



# RSC 16.

**UCI.**

**Responsabilidad  
Social Corporativa**

## Índice

4

Mensaje  
del Director  
General

6

¿Quiénes  
somos?

8

Clientes

20

Empleados

36

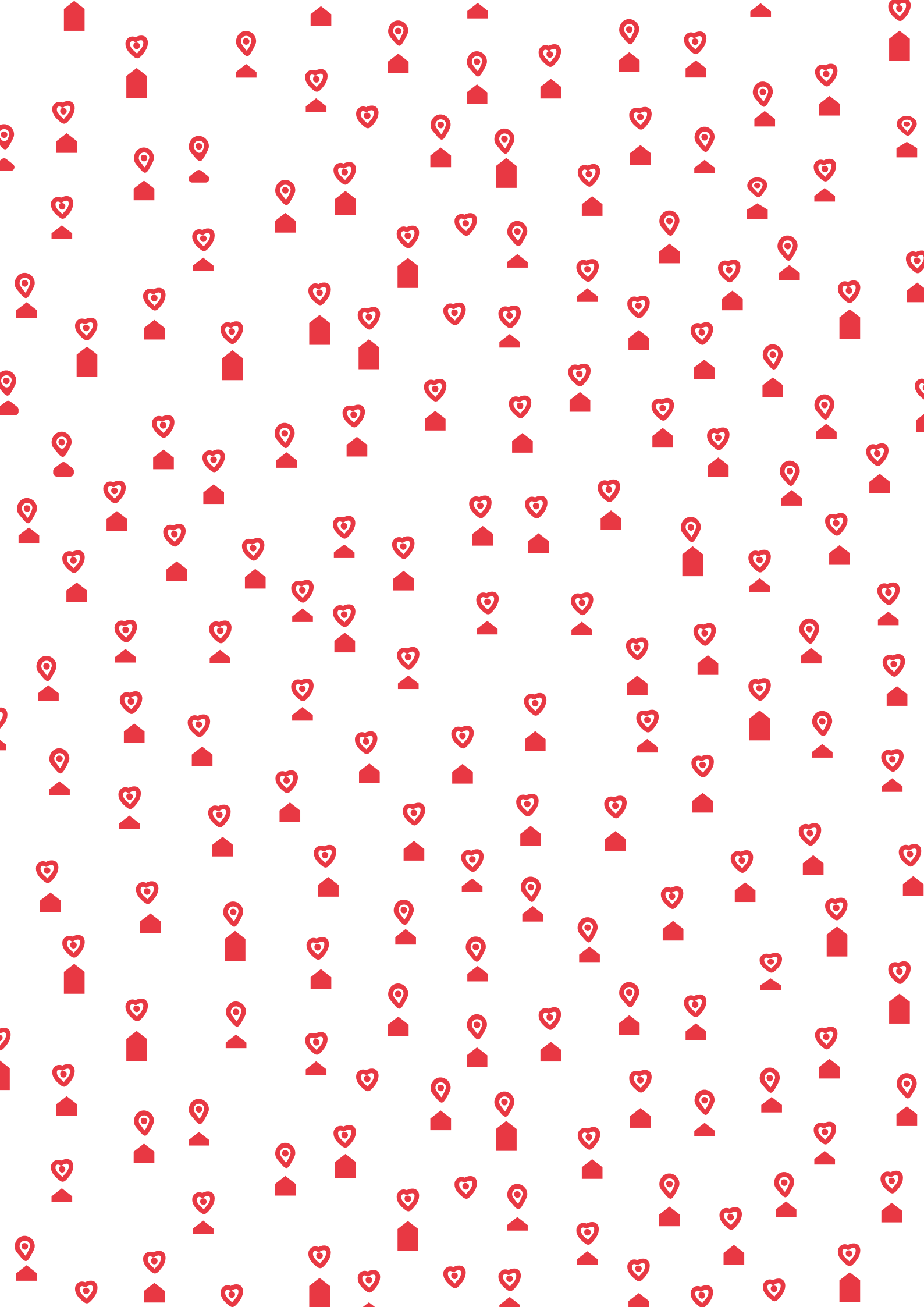
Profesionales  
Inmobiliarios

44

Accionistas

48

Sociedad



# Mensaje del Director General

*“Como empresa, tenemos un claro fin social y, para ello, desarrollamos proyectos sostenibles que contribuyan al desarrollo de las personas y de la sociedad.”*



El Grupo UCI está comprometido con la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en su estrategia. Nuestra misión es desarrollar servicios financieros de primera clase en nuestro ámbito de actividad, a través de un modelo de negocio integrado, con un ambiente de trabajo estimulante e innovador.

Como empresa, además de una finalidad comercial, tenemos un claro fin social y, para ello, desarrollamos proyectos sostenibles que contribuyan al desarrollo de las personas y de la sociedad en la que estamos inmersos.

UCI es una organización centrada en el cliente y, en este sentido, ofrecemos asesoramiento, personalización, servicios excelentes y soluciones en todo su ciclo de vida de nuestro ámbito de actividad. Informamos al cliente lo que supone una hipoteca, con sus implicaciones, además de ofrecerle herramientas de simulación y comparación para que pueda tomar una decisión madura, con seguridad y responsabilidad. Por este motivo, la Compañía ha generalizado el uso de la firma digital para la documentación precontractual y, ha iniciado en 2016, la implementación del acuerdo suscrito con el Consejo General del Notariado para reforzar la transparencia en la formalización de nuevos préstamos hipotecarios.

La formación y el aprendizaje son claves para el desarrollo profesional de los 704 empleados que forman el equipo humano de UCI en España, Portugal y Grecia sin contar la Joint Venture en Brasil con Compañía Provincia y que sin duda constituye su principal activo. En este sentido, el modelo de gestión responsable de las personas está orientando precisamente a la gestión y retención del talento y al bienestar de los empleados, con el propósito de conseguir

una experiencia de empleado excelente. También, en el caso de los profesionales inmobiliarios, los programas de formación de la National Association of Realtors (NAR) y del Council of Residential Specialists (CRS), de los que UCI es representante en España, han contribuido a la especialización y profesionalización del sector. De esta forma UCI se ha convertido en la entidad de referencia de los profesionales para formarse, organizarse y establecer nuevos métodos de trabajo.

*“El modelo de gestión responsable de las personas está orientando a conseguir una experiencia de empleado excelente.”*

A todas estas acciones, que tienen como eje central promover la formación de los diferentes grupos de interés, sumamos las iniciativas relacionadas con el respeto por el medio ambiente, a través de buenas prácticas ligadas a nuestra actividad diaria para atenuar el impacto en el entorno, y también las relacionadas con el desarrollo y apoyo a la comunidad en la que operamos, a través de nuestra acción social y voluntariado corporativo.

Con todo ello reforzamos nuestro compromiso con los grupos de interés (empleados, clientes, profesionales inmobiliarios, accionistas, y la sociedad en general) que son los auténticos referentes de nuestro trabajo.

*“Empleados, clientes, profesionales inmobiliarios, accionistas y la sociedad en general son los auténticos referentes de nuestro trabajo.”*

Es importante trasladar a la sociedad lo que la empresa hace y cómo lo hace para reforzar los vínculos e interés comunes. Con este Informe de RSC queremos dar a conocer a las acciones que realizamos en el Grupo UCI y confiamos que sea de su interés.

**Roberto Colomer**  
Director General

# ¿Quiénes somos?

Desde su origen, UCI (Unión de Créditos Inmobiliarios) es una empresa especializada en la concesión de hipotecas que pretende establecer relaciones beneficiosas para todas las partes: la propia Compañía y sus empleados, sus clientes y la sociedad.

Se trata de ser una entidad simple, personal y justa, con una relación cercana y una operativa sencilla, con cultura de cumplimiento en todos

los niveles, dónde son elementos básicos la transparencia, la coherencia y el rigor en la información hacia sus grupos de interés.

Con esta finalidad se han incorporado nuevas filosofías y metodologías de trabajo que se han integrado de una manera transversal en la gestión y cultura corporativas, desde la promesa de marca, la misión, visión y valores del Grupo UCI.



Desde 1989 hemos concedido hipotecas a más de

**300.000**  
clientes



Estamos presentes en todos estos países



En total, somos

**704**  
empleados en plantilla



En España nos representan dos marcas:



En 2016, nuestra producción consolidada fue de

**373 M€**



Distribuida de la siguiente manera:

**255 M€** + **118 M€**  
España Portugal



Experimentamos un crecimiento del

**+33%**  
respecto a 2015

## misión



Generar un impacto positivo en nuestros stakeholders y en la sociedad



Producir servicios financieros de primera clase con un modelo de trabajo integrado



Crear un ambiente de trabajo creativo y estimulante

## visión



Ser líder en financiación inmobiliaria especializada



Ser la entidad preferida de nuestros clientes



Ofrecer una amplia gama de productos responsables



Dar respuesta a la demanda social de acceso a la vivienda

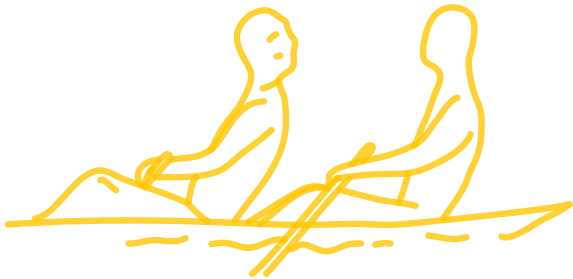
**va  
lo  
res**  
Empieza  
contigo  
como ejemplo

UCI lleva a cabo su misión aplicando los valores traducidos en acciones concretas para cada función y colaborador.

**UCI.**

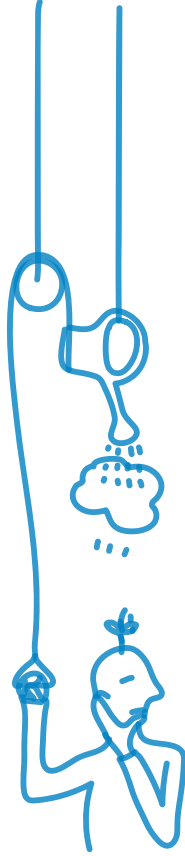
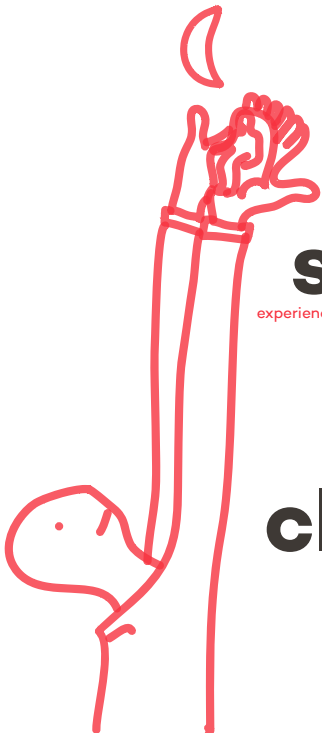
**com  
pro  
miso**  
Aportar lo mejor  
de uno mismo

En una empresa, como en un barco, es necesario remar al unísono e involucrarse al máximo para avanzar y contribuir al éxito de la organización.



**pa  
sión  
por  
el  
clien  
te**  
La  
experiencia de cada cliente  
es el motor  
de nuestro  
trabajo

Trabajar para ayudar a crear hogares es razón más que suficiente para que el cliente sea nuestro centro de actividad. No podemos ofrecerles la luna pero...



Solo son capaces de innovar aquellas organizaciones que sienten la necesidad de aplicar nuevas ideas, que se mueven y cambian continuamente para mejorar sus productos, servicios y prácticas.

**in  
no  
va  
ción**  
Creemos en  
el valor de  
las ideas

Creemos en el valor de las ideas

**in  
te  
gri  
dad**  
Una empresa es  
el resultado de  
la gente que forma  
parte de ella



Cuando eliges trabajar con honradez y anteponer los intereses grupales a los individuales, haces que UCI sea una compañía mejor.

**tra  
bajo  
en  
equi  
po**  
El trabajo en  
equipo es actitud

No podríamos definir el trabajo en la empresa sin compararlo con el deporte, y es que UCI no es la suma de varios jugadores, sino la interacción de todos ellos formando un gran equipo.



**ex  
ce  
len  
cia**  
El secreto de  
la excelencia en el  
trabajo es disfrutarlo

Creemos que la esencia para aportar lo mejor de uno mismo es disfrutar del trabajo cada día. En UCI no solo buscamos empleados excelentes, sino personas que sientan pasión por lo que hacen.



RSC16.



**Clientes**



# Los clientes son el centro de la actividad de UCI.

Relación con el cliente

Comunicación con el cliente

Digitalización e innovación

Conducta



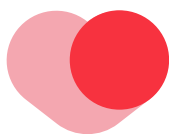
# Clientes

UCI ha afrontado el reto de evolucionar la organización para proporcionar, en todo momento, experiencias diferenciales a sus clientes. Queremos ser el compañero de referencia en la creación de su hogar, facilitándole toda la información relevante y cubriendo sus necesidades.

Para el Grupo UCI, “Experiencia de Cliente” es hablar de generar seguridad y confianza, ser transparentes y entendibles, provocar un sentimiento único, exceder las expectativas, establecer conexiones emocionales basadas en la empatía y la escucha activa, así como aportar valor al cliente más allá del producto o servicio ofrecido en cada interacción.

De esta forma, conseguimos que el cliente perciba los beneficios relevantes y diferenciales de colaborar con UCI, buscando siempre la coherencia entre lo que decimos que somos y lo que ofrecemos en cada momento.

La labor de nuestros equipos comerciales, junto con los de soporte a cliente, es la mejor carta de presentación de UCI y su Promesa de Marca: acompañar y facilitar productos, servicios e información relevante para que el cliente elija aquello que mejor se adapta a sus circunstancias y tome una decisión bien fundada y con seguridad. Esto nos permite poner en valor nuestro carácter de especialistas en financiación relacionada con el hogar y nuestra apuesta decidida por la compra responsable.



## a tu lado

- lenguaje de cliente
- te acompañamos en todo el proceso
- gestor personal
- nos anticipamos en cada paso de tu casa



## tú eliges

- sin vinculaciones
- fabrica tu propio proyecto
- servicios no financieros que simplifican tu compra
- te facilitamos información útil para gestionar la compra/venta de tu casa



## compra responsable

- te enseñamos lo que supone comprar una casa y una hipoteca
- queremos conocerte de verdad
- herramientas de simulación para tener las cuentas claras
- seguridad en la decisión de tu vida

# Relación con el cliente

Se han llevado a cabo numerosos trabajos para redefinir el Modelo de Relación con nuestros clientes, identificando claramente los estándares a entregar, conductas y recursos útiles que sirvan de guía, de manera que refuerce nuestro posicionamiento como entidad única que siempre vela por los intereses del cliente.

La red comercial de UCI e Hipotecas.com profundizó en el nuevo método a través del plan de formación "Reinventared", un novedoso programa, desarrollado en varias fases, que combina formación online sobre temas financieros e hipotecarios, con sesiones presenciales en las cuales se cuenta con la participación activa de clientes y en las que se trabaja de forma conjunta para

entender y afianzar las mejores prácticas en cada interacción del modelo.

Para esta mejora de la "Experiencia de Cliente" es primordial mantener una relación personal con el cliente tras la formalización de su préstamo que implique cercanía, asesoramiento y transparencia.

Con este objetivo se ha creado la figura del Gestor Personal para ofrecer una atención exclusiva y especializada a aquellos clientes que requieren un servicio personalizado a sus necesidades financieras. Esta figura conlleva beneficios para todas las partes implicadas.



*Un curso que sirve para replantearnos la forma de trabajar; marcar la diferencia y centrarnos en el cliente.*

Mercedes Sánchez  
Madrid, Hipotecas.com



*Supone un antes y un después para UCI, para la red y para toda la Compañía. Iniciamos un camino en el que ponemos, de verdad, al cliente en el centro.*

Francisco Ayala  
Agencia Almería

## Nuestros clientes destacan

- ✔ Sentirse acompañados en el viaje hacia la compra de su vivienda. Valoran ir de la mano de un profesional en los distintos momentos vitales de este proceso.
- ✔ La utilización de un lenguaje claro para explicar conceptos complejos y sus implicaciones.
- ✔ La información recibida y la transparencia de la misma, fundamental para tomar una decisión tan importante como la compra de una vivienda.
- ✔ Sentirse protagonistas en la elección del producto, el plazo y los seguros.
- ✔ Las herramientas de simulación y la ayuda del comercial para interpretar otras ofertas del mercado.
- ✔ En su mayoría, los clientes recomendarían a UCI sin dudar.

## Beneficios para el cliente

- Acompañamiento personal durante toda la vida del préstamo.
- Adaptabilidad al tipo de cliente y a las necesidades del mismo.
- Transparencia.
- Facilidad en el contacto y cercanía.

## Beneficios para UCI

- Información y conocimiento del cliente.
- Mejora de la experiencia.
- Mayor vinculación.
- Prevención y anticipación a necesidades futuras.

# Comunicación con el cliente

## UCI tu web

A lo largo de 2016, el Grupo UCI ha renovado la Web Cliente, actualizándola de contenido y dotándola de una nueva imagen, así como de nuevas funcionalidades, con el objetivo de facilitar y mejorar la experiencia de los clientes. Con la nueva Web Cliente, UCI se ha propuesto crear una herramienta sencilla, intuitiva y atractiva para convertirla en una auténtica alternativa de gestión para los clientes y, en una herramienta más en el plan relacional de la Compañía. La Web ha sido creada siguiendo los criterios del Diseño Responsive y dispone de una versión en inglés.

La nueva Web Cliente es fruto de un trabajo de relación y comunicación con los clientes quienes, en tres sesiones de focus group, expresaron la necesidad de modernizar la antigua web

y, a la vez, dotarla de nuevas opciones de gestión como, por ejemplo, el simulador de amortización anticipada, poder solicitar el cambio de cuenta de domiciliaciones de forma online o gestionar sus contraseñas de acceso.

Además, la nueva Web Cliente dispone del apartado "Documentos", un repositorio de la documentación del préstamo (documentación contractual, tasaciones, información para la Agencia Tributaria, etc.). A través de este nuevo apartado, el cliente puede solicitar la revisión de su documentación para tenerla disponible y poderla consultar en cualquier momento.



**30.916**

clientes registrados a 31 de diciembre 2016



## Programa de fidelización

En el camino de continuar evolucionando y mejorando su modelo de relación con el cliente, se ha lanzado UCIContigo, el nuevo programa de fidelización de los clientes de UCI en cartera que se apoya en un catálogo de ofertas y descuentos en más de 200 marcas.

Gracias a esta iniciativa, la Compañía atiende a las demandas de mayor contacto y cercanía que le han trasladado sus clientes. Además, les acerca su promesa de marca y potencia el

posicionamiento de UCI ante el cliente como referente en el mundo de la financiación hipotecaria y del hogar, acercándose a sus necesidades personales y acompañándoles a lo largo de toda su relación con la Compañía.

Otro de los puntos clave que se persigue con la puesta en marcha del proyecto UCIContigo es continuar potenciando el acercamiento digital al cliente y tener actualizados los datos de todos ellos en los sistemas internos.

## Satisfacción del cliente: Ekomi y encuestas de calidad

El Grupo UCI se ha adherido a eKomi, The Feedback Company, una plataforma online que tiene como finalidad facilitar que los clientes puedan valorar los servicios que reciben por parte de UCI y de Hipotecas.com. Esta herramienta recoge, analiza y comparte opiniones y valoraciones verificadas de clientes y las inserta en una plataforma online, ajena a la Compañía. De este modo, eKomi ofrece la posibilidad al Grupo UCI de conocer la satisfacción de sus clientes, la calidad de sus servicios y el funcionamiento de los procesos internos permitiendo, así, la mejora continua.

En el año 2016, la satisfacción de los clientes de UCI en esta plataforma alcanzó una media de 9,32 sobre 10, sobre un total de 323 opiniones, y de 9,21 sobre 10 para Hipotecas.com, sobre 110 opiniones.

En cuanto a las encuestas de valoración realizadas a los clientes, en 2016 se llevaron a cabo 1.853 encuestas obteniendo un 99% de grado de satisfacción general, un 97% de nivel de recomendación y un 97% de clientes satisfechos que recomendarían los servicios del grupo.

## UCI con tigo.



## Resultados encuestas de calidad:



## Valoraciones ekomi 2016:

**UCI. 9,32**

 **9,21**  
Hipotecas.com

## UCI cuenta con un servicio de atención al cliente

especializado en la gestión y resolución de las reclamaciones recibidas para tratarlas conforme a los requisitos legales y a las políticas del Grupo y ofrecer, así, la mejor atención a sus clientes.

Durante el año 2016 el número total de reclamaciones recibidas ha sido de 177, cifra que supone una disminución del 13,65% respecto al año anterior. De estas 177, 80 fueron tramitadas por el Servicio

de Atención al Cliente y 97 por el Defensor del Cliente.

Al cierre del ejercicio, se habían resuelto 168 reclamaciones, quedando nueve pendientes de resolución.

De las reclamaciones recibidas, un total de 32 se presentaron ante el Departamento de Conducta de Mercado y Reclamaciones del Banco de España. Asimismo, se han presentado un total de 45 reclamaciones ante el Servicio de CIRBE.



**177**  
reclamaciones  
tramitadas



**168**  
reclamaciones  
cerradas en 2016



**13,65%**  
menos reclamaciones  
que en 2015

# Digitalización e innovación

Dando continuidad al carácter innovador y pionero de UCI, se ha introducido la firma digital en la fase de originación de los préstamos. Asimismo, se ha firmado un acuerdo con el Consejo General del Notariado, de manera que cualquier notaría que opere a nivel nacional tendrá la capacidad para certificar no solo que toda la documentación precontractual ha sido debidamente entregada al cliente de acuerdo con los plazos legales, sino también la comprensión de la misma. Esta iniciativa, pionera en el mercado español, refuerza la voluntad de UCI de proteger los intereses del cliente más allá de los requerimientos incluidos en la Directiva Europea 2014/17/UE sobre los contratos de crédito celebrados con los consumidores para bienes inmuebles de uso residencial.

En el mes de enero entró en vigor el convenio de colaboración firmado entre el Grupo UCI y el Consejo General del Notariado (CGN).

Gracias a este acuerdo, UCI reforzará aún más la seguridad jurídica del proceso, añadiendo una certificación adicional de un tercero de confianza, mediante la cual quedará constancia no solo de que se facilitó al cliente toda la información previa al contrato y que pudo obtenerla de forma imparcial e independiente, sino que dispuso de la posibilidad de obtener oportunamente, antes de contratar, información relevante, veraz y suficiente.



Esta nueva operativa garantizará al cliente el ejercicio de su derecho de ser informado imparcialmente, de forma adecuada y en tiempo oportuno de las condiciones jurídicas y económicas del préstamo hipotecario a contratar. Adicionalmente a las explicaciones de los equipos comerciales de UCI, el cliente podrá disfrutar de forma gratuita durante el período de reflexión, si lo desea, de las explicaciones ofrecidas por un tercero imparcial, el notario, lo que le permitirá disponer de las máximas garantías de transparencia a la hora de tomar su decisión.

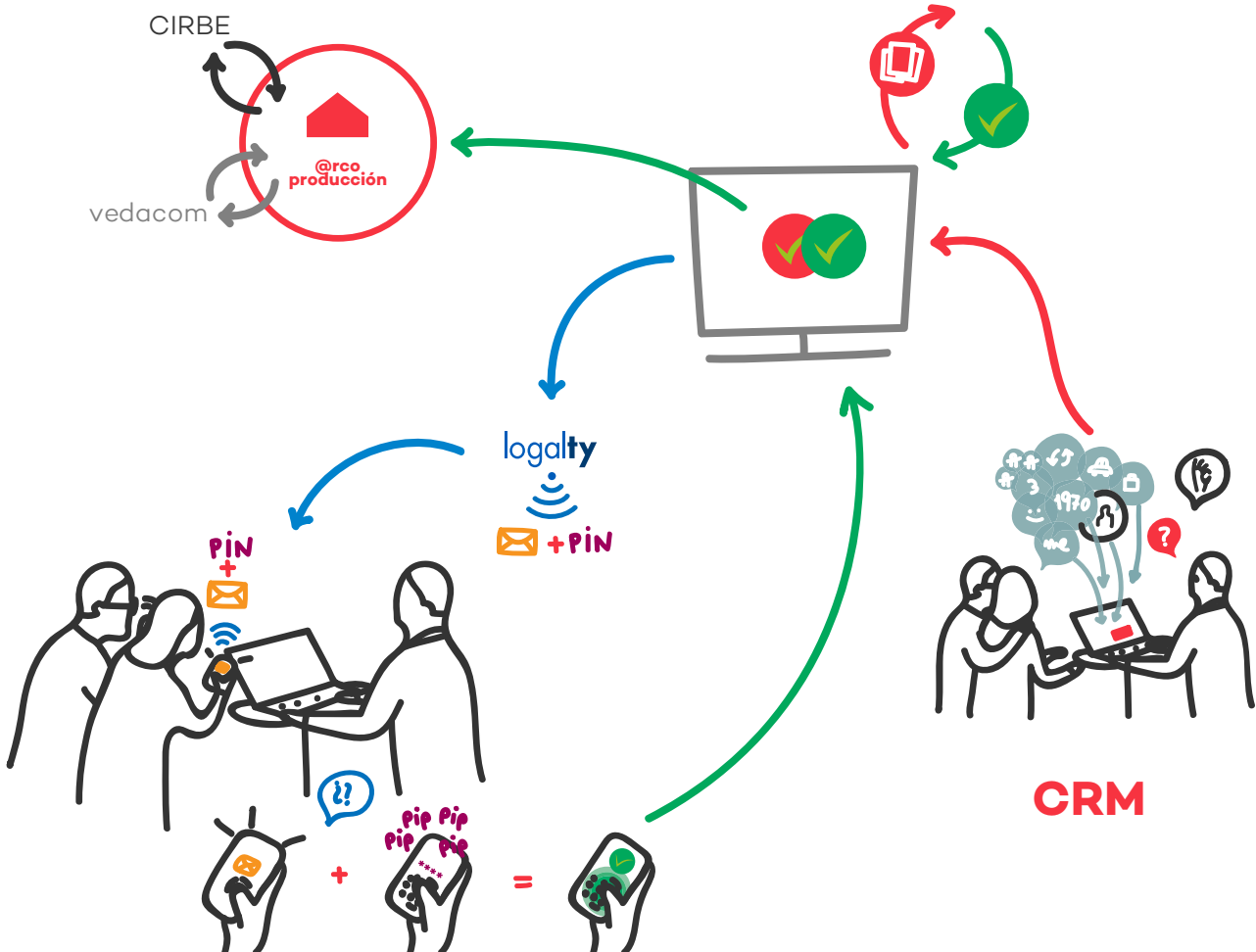
Asimismo, refuerza el derecho de libre elección de notario, tanto en la fase precontractual como en la contractual. Además, en el marco de esta alianza, UCI y el CGN colaborarán en la realización de actividades culturales con el fin de promover y difundir información de interés para todos los ciudadanos.

## Firma digital

De cara a reforzar la confianza, seguridad y transparencia se ha extendido la firma digital a la totalidad del proceso de tramitación de la hipoteca, desde el contacto inicial hasta la firma de la documentación precontractual, aportando al cliente la tranquilidad de que el proceso está certificado por un tercero de confianza y que tiene acceso digital a la documentación en todo momento. Una iniciativa pionera en el mercado hipotecario español.



**comité de agencia**



# Conducta

## Código de Buenas Prácticas

El Grupo UCI realiza un trabajo continuo de búsqueda de soluciones para los clientes con dificultades económicas sobrevenidas con objeto de hacer frente a sus dificultades y poder conservar su vivienda. Es por ello que, desde el año 2014, UCI España está adherido al Código de Buenas Prácticas aprobado por el Gobierno en el Real Decreto Ley 6/2012 y modificado por la Ley 1/2013, de 14 de mayo, de medidas urgentes para reforzar la protección de deudores hipotecarios, reestructuración de deudas y alquiler social.

En esta normativa se establece la adhesión voluntaria de las entidades financieras a dicho Código para mejorar la situación económica y social de las familias que atraviesan importantes dificultades de pago.

Para la Compañía, la adhesión al Código de Buenas Prácticas es un paso más en la búsqueda de soluciones para los clientes con dificultades económicas. No obstante, cabe destacar que el trabajo de la Compañía en esta búsqueda de soluciones no se limita al colectivo objeto de protección en dicho Código.



**716**

solicitudes de adhesión al Código de Buenas Prácticas



**465**

solicitudes aprobadas

## Certificado de RSC de Autocontrol

El Grupo UCI es socio de pleno derecho de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial. Esta asociación sin ánimo de lucro, formada por los principales anunciantes, agencias, medios y asociaciones sectoriales, tiene como objetivo contribuir a que la publicidad constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria y a los derechos de los consumidores, con la exclusión de la defensa de intereses personales.





Príncipe de Vergara, 109.  
5ª plta. 28002 MADRID  
Tel.: +34 91 309 66 37  
Fax: +34 91 402 50 80  
www.autocontrol.es  
autocontrol@autocontrol.es



## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

AUTOCONTROL (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial), es una asociación sin ánimo de lucro establecida en 1996 que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación en España. Está formada por los principales anunciantes, agencias, medios y asociaciones sectoriales y su objetivo es contribuir a que la publicidad constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria y a los derechos de los consumidores, con la exclusión de la defensa de intereses personales.

AUTOCONTROL forma parte de EASA (*European Advertising Standards Alliance*) y, además, ha acreditado el cumplimiento de los requisitos establecidos por la Ley de Competencia Desleal para los sistemas de autorregulación.

### UNIÓN DE CRÉDITOS INMOBILIARIOS, S.A., E.F.C.

#### Calidad de Asociado

Es socio de pleno derecho de AUTOCONTROL y mantuvo su calidad de asociado durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016, como así consta en la relación de asociados que publicamos en nuestra memoria anual de 2016.

#### Cumplimiento de Códigos Deontológicos

Se compromete a cumplir en todas sus comunicaciones comerciales el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, basado en el Código de Prácticas Publicitarias de la International Chamber of Commerce.

#### Actividad de control previo de la licitud y corrección deontológica de la publicidad

Puede, con anterioridad a su difusión, solicitar el asesoramiento del Gabinete Técnico de AUTOCONTROL en aquellos casos en los que tenga dudas acerca de la licitud y corrección deontológica de sus comunicaciones comerciales, con el fin de garantizar las mismas.

#### Sometimiento al Jurado de la Publicidad

Se compromete, así mismo, a cumplir las resoluciones emitidas por el Jurado de la Publicidad como resultado de eventuales reclamaciones presentadas ante este órgano de resolución extrajudicial de controversias, ya sea por parte de consumidores u asociaciones de consumidores, empresas de la competencia u otros sectores, u organismos de la Administración.

Para que así conste, firmo el presente certificado, en Madrid, a 24 de febrero de 2017

José Domingo Gómez Castallo  
Director General



## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### INFORME DE ACTIVIDAD

Solicitado por

**UNIÓN DE CRÉDITOS INMOBILIARIOS, S.A., E.F.C.**

**Nº de consultas previas** (Copy Advice ®) solicitadas por la empresa durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016 al Gabinete Técnico de AUTOCONTROL relativos a publicidad de la que es responsable la Empresa:

**Nº de consultas previas** (Copy Advice ®) solicitadas por intermediarios durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016 al Gabinete Técnico de AUTOCONTROL relativos a publicidad de la que es responsable la Empresa:

**Resultado de las consultas:**

- **Positivos** (No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio).....

- **Con modificaciones** (Se ha recomendado introducir cambios en el anuncio)...

- **Negativos** (Se ha desaconsejado la difusión del anuncio).....

**Nº de consultas legales** atendidas durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016 por el Gabinete Técnico de AUTOCONTROL con relación a la publicidad de la que es responsable la Empresa:

**Nº de casos resueltos** durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016 por el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL iniciados por reclamaciones iniciadas a instancias de la propia Empresa:

**Nº de casos resueltos** durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016 por el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL iniciados por reclamaciones dirigidas contra una publicidad de la que es responsable la Empresa:

**Nº de consultas técnicas y jurídicas de cookies** (Cookie Advice ®) solicitadas por la empresa durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016 al Departamento Digital de AUTOCONTROL:

Madrid, a 24 de febrero de 2017

José Domingo Gómez Castallo  
Director General



## CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### A LOS EFECTOS DE CONCESIÓN DEL DISTINTIVO “IGUALDAD EN LA EMPRESA”

UNIÓN DE CRÉDITOS INMOBILIARIOS, S.A., E.F.C.

A los efectos que procedan y, en particular, en relación a las exigencias previstas por el artículo 6.1.b) del Real Decreto 1615/2009, de 26 de octubre – que ha sido modificado por el Real Decreto 850/2015, de 28 de septiembre - por el que se regula la concesión y utilización del distintivo «Igualdad en la Empresa», desarrollando el artículo 50 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

El citado precepto dispone: *“Documentación. 1. Las candidaturas [de concesión del distintivo “Igualdad en la Empresa”] además de la documentación acreditativa de los extremos citados en el artículo 4, deberán ir acompañadas de la siguiente documentación: (...) b) El balance o informe sobre las medidas o planes de igualdad implantados en la empresa conforme al artículo 4.2.g). En aquellas entidades con la obligación legal o convencional de tener aprobado un plan de igualdad abordará aspectos relacionados con las condiciones de trabajo, el modelo organizativo, la responsabilidad social de la empresa o la difusión y publicidad de los productos y servicios ofrecidos por la misma”.*

Nº de casos resueltos durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2016 por el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL iniciados por reclamaciones dirigidas contra una publicidad de la que es responsable la Empresa por razón de discriminación sexual:

0

**Resultado de los casos:**

- Aceptación de la reclamación: .....

0

- Acuerdo de mediación:.....

0

- Resolución de jurado:.....

0

• Estimación:.....

0

• Estimación parcial:.....

0

• Desestimación:.....

0

Madrid, a 24 de febrero de 2017

José Domingo Gómez Castallo  
Director General

RSC16.



**Empleados**

# UCI trabaja en la formación continua y el desarrollo profesional de toda su plantilla.

Formación, desarrollo y movilidad

Diversidad

Conducta corporativa

Comunicación con los empleados

Satisfacción del empleado

Empresa saludable

Voluntariado corporativo



# Empleados

Consciente de la importancia y del valor añadido que sus colaboradores aportan al negocio, el Grupo UCI trabaja en la formación continua y el desarrollo profesional de toda su plantilla. Muestra de ello es que, a lo largo de 2016, la Compañía ha realizado 18.742 horas de formación entre sus empleados.

Además, la Compañía trabaja ámbitos como el bienestar de sus empleados, fomentando un estilo de vida saludable a través de la práctica del deporte y la alimentación, y fomenta la solidaridad entre sus trabajadores con diferentes acciones de voluntariado corporativo.

Al finalizar el año 2016, la plantilla del Grupo UCI está formada por 704 empleados: 314 hombres

390 mujeres. Además, muestra de la apuesta de la Compañía por el trabajo estable, un total de 690 contratos son indefinidos, cifra que representa el 93% del total. La edad media de la plantilla es de 39,39 años con una antigüedad media en la Compañía de 9,69 años. El 77,6% de los colaboradores del Grupo UCI son titulados universitarios.

**704**  
empleados

**390**  
mujeres

**314**  
hombres

edad media de  
los empleados

**39,39** años

**690**  
contratos  
indefnidos

antigüedad media  
de los empleados  
**9,69** años

**77,6%**  
titulados  
universitarios

# Formación, desarrollo y movilidad

El Grupo UCI considera la formación como un elemento clave en el desarrollo de sus colaboradores y eje estratégico de la Compañía. Por tanto, cada colaborador debe participar de manera activa en aquellas formaciones que se estimen necesarias o legalmente imprescindibles para el óptimo desarrollo de sus tareas.

El Plan de Formación anual en UCI España engloba 33 formaciones de tipología diversa: Técnica, jurídica y sobre normativa, competencias, compromiso y valores corporativos, habilidades comerciales y directivas, prevención de riesgos laborales, tecnológicas y financieras.

Además, la Compañía cuenta con una plataforma de formación online y con un catálogo de formaciones internas con una oferta de más de 50 cursos a disposición de los colaboradores.

En España, 572 empleados han recibido formación y han realizado

un total de 16.000 horas formativas. En Portugal se han impartido 35 tipos de formación, la totalidad de la plantilla ha recibido formación y el número de horas totales impartidas ha ascendido a 2.386 horas. En Grecia, el número de horas de formación para la plantilla ha sido 356.

Además, el Grupo UCI apuesta por el talento interno y la movilidad. En este sentido, los acompañamientos a otros departamentos amplían la visión de la Compañía al colaborador y fomentan la transversalidad, por ello se llevan a cabo diversas acciones para promoverlos. En 2016, se han realizado más de 120 acompañamientos y 82 movimientos internos, que representan aproximadamente el 14% de la plantilla.

Además, se han seleccionado 32 personas en plantilla, 17 consultores financieros y nueve becarios.

Las formaciones de UCI España engloban las siguientes:

- ✓ Técnicas, jurídicas y sobre normativa.
- ✓ Competencias, compromiso y valores corporativos.
- ✓ Habilidades comerciales y directivas.
- ✓ Prevención de riesgos laborales.
- ✓ Tecnológicas y financieras.

Horas de formación por país:

**es 16.000 h.**

**pt 2.386 h.**

**gr 356 h.**



A lo largo del ejercicio 2016, el Grupo UCI ha trabajado en el diseño de la Estrategia de Diversidad de Género y Generacional, así como en el análisis de diferentes políticas de Recursos Humanos que tiendan a favorecer dicha estrategia.

Por este motivo, se han realizado 6 focus group con 60 managers de la Compañía para conocer su opinión y un desayuno de trabajo con empresas del Grupo y la Asociación de mujeres empresarias y directivas WomenCeo, con el objetivo de compartir experiencias y buenas prácticas en este ámbito.

# Conducta corporativa

La Compañía aboga por la igualdad y, en este sentido, uno de los objetivos de la política de Recursos Humanos es la erradicación de comportamientos sexistas, la no discriminación por razón de etnia, religión, nacionalidad, estado civil, orientación sexual y/o clase social, así como la eliminación de comportamientos que pudieran ser constitutivos de delito como el acoso sexual y laboral. De esta forma, se logra una convivencia igualitaria dentro de la organización.

El Código Ético recoge las normas de conducta de cada uno de los empleados dentro del entorno laboral y formaliza el compromiso de cada uno de ellos con las más altas exigencias de integridad y ética profesional.

Además, en el Grupo UCI existe un compromiso moral de denunciar

cualquier tipo de conducta inadecuada para colaborar en la consecución de un entorno de trabajo acorde con los valores, cultura y costumbres propias de nuestra Empresa.

En el Grupo existe un canal interno de denuncia, denominado "Alerta Ética". Es un sistema que permite a los administradores, directivos, empleados y colaboradores de UCI comunicar al Comité de Cumplimiento Normativo, de forma confidencial, aquellas situaciones irregulares que puedan conocer en el desarrollo de su actividad profesional como:

- ✘ Cualquier indicio o sospecha de la comisión de un delito.
- ✘ Cualquier infracción del Código Ético o de los procedimientos de UCI.
- ✘ Vulneración de alguno de los Principios de Actuación recogidos en el Código Ético.



En 2016 no se ha registrado ningún caso

Todos los empleados tienen que observar las siguientes pautas de conducta:



Respeto por las diferencias individuales manifiestas entre los miembros de la Organización.



Respeto por las posibles situaciones personales y/o profesionales anómalas por las cuales pueda pasar un colaborador.



Utilización de un lenguaje positivo en las relaciones interpersonales.

# Comunicación con los empleados

El Grupo UCI es consciente de la importancia de mantener un diálogo continuo con los empleados que le permita conocer su opinión, inquietudes e incluso las posibles mejoras a incorporar en los procedimientos.

En este sentido, en 2016 se han lanzado importantes herramientas corporativas de comunicación interna como "Ágora" o "El Patio" y se han mantenido "Los desayunos UCI".





## Ágora, El Patio e Intranet Corporativa

Para potenciar la escucha activa y el diálogo con los empleados, se han creado espacios online, como la red social corporativa “Ágora”, que permite compartir experiencias profesionales, participar en debates y proponer ideas de mejora para la empresa.

También se ha puesto en marcha la web “El Patio” en la que se recogen las noticias de la Organización con especial protagonismo del empleado.

A las anteriores se suma la Intranet Corporativa que centraliza todos los servicios para el empleado y pone a su disposición toda la información corporativa y de negocio.

# AGORA

 **96,95%**  
de los empleados  
usa Ágora

 **3.577**  
comentarios

 **46**  
publicaciones/mes

# el Patio


 **669**  
comentarios

 **233**  
publicaciones

“Los desayunos UCI” son una iniciativa para potenciar unas relaciones más fluidas con la Dirección General.

En ellos, los empleados pueden plantear sus preguntas a la

Dirección General, exponer su visión sobre la Organización y generar debate sobre los temas que ambas partes consideren de interés. La frecuencia de “Los desayunos UCI” es mensual y se organizan con el objetivo de que todos los empleados de la organización puedan acudir a este foro de comunicación.


 **293**  
colaboradores han  
asistido a estos  
encuentros desde 2011.

En 2016 se ha lanzado el nuevo “Club del empleado”, una plataforma de ahorro en las compras que cuenta con un elevado número de ofertas en diferentes productos y con amplia cobertura a nivel nacional. El “Club del empleado” está vigente desde septiembre y un total de 424

empleados se han registrado en el último cuatrimestre del año. En este periodo, un 80% de los usuarios registrados han realizado alguna compra o han hecho intención de compra.

## UCI club del empleado

 **+424**  
empleados registrados

 **80%**  
de los usuarios han  
hecho alguna compra  
o intención de  
compra

## Concurso de felicitaciones de Navidad

Bajo el lema "Dibuja tu Navidad 2016", la Compañía organizó un concurso de dibujo infantil dirigido a los hijos e hijas, de entre 3 y 12 años, de todos los empleados del Grupo UCI. Para ello se entregó a todos los inscritos un kit de dibujo con el que crear sus felicitaciones navideñas.

Los diez dibujos finalistas se colgaron en la Intranet Corporativa para que todos los colaboradores pudieran votar al ganador. El niño ganador del concurso infantil recibió una tarjeta regalo de El Corte Inglés valorada en 200 euros. El segundo y tercer premio estuvieron dotados con una tarjeta

de El Corte Inglés por valor de 100 euros. Todos los participantes recibieron sus tarjetas por valor de 15 euros.

En UCI Portugal crearon una felicitación navideña solidaria y un banner solidario en la web de UCI Portugal, por cada clic en la felicitación, UCI aportó 0,50 eu a la ONG portuguesa Crescer Ser, que acoge a los menores desfavorecidos.



UCI Portugal aportó

**0,50 €**

a la ONG Crescer Ser por cada clic en su felicitación solidaria



## Satisfacción del empleado

### El objetivo del Estudio de Clima es conocer el grado de satisfacción

de los empleados y sus percepciones sobre la Organización, en aspectos como la cultura de empresa, el estilo de management y el medio ambiente físico del trabajo.

Los ítems a evaluar se han organizado en torno a seis factores:

Orgullo, Adhesión, Retribución, Satisfacción, Libertad Percibida y Desarrollo.

Los resultados están en línea con los obtenidos en años anteriores. Los factores susceptibles de mejora son los de Libertad Percibida y Retribución, y los que tienen valoraciones más altas, incluso ligeramente superior al anterior son Adhesión, Satisfacción y Orgullo.

### El proceso de Feedback

360° correspondiente a 2016 se ha lanzado en el primer trimestre de 2017 en España, Portugal y Grecia.

Este proceso tiene por objetivo que los managers de la Compañía conozcan la opinión

de sus colaboradores en tres áreas principales: Calidad del Management, Clima generado por el Management y Calidad Técnica del Mánager.

En total, 120 managers han sido evaluados por sus jefes y colaboradores.

Porcentajes de participación en los estudios de satisfacción:

## Clima.

**es 84%**  
(479 colaboradores)

**pt 94%**  
(90 colaboradores)

**gr 91%**  
(30 colaboradores)

## fbk<sup>360°</sup> UCI.

**es 81%**

**pt 91%**

**gr 94%**

# Empresa saludable

Como empresa saludable que apuesta por el bienestar de sus colaboradores, UCI fomenta la práctica del ejercicio físico entre la plantilla. En este ámbito destaca el convenio que la empresa ha firmado con la plataforma online GymForLess, para acceder a gimnasios a precios asequibles, así como la participación de un importante grupo de runners de la Compañía en diferentes carreras solidarias organizadas en 2016 como la carrera popular “En marcha contra el Cáncer”, la Carrera Liberty y la Carrera Popular del Corazón. El objetivo común de las distintas iniciativas llevadas a cabo ha sido la prevención de factores de riesgo cardiovascular.

## En el marco de la campaña para la prevención del riesgo cardiovascular,

el Grupo UCI se sumó a la iniciativa que realizan conjuntamente la Fundación Española del Corazón y Danone para concienciar a la sociedad sobre las ventajas que tiene mantener el colesterol en niveles saludables. De este modo, un total de 120 empleados de UCI se sumaron al “Reto Danacol”. Se trata de una iniciativa en la que durante tres semanas los participantes tomaron un Danacol diario. Para demostrar su eficacia, se realizó una analítica antes de empezar el reto y otra al finalizarlo con el objetivo de comparar los niveles de colesterol en ambos momentos.

## Apostamos por una dieta equilibrada.

Desde septiembre, en sede se dispone de una nueva instalación con una cocina más moderna, espaciosa y luminosa, en la que se ha incluido un córner de una prestigiosa maca de restauración. Ante la importancia de llevar una dieta equilibrada, en este córner existe una carta de menús saludables con propuestas de comidas para cada día de la semana y sus respectivas calorías.



*Con esta campaña aprenderemos a cuidarnos de una manera divertida y apenas sin esfuerzo, en familia y en equipo con la compañía de nuestros colegas de trabajo, a través del deporte, de la alimentación saludable y, lo más importante, adquiriendo nuevos hábitos que nos permitirán salir de nuestra zona de confort y ver que el mundo que nos espera más allá de lo que conocemos merece la pena sobre todo si lo disfrutamos con salud”.*

Prevención de Riesgos Laborales



**120** empleados participaron en el “Reto Danacol”

Organizamos periódicamente “El día de la fruta” con la misión de potenciar la ingesta de fruta entre los colaboradores y contribuir, de este modo, a crear unos hábitos alimenticios saludables. Concretamente, en los meses de abril y noviembre, la Compañía repartió fruta fresca entre todos los colaboradores para recordar la importancia de este alimento en la prevención de enfermedades cardiovasculares y favorecer una alimentación equilibrada y saludable.





### Acuerdo con GymForLess

Con el fin de favorecer el bienestar y la práctica de deporte de todos los colaboradores, se ha firmado un acuerdo con GymForLess, una plataforma online que permite adquirir cupones de acceso diario

en más de 400 centros de fitness de las principales ciudades de España. Gracias al acuerdo firmado, todos los colaboradores pueden aprovechar las ventajas de este sistema a un precio reducido.

*Todo fenomenal. Ya he ido varias veces y una vez que te has bajado la app consiste en usar cada día el cupón que aparece y desde el gimnasio te lo validan. Es muy fácil.*

Ana M<sup>a</sup> Ventimilla  
Asesoría Jurídica  
y Cumplimiento

### III Carrera “En marcha contra el Cáncer”

En el mes de abril, un total de 56 empleados de UCI participaron en la tercera edición de la Carrera contra el Cáncer, que organiza la Asociación Española Contra el Cáncer.

Un grupo de 28 runners se inscribieron en la modalidad de 4 kilómetros y otros 28, en la de 10 kilómetros. Con su participación, los runners de UCI contribuyeron a que la Carrera contra el Cáncer de Madrid batiera su récord de 10.000 participantes.

*Hoy corremos por ellos, por aquellos que nos acompañaron y ya no están y, sobre todo, por aquellos que pelean día tras día para vencer la enfermedad.*

Luciano Aranda  
Área de Riesgo

### VII Carrera Popular del Corazón

Con motivo de la Semana del Corazón, que se celebró en septiembre, la Fundación Española del Corazón organizó diversas actividades para concienciar a la sociedad sobre la importancia de la prevención de los riesgos cardiovasculares.

En el marco de la Campaña de Prevención de Riesgo Cardiovascular, el Grupo UCI se sumó a la promoción de los hábitos de vida saludables y un equipo de 27 corredores participó, en la VII Carrera Popular del Corazón para poner de manifiesto la importancia de practicar ejercicio físico como medida de prevención de enfermedades cardiovasculares.

*Que nuestra empresa promueva la participación en eventos de este tipo, que además tienen un contenido social, me parece muy acertado. Espero estar más en forma en la siguiente y mejorar mi tiempo.*

Jaime Fernández  
Departamento de Marketing



## IX Carrera Liberty Seguros

A las puertas de la celebración de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Río de Janeiro 2016, más de 30 personas de la plantilla de UCI participaron, en mayo, en la carrera "Una meta para todos", organizada por Liberty Seguros para ayudar a los atletas paralímpicos.

## En Portugal se organiza "UCI Running" en las ciudades

de Lisboa y de Oporto para participar en eventos deportivos de ambas ciudades. En Lisboa es en la "Meia e Mini Maratona", que ha contado con un total de 269 participantes entre empleados, clientes y profesionales inmobiliarios. En Oporto es en la "Corrida de São João" y asistieron 58 participantes, entre empleados y profesionales inmobiliarios.



*La Carrera Liberty es una fiesta del running. [...] Una fiesta donde lo importante no es hacer una marca ni ganar a nadie, sino terminar satisfecho de haberlo hecho una vez más, aunque pasen los años. Me motiva comprobar que se puede hacer; que aún es posible dar las 10.000 zancadas que te separan de la meta sin detenerte y la recompensa es sólo eso: Llegar.*

Luis Herrán  
Red hipotecas.com

## Torneo de fútbol en Madrid y Barcelona

Con el objetivo de favorecer la práctica de deporte y, a la vez, fomentar el trabajo en equipo y las relaciones entre personas de distintos departamentos, el Grupo UCI apoya la participación de sus colaboradores en torneos de fútbol.

De este modo, la Compañía cuenta con el equipo UCI Madrid, que está compitiendo en la Liga de las Empresas, y en 2016 se ha creado el equipo de UCI Barcelona.



**269**  
participantes en la  
"Meia e Mini Maratona"  
de Lisboa



**58**  
participantes en la  
"Corrida de São João"  
de Oporto





# Este rojo también nos une

De forma periódica, el Grupo UCI organiza campañas de donación de sangre en su sede de Madrid. La campaña se desarrolla en colaboración con Cruz Roja Española. UCI apoya este tipo de acciones porque es una necesidad social y solo se consigue a través de donantes.

Además, a través de Fisoempresas se cuenta con un servicio de fisioterapia en sede y con un acuerdo de colaboración con diferentes clínicas a nivel nacional. También en sede se cuenta de un servicio de farmacia de periodicidad semanal.

# Voluntariado corporativo

Las actividades de voluntariado corporativo además de ayudar a los más necesitados, potencian habilidades como el trabajo en equipo o el conocimiento de personas de distintos departamentos. Entre las actividades del programa de voluntariado corporativo que se han desarrollado a lo largo de 2016 destacan la participación en programas de educación financiera y la adhesión a la celebración del “Give & Gain Day 2016” y al “Día Solidario de las Empresas”.

Nos sumamos a la celebración del “Give & Gain Day 2016”, la Semana Internacional del Voluntariado Corporativo liderada por Forética. Una iniciativa de referencia en voluntariado corporativo a nivel internacional que contó con la participación de 19 voluntarios de la compañía en la Jornada Ecosolidaria.

De este modo, en el mes de mayo, los empleados de UCI y sus familiares se desplazaron hasta la

Huerta de la Fundación Juan XXIII Roncalli, ubicada en Velilla de San Antonio (Madrid), para participar en esta convivencia ecológica junto a un grupo de personas con discapacidad psíquica. Con la celebración de esta jornada, la Compañía quiso poner de relieve la necesidad de la integración de personas con dificultades psíquicas en la sociedad, educando en el respeto a las diferencias y a las capacidades de cada uno.



**19** voluntarios de la compañía en la Jornada Ecosolidaria

En octubre, participamos en el “Día Solidario de las Empresas”, organizado por Cooperación Internacional y Atresmedia, con un total de 66 voluntarios repartidos en tres equipos en Madrid, uno en Barcelona, uno en Valencia y otro en Sevilla. Durante la mañana,

los diferentes grupos realizaron actividades de voluntariado y sensibilización medioambiental y social en colaboración con distintas entidades benéficas. Al finalizar las actividades, los voluntarios y los representantes de las ONG colaboradoras se reunieron en una comida para intercambiar experiencias.



**66** voluntarios de la compañía, en Barcelona, Madrid, Sevilla y Valencia





*[...] Vimos cómo es posible producir alimentos sin necesidad de recurrir a la química o los fertilizantes no naturales, siendo muy importante aprovechar los productos de temporada y, sobre todo, la necesidad de la integración de personas con dificultades psíquicas en la sociedad, educando en el respeto a las diferencias, así como a las capacidades de cada uno. [...] Quedó más que demostrado que en esta actividad cualquier persona es válida.*

Sole Albares  
Departamento políticas y métodos comerciales



*Fantástica jornada en Velilla de San Antonio sembrando y recolectando. Un placer compartir este día con los compañeros y con los chicos de la Fundación. Animo a todo el mundo a participar en próximas convocatorias y a probar los productos de la huerta ecológica.*

Beatriz Aróstegui  
Agencia UCI  
Madrid Centro



*Pasamos un día estupendo en el que descubrimos las peculiaridades del cultivo ecológico, aprendimos a querer más y a respetar más el medio ambiente, la naturaleza y los animales por pequeños que sean y compartimos trabajo y comida con personas de otras capacidades fomentando la integración.*

Mercedes Menéndez  
Agencia Madrid II





**UCI.**



*El Día Solidario de las Empresas, además de sensibilizar e implicar a las empresas en el cambio social, destina los beneficios recaudados para la financiación de los proyectos sociales de Cooperación Internacional ONG.*

Roúl Gamón  
Agencia UCI Valencia



*Me llevo una mañana maravillosa que no olvidaré y todo gracias a la iniciativa de UCI en colaborar en campañas como ésta.*

Silvia Larruy  
Agencia Cataluña II



*Este tipo de eventos solidarios tienen muy buenos resultados. Con un ratito de conversación podemos alegrar a varias personas o conseguir regalarles un día cargado de buenas experiencias.*

Sara García  
Departamento de Marketing



Como empresa responsable y consciente de la importancia de la cultura financiera en la sociedad, se ha participado en programas de Educación Financiera a escolares.

Desde 2014, voluntarios de la Compañía se acercan a las aulas de diferentes centros educativos españoles para compartir su experiencia con los escolares. En este sentido, el año 2016 ha marcado un nuevo hito con la participación del Grupo UCI, en

colaboración con BNP Paribas, en el programa "Tus finanzas, tu futuro", desarrollado conjuntamente por la Fundación Junior Achievement y la Asociación Española de Banca (AEB).

Un total de 32 voluntarios del Grupo UCI han participado en 18 programas del proyecto "Tus finanzas, tu futuro", que se han impartido en Madrid, Barcelona, Murcia, Sevilla, Asturias y Palma de Mallorca y del que se han beneficiado 381 alumnos.

El nivel de satisfacción de los alumnos ha sido de un 93% y el de voluntarios y centros de un 100%.

**32** voluntarios del Grupo han participado en 18 programas del proyecto

**381** alumnos han recibido formaciones

**93%** alumnos satisfechos

**100%** centros satisfechos

**100%** voluntarios satisfechos

*Los chicos muy participativos y nos preguntaron de todo. ¿Qué es blanqueo de capitales? ¿Qué es un paraíso fiscal?... De esto salió Juan López victorioso con una respuesta brillante.*

Begoña Serrano  
Políticas y Métodos de Riesgo

*Fenomenal. Simpáticos y participativos. Hemos estado muy a gusto y el tiempo bien, concentrados en la actividad principal. Ha sido una gran experiencia y la he compartido con "una grande".*

Víctor Gironés  
Agencia Madrid Norte





*Magnífica experiencia, los alumnos algo habladores, pero extremadamente educados, interesados por la materia y curiosos (llegaron a preguntar por blanqueo de capitales que les sonaba de prensa...). Begoña, magnífica compañera, bien coordinados, me ayudó mucho. ¡Me encantaría repetir!*

Juan López Ollero  
Asesoría Jurídica y Cumplimiento



*Los niños han participado mucho. Creo que se han quedado con la idea clara de que hay que gastar menos de lo que se ingresa para poder ahorrar y, así, poder hacerse cargo de los imprevistos futuros.*

Mar Pujalte  
Agencia de Murcia Inmuebles



*Muy buenas sensaciones, creo que hemos logrado dejar una semilla en ellos. Muy contento de haber participado, merece la pena repetir.*

Waldo Acosta  
Gestión posventa

*¡Muy bien! Ha sido muy divertido y fácil. Los alumnos se han portado genial. Muy chula la experiencia, ha sido muy agradable y enriquecedora.*

Teresa Parra  
Agencia Andalucía Occidental



**comprometidos**  
con la educación  
*financiera*

**RSC16.**



# **Profesionales Inmobiliarios**

La excelencia en el servicio al cliente es el pilar fundamental en la formación de los profesionales inmobiliarios.

  
**comprarcasa.**  
Tu interés es el nuestro.  
Satisfacción, seguridad y transparencia.  
La elección de un agente comprarcasa es  
parte del asesoramiento experto  
y honesto más adecuado.

Partnership NAR y CRS

Formación y comunicación

Eventos profesionales



# Profesionales Inmobiliarios

Los agentes inmobiliarios constituyen una figura clave en el desarrollo del negocio del Grupo UCI y su servicio de asesoramiento e intermediación es fundamental para los clientes y la sociedad en general.

Por este motivo, se impulsan diversas iniciativas formativas, en los ámbitos del marketing y las ventas, dirigidas a los agentes inmobiliarios que desean contar con una formación y experiencia acreditadas, y mantener un compromiso de calidad y honestidad excepcional en el servicio que prestan a sus clientes.

Como muestra del firme compromiso de la Compañía con el desarrollo del sector inmobiliario,

el Grupo UCI promueve y lidera diferentes eventos con agentes inmobiliarios a nivel nacional y es representante en España de la National Association of Realtors (NAR) y del Council of Residential Specialists (CRS).

Este proyecto posiciona a UCI como motor del desarrollo del colectivo profesional en los campos de la formación, la ética y los servicios a la comunidad.



# Partnership NAR y CRS

UCI ha firmado, en marzo, un acuerdo con la National Association of Realtors (NAR), gracias al cual se ha convertido en representante de la organización en España, a través del Club Spanish International Realty Alliance (SIRA) que proporciona la designación REALTOR®. De este modo, CRS y SIRA se han convertido en designaciones de prestigio que distinguen a los mejores profesionales del país.

En noviembre se ha firmado el acuerdo de colaboración con la Miami Association of Realtors por el que se entra a formar parte de dicha asociación. Con más de 45.000 miembros, la Miami Association of Realtors es la asociación local más grande de todo Estados Unidos y está muy enfocada al mercado internacional. Además, es el epicentro del mercado internacional de habla hispana, con compradores provenientes de todos los países del mundo, entre los que también se encuentra España.



## Acuerdo de formación con COAPI

Otro acuerdo importante para el desarrollo del sector es el firmado con el Consejo General de Colegios Oficiales de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria (COAPI), que tiene como objetivo la formación de los Agentes de la Propiedad Inmobiliaria de toda España.

Gracias a este convenio, firmado en marzo, todos los colegios provinciales y sus asociados podrán recibir cursos de formación en marketing y gestión de ventas impartidos por el Council of Residential Specialists (CRS) y la National Association of Realtors (NAR).

Con esta alianza se contribuirá al desarrollo de los más de 5.600 agentes que pertenecen a los distintos colegios profesionales del país, logrando así una mayor capacitación como especialistas en la comercialización de productos residenciales.



# Formación y comunicación

Se mantiene el desarrollo de cursos para la mejora de las competencias de los agentes del sector. De este modo, a lo largo de 2016 se organizaron en España 109 jornadas de formación, que contaron con un total de 3.881 asistentes. En Portugal, se han realizado 22 cursos con una asistencia de 321 alumnos y 2016 ha sido el mejor año para CRS Portugal desde su comienzo en 2010.

Los contenidos de estos cursos están referidos a Marketing, Técnicas de Negociación, Planificación de Negocio, Trabajo con el Cliente, el Agente Eficiente, Captación en exclusiva del vendedor.

es



**109**  
jornadas de formación



**3.881**  
asistentes

pt



**22**  
jornadas de formación



**321**  
asistentes

## Webinars y revistas

En España se han realizado once **webinars**, uno al mes excepto en agosto, con una media de 90 asistentes, y del orden de 150 a 200 usuarios que ven la grabación en diferido.

Por su parte, en Portugal se han organizado diez webinars con una media de asistencia de 20 personas por webinar.

Además, se han publicado cuatro números de la revista **Inmobiliarios** en España y dos en Portugal, que en 2016 ha cambiado su diseño y su nombre a Real Estate.

es



**11**  
webinars



**90**  
asistentes por webinar



**150**  
visualizaciones en diferido

pt



**10**  
webinars



**20**  
asistentes por webinar





# Eventos profesionales

A lo largo del año, se han organizado sendos viajes profesionales a Estados Unidos para asistir a la convención de la National Association of Realtors (NAR) y a Sell-a-bration, la reunión anual de formación del Council of Residential Specialists (CRS). En esta última, se participó por primera vez, con una sesión sobre inmobiliarias que trabajan con compradores y vendedores

internacionales. Este evento incluyó el nuevo curso de negociación de CRS en Estados Unidos y dos días de sesiones en las que destacados profesionales contaron cómo consiguen sus resultados de ventas y satisfacción del cliente.

Para el Grupo UCI estos encuentros suponen una gran oportunidad para conocer agentes inmobiliarios de distintas zonas y establecer relaciones provechosas, tanto para intercambiar ideas como colaboraciones de negocio.

## Eventos con grandes redes inmobiliarias en Portugal

Por su parte, UCI Portugal mantiene su compromiso con las grandes redes inmobiliarias. En este sentido, ha asistido a las convenciones anuales de las principales redes inmobiliarias -Century21, ERA, RE/MAX, KW y Veigas- y ha contribuido con una participación activa en cada una de las convenciones para reforzar la marca UCI.

Además, a lo largo del año, se han celebrado eventos locales denominados "ArtEmotion" en las diferentes agencias de Oporto, Algarve, Funchal y Lisboa con un claro componente cultural.



**ORGULLO**  
INMOBILIARIO

## Orgullo Inmobiliario

En el mes de junio, cerca de 800 agentes inmobiliarios acudieron a la séptima edición de Inmociónate, celebrada en Sitges (Barcelona). El evento promovido por UCI, con una fuerte carga formativa y de difusión de la ética profesional del inmobiliario, se ha convertido en el mayor evento profesional del sector de la mediación inmobiliaria de España. Además, Inmociónate se ha consolidado como un punto de encuentro anual donde los mejores profesionales inmobiliarios del país comparten las últimas tendencias, best practices, así como las mejores ideas para afrontar los retos del mercado actual.

Una de las novedades de la edición de 2016 ha sido la creación de la iniciativa **Inmosolidarios**, bajo la cual se promoverán acciones de Responsabilidad Social realizadas por los profesionales inmobiliarios y se comunicarán públicamente para posicionar a los profesionales inmobiliarios en este ámbito.

Además, coincidiendo con la celebración de Inmociónate16, tuvo lugar la entrega de galardones de la **IV edición de los Premios de Marketing Inmobiliario**, distinción que reconoce las mejores acciones de marketing de los agentes. Entre las más de 100 candidaturas recibidas, las seis agencias finalistas tuvieron la oportunidad de defender sus proyectos ante los 800 asistentes al evento.

**16**  
inmoci'nate



RSC16.



**Accionistas**

Tras más de 25 años de actividad el Grupo UCI cuenta con el apoyo y la confianza de sus accionistas: Los Grupos Santander y BNP Paribas

Estructura organizativa del Grupo UCI

Consejo de Administración

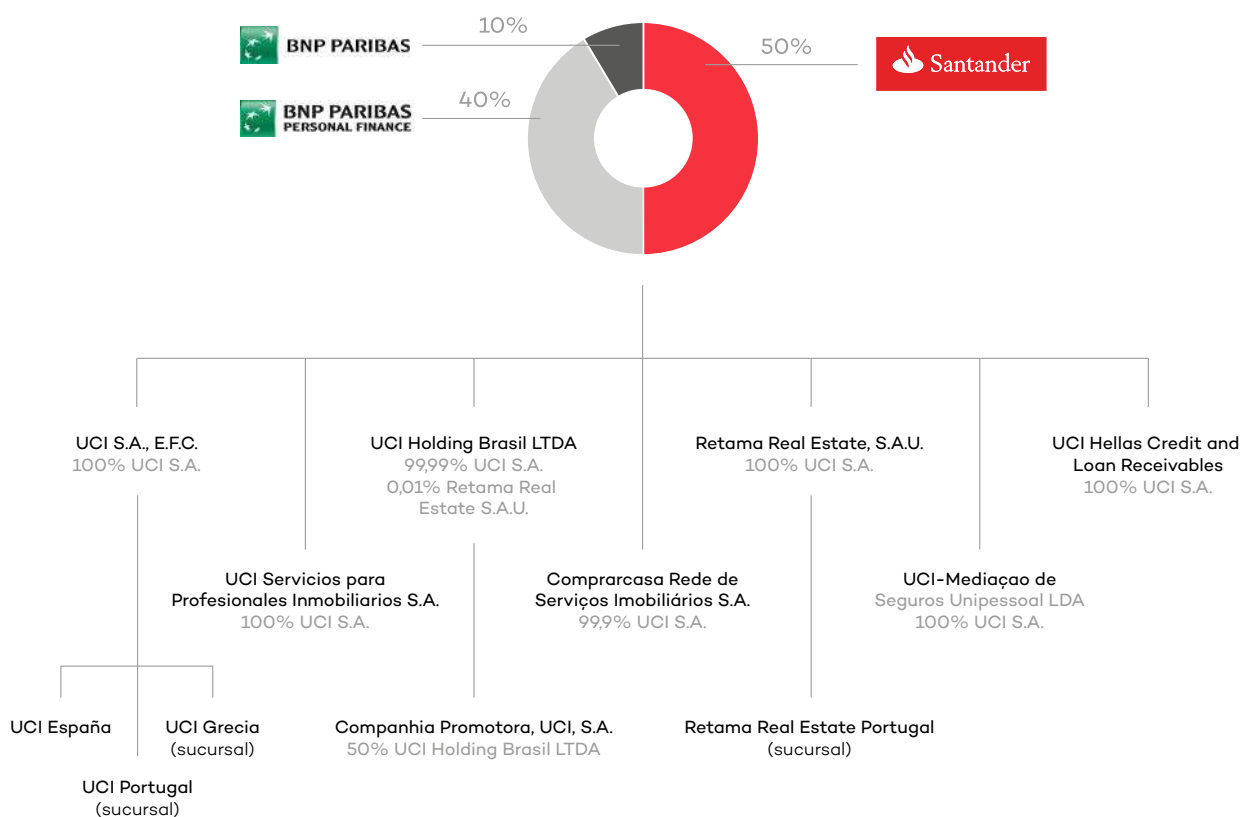
Relación con los accionistas



# Accionistas

Con clientes satisfechos y empelados comprometidos podremos desarrollar nuestro modelo de negocio y ofrecer a nuestros accionistas rentabilidad. Ellos permiten al Grupo UCI seguir creciendo porque confían en la Compañía y en su estrategia para garantizar un crecimiento prudente y sostenible con unos productos sencillos y transparentes.

## Estructura organizativa del Grupo UCI



# Consejo de Administración

A 31 de diciembre de 2016

## U.C.I., S.A.

### Presidente

Matías Rodríguez Inciarte  
Vicepresidente segundo de Banco Santander

### Consejeros

Michel Falvert  
Director Grandes Acuerdos BNP Paribas Personal Finance

Alain Van Groenendael  
Presidente BNP Paribas Personal Finance

### Secretario del Consejo de Administración

Eduardo Isidro Cortina Romero  
Director de la Asesoría Jurídica y Compliance Officer de UCI

## Unión de Créditos Inmobiliarios, S.A., E.F.C.

### Presidente

Matías Rodríguez Inciarte  
Vicepresidente segundo de Banco Santander

### Consejeros

Michel Falvert  
Director Grandes Acuerdos BNP Paribas Personal Finance

Alain Van Groenendael  
Presidente BNP Paribas Personal Finance

### Secretario del Consejo de Administración

Eduardo Isidro Cortina Romero  
Director de la Asesoría Jurídica y Compliance Officer de UCI

# Relación con los accionistas

La creación de valor para sus accionistas constituye el pilar fundamental de todas las actividades y líneas de negocio del Grupo UCI.

Santander y BNP Paribas, como Entidades Financieras líderes a nivel europeo y mundial, representan para el Grupo UCI el marco de referencia de dichas actividades y líneas de negocio.

En el desarrollo de la estrategia fijada por los accionistas, el Grupo UCI comparte con los mismos distintas líneas de trabajo, que se despliegan en diferentes niveles:

1

Reporting, seguimiento y control de la actividad de UCI (front-office y back-office), ante los Comités y encuentros organizados por cada uno de los accionistas.

2

Sinergias entre UCI y sus accionistas, en el desarrollo de nuevos proyectos, productos y actividades.

3

Como entidad responsable, asentar la Responsabilidad Social Corporativa en la actividad del Grupo con acciones coherentes y en línea con las realizadas por Santander y BNP Paribas.

4

Implementación en UCI de las mejores prácticas desarrolladas por ambos accionistas en todos los niveles y áreas de la actividad.

RSC16.



**Sociedad**



UCI lleva a cabo múltiples acciones destinadas al bienestar social y a la conservación del medio ambiente.

Acción social

Proveedores

Medio ambiente



# Sociedad

En este ámbito la responsabilidad como compañía consiste en contribuir en las causas sociales, ayudar a los colectivos más vulnerables y prestar atención a los impactos medioambientales que derivan de nuestra actividad.

## Acción social

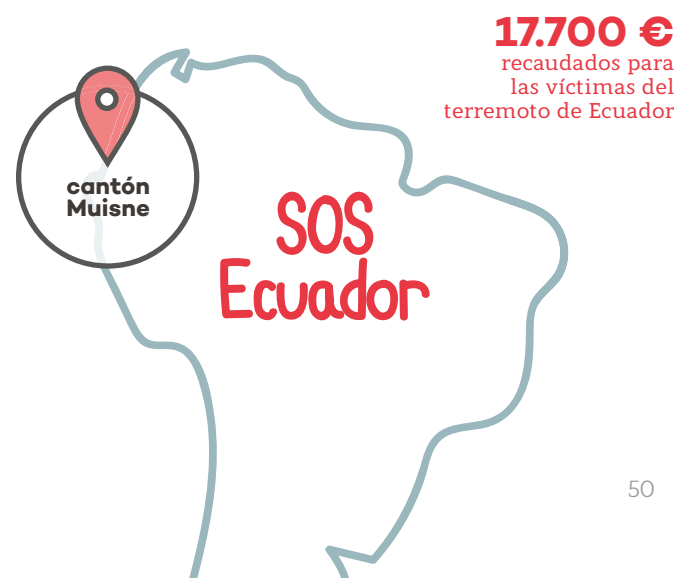
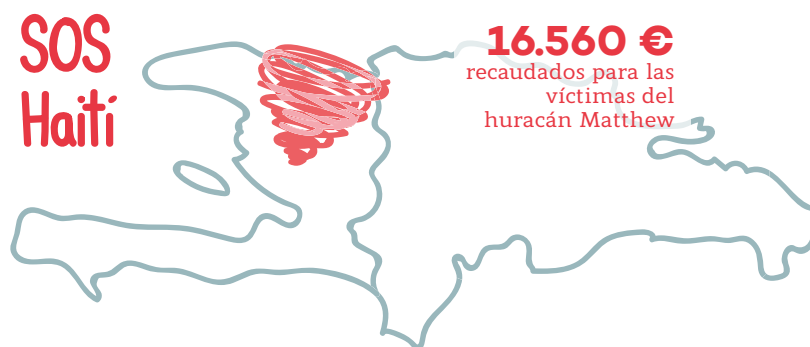
Una característica que define tanto a la Compañía como a la plantilla del Grupo UCI es su solidaridad con los colectivos más vulnerables del país, así como ante catástrofes naturales y crisis humanitarias internacionales. En este sentido, destacan las campañas para recaudar fondos para distintas causas sociales y las recogidas de material y juguetes para entidades benéficas.

UCI apoya activamente a organizaciones benéficas como Médicos sin Fronteras y Cruz Roja en España y Portugal.

Ante la magnitud del terremoto de Ecuador (7,8 grados en la escala Richter) y el huracán Matthew que afectó especialmente a Haití, el país más pobre de América que se encuentra todavía en vías de recuperación tras el terremoto de 2010, UCI puso en marcha dos llamamientos para recaudar fondos y destinarlos a dichas emergencias.

En el caso del terremoto de Ecuador la campaña estuvo vigente entre el 19 y el 29 de abril, tiempo en el que se recaudó un total de 17.700 euros, entre las aportaciones de los colaboradores y de la Compañía. La cantidad recogida se destinó íntegramente a Cruz Roja.

En el caso del huracán Matthew, las aportaciones de los empleados y de UCI ascendieron a 16.560 euros, cantidad que se repartió entre Cruz Roja y Médicos sin Fronteras.



## Se ha colaborado con la Fundación Juegaterapia en el proyecto “El jardín de mi Hospi”, en el Hospital La Fe de Valencia.

Impulsada por nuestra compañera Beatriz López Pereira y con la colaboración de toda la plantilla, esta iniciativa hizo posible que, en menos de un mes, se recaudaran 4.561 euros los cuales, sumados a la aportación de la Compañía, ascendieron a un total de 14.122 euros. Esta aportación económica se destinará íntegramente a acondicionar la azotea del Hospital La Fe de Valencia para convertirla en un jardín infantil donde los niños

hospitalizados puedan jugar y pasar un agradable rato de ocio. Como contrapartida, Juegaterapia agradeció la aportación de UCI a través de sus Redes Sociales y, en menos de 24 horas, el post publicado en su muro de Facebook alcanzó casi 500 “likes” y fue compartido más de 70 veces.

La Fundación Juegaterapia tiene como misión mejorar la calidad de vida de los niños hospitalizados, a través de la entrega gratuita de cualquier tipo de videoconsolas, y favorecer la humanización de los entornos sanitarios, a través de intervenciones psicosociales orientadas a promover el juego, la creatividad y el arte como recurso de bienestar para estos pacientes.



**14.122 €**

destinados a convertir la azotea del Hospital La Fe de Valencia en un jardín infantil



*Gracias a UCI por hacer realidad este proyecto y poner todos los medios para llevarlo a cabo y gracias a todos los que de alguna forma habéis participado en él con vuestro pequeño-gran granito de arena. Estos proyectos ayudan a crecer a nivel profesional, pero cuando empiezas no sabes que también te ayudan a crecer a nivel personal. Deseo y espero que continúe porque la sonrisa de un niño, de cualquier niño, no tiene precio y no se puede pagar nunca.*

Beatriz López Pereira  
Administración y  
Gestión de Personal

## UCI con la Fundación Valora, “Todo vale, nada sobra”

A través de la Fundación Valora, se organizó una donación de material promocional de marketing para su aprovechamiento por diferentes instituciones, tanto en España como en otros países.

En España, las entidades receptoras del material han sido: Asociación Benéfica Futuro Cierto, el Club Deportivo El Árbol, la Asociación Española Contra la Leucodistrofia, el Colegio Sagrado Corazón de Vallecas (Madrid) y la Fundación Educando en la Creatividad (EDUCREA).

A nivel internacional, también se ha colaborado con la Fundación Coprodeli, la Federación Niños del Mundo y la ONG Misión Humanitaria.



UCI. con la

FUNDACIÓNVALORA  
todo vale, nada sobra



Con la proximidad de las Navidades, se organizó en Madrid una jornada de cine solidario en colaboración con la Fundación Valora y la ONG Avanza.

La finalidad es invitar a los empleados de UCI a una mañana de cine y organizar una recogida de juguetes para que los niños más desfavorecidos puedan disfrutar de sus regalos en Navidad. Un total de 84 empleados y 200 acompañantes participaron en esta jornada que aúna ocio y solidaridad.

También se sumaron a esta iniciativa solidaria colaboradores de otras ciudades como Barcelona, Valencia, Jerez y Las Palmas. En total se recogieron cerca de 500 juguetes.

17D mañana de  
**UCINE**  
SOLIDARIO



*Con un solo gesto conseguimos varias cosas a la vez. Por un lado, colaboramos para que todos los niños puedan tener juguetes en estos días tan especiales, pero también conseguimos involucrar a nuestros hijos e inculcarles la importancia de compartir con los que más lo necesitan.*

Teresa Benítez  
Agencia de Jerez



**284**  
participantes  
entre empleados y  
acompañantes



**500**  
juguetes recogidos



Una vez más, se ha apoyado a Banco de Alimentos.

En febrero de 2016, los equipos de Valencia y Castellón disfrutaron de una jornada de convivencia y deporte marcada por el buen ambiente y la diversión. La jornada sirvió para recaudar 45 kilos de alimentos que fueron entregados a la ONG Banco de Alimentos.



*Un éxito. Experiencias de este tipo nos enriquecen como personas y como compañeros. Invitamos al resto de agencias a nivel nacional a que organicen eventos de este tipo porque son altamente positivos para todos.*

Cristina da Cunha  
Agencia de Castellón



# Proveedores

La relación con los proveedores se basa en los principios de confianza, cooperación, transparencia, confidencialidad, control y excelencia.

Existe un procedimiento, que define la política de contratación de proveedores en el que se recogen los principios básicos de selección, control y seguimiento de los mismos, así como un método de evaluación de la calidad. Este procedimiento se aplica a cualquier empleado de UCI implicado en la contratación de un proveedor externo que deberá cumplir para poder establecer dicha relación.

Así mismo se dispone de un método que permite valorar la calidad y la capacidad de prestación de los servicios externalizados, en función de una serie de criterios establecidos para cada una de las actividades evaluadas. Dicha evaluación permite concretar acciones de mejora para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes con la calidad deseada.

En 2016 se evaluaron un total de 31 servicios externalizados (15 en España y 16 en Portugal), siendo el resultado de la evaluación global de un 3,18 que corresponde a un nivel 3: Globalmente Satisfactorio. El resultado de la evaluación final se mide entre los valores 1 (Insatisfactorio) y 4 (Satisfactorio). También se realiza un control y seguimiento periódico de las actividades externalizadas por los responsables de las áreas.

Las relaciones de los empleados del Grupo con clientes y proveedores se rigen por los principios de la buena fe, imparcialidad e integridad.

La aceptación o entrega de regalos o donaciones en el ámbito de esas relaciones puede generar conflicto de interés o afectar al negocio en perjuicio de la imagen o reputación del Grupo UCI.

En el ámbito de los servicios externalizados, en el primer semestre del año 2016, se firmó un acuerdo de colaboración con las siete gestorías más importantes a nivel nacional: Grupo BC, Saguci, Moner Consulting, Sertyf, Gestores Administrativos Reunidos (GAR), Gestinova 99 y Diagonal Company.

De este modo, se ha redefinido el modelo de colaboración con las gestorías que prestan sus servicios a UCI en la formalización de los préstamos y la gestión de los inmuebles. Este acuerdo ofrece mayores garantías tanto a UCI como a los clientes y reduce los riesgos operativos.



**31**  
servicios evaluados



**3,18**  
Globalmente Satisfactorio



# Medio ambiente

El Grupo UCI integra el respeto por el medio ambiente a través de buenas prácticas ligadas a su actividad diaria. Por este motivo, la Compañía realiza auditorías energéticas que, además de analizar sus consumos, ofrecen recomendaciones que permiten diseñar planes y acciones de mejora. Además, el respeto por el medio ambiente se materializa con el uso de material de oficina certificado y su preocupación por el reciclaje de los residuos, tanto en sede como en las agencias.

## Auditoría energética

En cumplimiento del Real Decreto 56/2016, que marca la eficiencia energética como un aspecto esencial de la estrategia europea para el crecimiento sostenible en el horizonte de 2020, UCI ha realizado una auditoría energética. Esta auditoría, que ha analizado los consumos energéticos de la sede de Madrid y de la flota completa de vehículos de UCI, muestra que el gasoil que utiliza la flota concentra el principal consumo energético que realiza la Compañía, representando un 63,89% del total. A continuación, se encuentra el consumo eléctrico del sistema de climatización (21,65%), de los equipos informáticos (6,74%) y de los sistemas de iluminación (6,03%).

Por otra parte, aunque la auditoría no evalúa el nivel del consumo, recomienda a la Compañía una serie de medidas dirigidas a reducir el nivel de emisiones de toneladas

de CO<sub>2</sub> al año. De este modo, establece que con la sustitución de la actual flota de vehículos de UCI por 220 coches eléctricos se conseguirían ahorrar 2.945,10 Tn CO<sub>2</sub>/año. En cuanto al sistema de iluminación, la auditoría señala que la sustitución de las pantallas fluorescentes por tecnología LED permitiría un ahorro de 30,27 Tn CO<sub>2</sub>/año. Finalmente, apunta la idoneidad de realizar campañas de concienciación social en la plantilla sobre el uso eficiente de la energía. De este modo, con la realización de una o más campañas de sensibilización, la Compañía conseguiría un ahorro de 25,35 Tn CO<sub>2</sub>/año.

Además, a nivel de ahorros económicos, la auditoría propone la optimización de las tarifas eléctricas. Esta propuesta ya se ha llevado a cabo no solo en la sede, sino también en todas las agencias de España.

## Recomendaciones para la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>:



La flota de 220 coches eléctricos permitiría ahorrar

**2.945,10**  
Tn de CO<sub>2</sub>/año



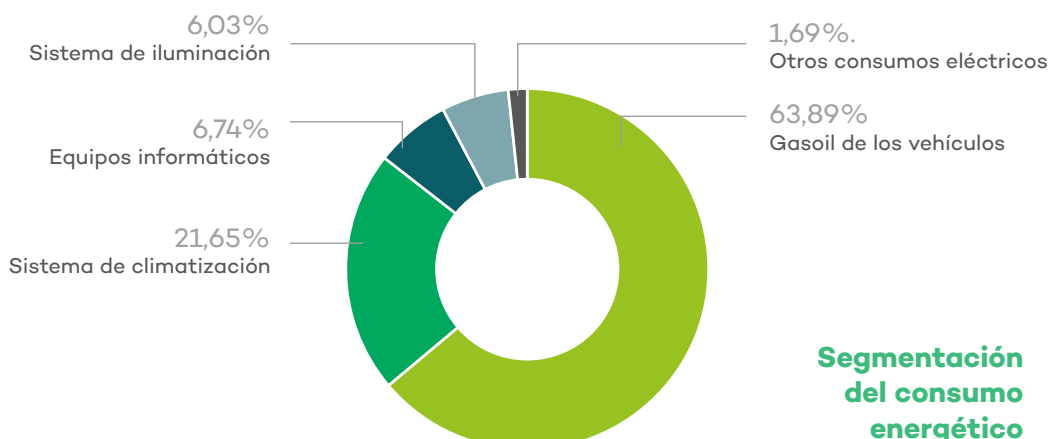
La tecnología LED permitiría ahorrar

**30,27**  
Tn de CO<sub>2</sub>/año



Con las campañas de sensibilización se conseguiría un ahorro de

**25,35**  
Tn de CO<sub>2</sub>/año



Todas las oficinas del Grupo UCI cuentan con un servicio de recogida de documentación confidencial que garantiza su destrucción certificada. Esta documentación se deposita en contenedores cerrados a los que solo tiene acceso el personal que presta dicho servicio. Mientras que en la sede los contenedores, distribuidos por todo el edificio, son vaciados diariamente, los contenedores dispuestos en las oficinas se vacían, como mínimo, con una periodicidad trimestral.

### La Compañía utiliza papel con garantía internacional y sello de “Responsable con el medio ambiente”

de la multinacional Lyreco. Los sobres utilizados cuentan con el sello PEFC. Esta certificación garantiza que el papel proviene de bosques que han sido gestionados, evaluados y certificados de acuerdo con los criterios sociales, económicos y medioambientales definidos por el Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC).

### El comedor de la sede del Grupo UCI dispone de contenedores amarillos para facilitar el reciclado de envases.

Tanto en la sede como en las agencias se reciclan los tóner gastados. En sede se retiran de forma semanal, mientras que en las agencias la recogida es semestral. Asimismo, en sede se dispone de un contenedor para la recogida de pilas gastadas. La retirada de cartón se hace en puntos de reciclaje. En la sede los fluorescentes gastados se depositan en recipientes específicos para su reciclaje.



La certificación PEFC garantiza un papel sostenible con el medio ambiente



UCI cuenta con sistemas de recogida y reciclaje de envases, papel y cartón, pilas, tóner y fluorescentes



Cuando UCI lleva a cabo una reforma en una de sus oficinas apuesta por reutilizar el mobiliario que está en buen estado o bien donarlo a diferentes ONGs.

Por el contrario, el material que no se puede aprovechar se retira de forma controlada al vertedero municipal controlado: madera, metal, vidrio, cables, componentes eléctricos, moqueta y mobiliario. En las grandes capitales, estos vertederos son plantas de selección que proceden a su posterior reciclaje.

Con el objetivo de gestionar de una forma eficiente el consumo energético, la Compañía dispone de sistemas de climatización centralizados, que permiten la programación tanto del tiempo como de la temperatura. En la actualidad, estos sistemas de climatización centralizados están implantados en las oficinas de Madrid, Hospitalet de Llobregat y Sevilla.



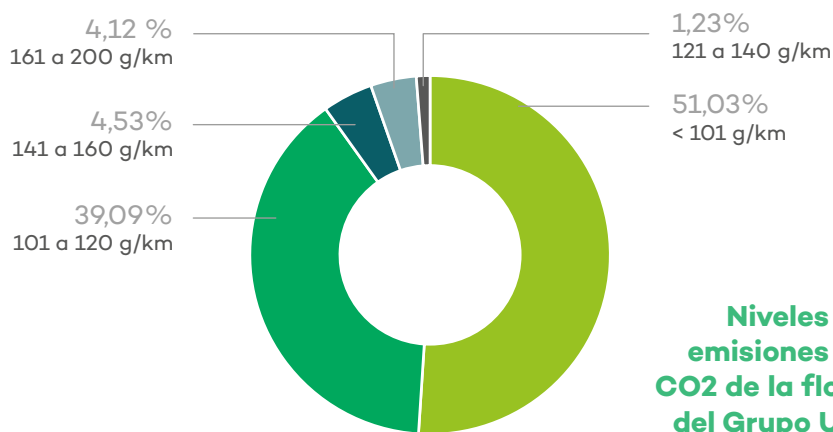
**220**  
vehículos diésel



**3.751.000**  
Km totales recorridos por el paquete móvil

A cierre de 2016, Grupo UCI cuenta con un parque móvil formado por 220 vehículos de tecnología diésel.

Cada uno de ellos recorrió a lo largo del año una media de 17.050 kilómetros o lo que es lo mismo 3.751.000 kilómetros, en total. Actualmente, la política de renovación del parque móvil establece que en el momento del cambio o sustitución se valora que sean vehículos poco contaminantes (gr/km CO2) dentro de cada segmento. Además de los vehículos diésel más eficientes, también se valoran tecnologías como los coches híbridos y eléctricos.







# CERTIFICADO

Este establecimiento consume  
**electricidad 100% renovable**

Enérgya-VM certifica un suministro de energía eléctrica de origen **100% renovable\*** a favor de:

**UNION DE CREDITOS  
INMOBILIARIOS S.A.  
E.F.C.**

nos mueve la

**energía**  
comprometida

> Electricidad suministrada: 468,235 MWh

que corresponden al 100% del suministro y proceden exclusivamente de fuentes de energía renovable.

CIF: A39025515  
Tipo: Renovables (Año: 2016)

\*Certificado por la CNMC

Expertos en la energía que mueve su mundo

 **Enérgya-VM**  
■ Grupo Villar Mir

**Certificado de consumo  
de electricidad 100%  
responsable**

**UCI.**

