícil medir como los consumidores premian a las empresas sostenibles sí que está claro que penalizan a las que no los son.

Con esta reflexión incorporamos a los clientes, uno de nuestros principales grupos de interés. El liderazgo y responsabilidad social y sostenible no puede entenderse sin la involucración de todas sus partes interesadas (stakeholders).

Crear una dinámica de confianza y credibilidad, demostrando que detrás hay un sistema de gestión serio que permite el intercambio fluido de información y solución de problemas.

Conscientes de que nuestro comportamiento como empresa comprometida con la sostenibilidad debe ser ético, íntegro y transparente y sabiendo que somos referente y guías de una amplia comunidad nuestros compromisos y propósitos están vinculados no solo al año próximo, si no que al resto de nuestras vidas.



## NUESTROS STAKEHOLDERS

El periodo que estamos viviendo es un momento de importantes desafíos, como el del cambio climático. Los diferentes stakeholders o grupos de interés están exigiendo a las organizaciones un compromiso cada vez más activo en temas sociales, medioambientales y de gobierno corporativo, basado en una mejor comprensión de sus necesidades reales.

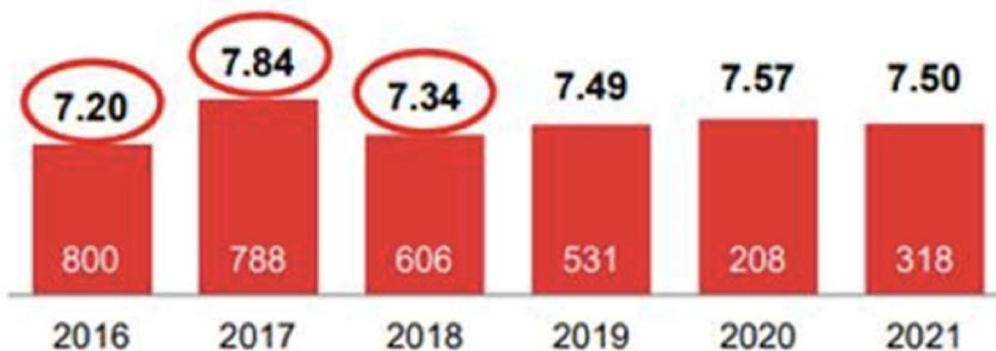


## SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

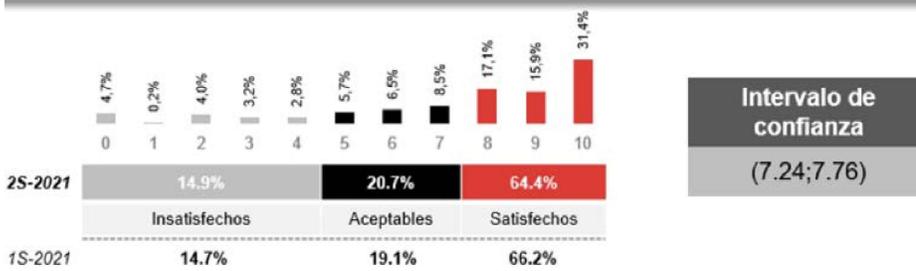
La satisfacción del cliente es esencial para nosotros. Este año 2021 está siendo un año de grandes avances en nuevos productos y en la mejora de los que tenemos para conseguir que el servicio y la calidad sean un valor añadido para nuestros clientes.

Las encuestas realizadas son muy importantes para nosotros ya que nos permiten conocer el nivel de calidad percibida por los clientes de Fidelidade en la gestión de Siniestros Reparables, Indemnizables y Mixtos, en los seguros de Multirisgo.

### EVOLUCIÓN DE LA SATISFACCIÓN GLOBAL DEL CLIENTE



#### Distribución de Frecuencias



## SATISFACCIÓN GLOBAL DE NUESTROS CLIENTES

El Net Promoter Score (conocido por sus siglas NPS) mide el nivel de fidelización de nuestra cartera de clientes con siniestros haciéndoles la pregunta: "¿Recomendaría usted contratar su póliza con Fidelidade?"

### EVOLUCIÓN DEL NPS



Escuchar a clientes y resolver sus quejas, tiene una influencia decisiva, tanto en sus índices de satisfacción como en la recomendación de los servicios por parte de estos. Por ello, contamos en todas nuestras operaciones con equipos dedicados exclusivamente a atender cualquier reclamación, con independencia del canal por el que nos llegue. Trabajamos de forma continua para disminuir el número de clientes insatisfechos y reducir el número de reclamaciones en todas las operaciones.

## PROVEEDORES

---



Para que una empresa tenga la oportunidad de operar correctamente sus proveedores deben ser parte importante dentro del proceso.

En cuanto a los proveedores que trabajan para Fidelidade, hemos de decir que no cualquiera puede ser proveedor nuestro. Hacemos un seguimiento de nuestros proveedores y buscamos y aceptamos solo a aquellos que cumplen y comparten nuestra visión: estar involucrados y comprometidos con la sostenibilidad.

Somos calidad, fiabilidad, confianza y seriedad y eso es lo que pedimos a nuestros proveedores.

- Optamos por proveedores que garanticen una cadena de suministro corta, sin intermediarios innecesarios que puedan poner en riesgo la justa remuneración de los productores primarios.

- Escogemos a empresas cuya misión garantice la protección de los derechos humanos y del medio ambiente.

- Preferimos proveedores cercanos, que reduzcan la huella de carbono derivada del transporte de la mercancía y que al mismo tiempo nos permita activar la economía local.

- Seleccionamos proveedores que ofrecen productos con certificados ecológicos o sostenibles y procedentes de comercio justo.

- Priorizamos la contratación de empresas sociales.

- Favorecemos las relaciones duraderas y el trato y confianza con el proveedor.

- Escogemos a proveedores que posean certificaciones ambientales de empresa demostrables.

Nuestros proveedores son parte fundamental en los procesos de la organización, ya que si no cumplen con sus funciones la empresa podría perder credibilidad.

Las relaciones con nuestros proveedores al igual que con nuestros clientes y socios están basadas en la confianza de que somos una empresa fiable y comprometida.

## PLANTILLA

---

Las personas trabajadoras son, junto con los clientes, los bienes más importantes de una compañía. Son la cara de la empresa y afectan directamente en la experiencia y satisfacción del cliente.

Son responsables de ejecutar y desarrollar los procesos y desarrollar servicios y productos.

Desde atender a clientes hasta encargarse que no falte tinta en las impresoras, cualquier tarea es importante en el engranaje de Fidelidade. Algunos engranajes son más grandes que otros, o están más conectados, o cumplen funciones más importantes y por ende es más difícil reemplazarlos, pero todos, aún los más pequeños, tienen una función sustancial en el funcionamiento de la empresa.





El 14 y 15 de septiembre celebramos la primera edición de **BEYOND THE CHANGE**.

Este año y tras la pandemia de Covid hemos realizado la primera reunión presencial tomando todas las precauciones necesarias para poder reunirnos y afrontar nuevos retos.

Una reunión para compartir nuevas ideas, para enfocarnos y focalizarnos en un futuro nuevo.

- Una reunión para consolidar nuestra estrategia de empresa y de grupo.
- Una reunión para plantear nuevos retos.



## Retos para el 2022

---

Tras la reunión varios son los retos que nos hemos propuesto en 2022:

1. **La innovación:** ofertaremos seguros que se distingan por su simplicidad, por corresponder a nuevas necesidades aseguradoras – o visión - de los clientes y por una gestión sencilla y eficiente. "Mobile first".

2. **La prevención:** introduciremos servicios de prevención como factor de diferenciación cualitativa y de disminución de la siniestralidad futura.

3. **La tecnología:** impulsaremos modelos "self-Service" y "pre-vendibles".

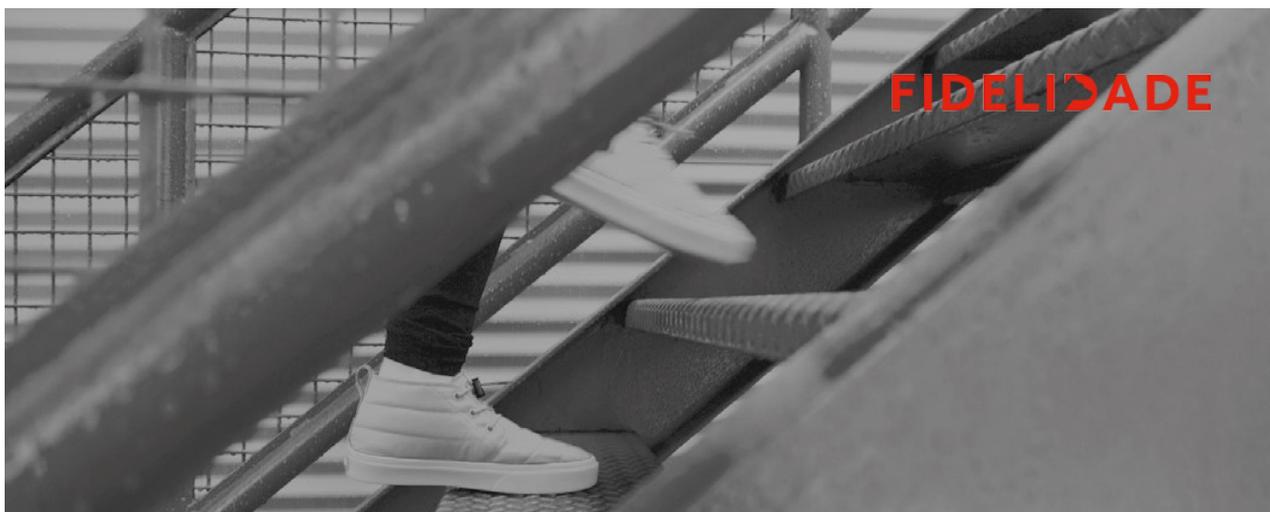
4. **El fortalecimiento de las capacidades técnicas:** tanto a nivel de suscripción como de gestión de los siniestros. Especial enfoque en la reducción del coste medio siniestral, los recobros y el control del fraude.

5. **El uso del dato y de las automatizaciones:** con ingenio y respeto a las normas, explotaremos al máximo la utilización de los datos – internos o públicos - disponibles y la automatización en los procesos de suscripción y de gestión de siniestros para hacer más simples los "customer journey", reducir sensiblemente los costes de gestión y exceder las expectativas de los clientes.

6. **La capacidad de distribución:** a cada producto le buscaremos su canal de distribución más eficiente tanto en términos de acceso, como de volumen y rentabilidad.

7. **El control de los gastos:** el "expense ratio" debe ser una obsesión compartida y omnipresente.

8. **Nuestro equipo:** fomentaremos la igualdad, la diversidad, el "empowerment" y la "accountability" a todos los niveles. Buscaremos contar con los mejores y cubrir los posibles gaps existentes.



9. **Apostar fuerte por la Sostenibilidad** con acciones concretas como:

9.1 Seguir con la idea de digitalizar nuestro producto y ofrecer a nuestros clientes una atención rápida, eficiente y eficaz, tal y como ya lo hacemos con la APP PETS y nuestro producto VIVIENDA.

9.2 Seguir con el programa 3R (Reducir, Reciclar y Reutilizar) para cuidar el medio ambiente y para reducir el volumen de residuos o basura generada. Programa para desarrollar hábitos de consumo responsable y que se basan en concienciar a la plantilla a tirar menos basura, ahorrar dinero y ser un consumidor más responsable y así reducir nuestra huella de carbono.

9.3 Obtención de nuestro segundo sello Reduzco del Ministerio de transición ecológica.

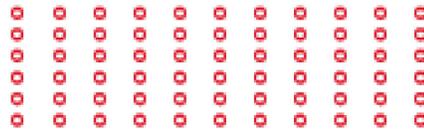
9.4 Incentivar el uso de energía eléctrica en los vehículos híbridos de la empresa y fomentar el cambio hacia vehículos híbridos enchufables.

9.5 Pasar de ser firmantes a ser socios del Pacto de las Naciones Unidas.

**Seguir creciendo es parte de nuestro ADN y para que esto suceda afrontamos nuevos retos y aprovechamos las nuevas oportunidades que se nos presentan.**



**FIDELIDADE**  
SEGUROS DESDE 1808



the **BEYOND**  
*change*  
**FIDELIDADE**

Impulsamos el futuro.

