

UCI.

Socialmente
Responsable

ÍNDICE

1.	Introducción	3
2.	Fuentes de información del dossier de RSC	4
3.	Glosario de términos	5
4.	Análisis de la identidad corporativa	9
	I. Misión, visión y valores	9
	II. Hipoteca responsable	11
	III. Área de protección del interés del cliente	12
5.	Materialidad: contexto de la organización y G.I.	14
6.	Estado del arte 2014	15
7.	Estado del arte 2015	29
8.	Estado del arte continuo	43
	I. Código ético	44
	II. Cumplimiento del plan de formación	45
	III. Código de buenas prácticas de protección a los deudores hipotecarios	46
	IV. Autorregulación de la comunicación comercial	47
	V. Buenas prácticas ambientales en UCI	49

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento refleja el estado actual de **Unión de Créditos Inmobiliarios** (en adelante UCI) en cuanto a la gestión de la **Responsabilidad Social Corporativa** y las acciones llevadas a cabo en este ámbito.

Este Dossier tiene como objetivo informar sobre la estrategia de UCI en el ámbito de la Responsabilidad Social, tanto en el ámbito social, económico y ambiental, como forma de expresar su compromiso ante las partes interesadas de la organización.

Este Dossier de Responsabilidad Social no parte de cero, sino que se integra y orienta con un objetivo común y un conjunto amplio de prácticas e iniciativas ya existentes en la organización.

2. FUENTES DE INFORMACIÓN DEL DOSSIER DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La información está analizada y tratada según la normativa vigente en materia de Responsabilidad Social:

- ISO 26000.
- SA 8000.
- IQNet SR10.
- SGE21
- AA 1000
- Global Reporting Initiative (G4)

* Ver glosario de términos (punto 3).

3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Grupo de Interés

Todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas (Freeman, 1983).

Existen varias definiciones relativas al concepto de “Grupos de Interés” o “Stakeholders” (también llamados “partes interesadas”), pero todas tienen en común el tratarse de aquellas personas, grupos, colectivos u organizaciones que se ven afectadas, de forma directa o indirecta, por las actividades o decisiones de las organizaciones. Esta definición recoge no solo a personas y/o grupos internos a la organización, sino también externos a ella y con diferentes grados de implicación.

Materialidad

Según el Global Reporting Initiative (GRI), la materialidad se refiere a aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos social, ambiental y económicamente significativos de la organización o a aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

Estado del arte

Concepto que define la situación actual de la aplicación de la responsabilidad social por parte de una organización, desde su perspectiva de la realidad práctica.

Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social

Un sistema de gestión que cumple los principios del desarrollo sostenible. Implica el comportamiento consciente y firme de una determinada organización con el fin de obtener, a medio y largo plazo, un balance general positivo de sus acciones e impactos en los sectores económicos, ambiental y social, tanto desde la perspectiva microeconómica, como del conjunto de la sociedad. Existen varios estándares de Sistemas de Gestión de la Responsabilidad Social: ISO 26000, SA 8000, IQNet SR10, SGE 21.

ISO 26000

Guía sobre responsabilidad social, ofrece armonizadamente una guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo. Se trata de una norma no certificable.

SA 8000

Es una certificación voluntaria la cual fue creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), con el propósito de promover mejores condiciones laborales. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, los derechos de los trabajadores, etc.

IQNet SR10

Estándar desarrollado por IQNet, con la participación de diversos grupos de interés, que recoge las mejores prácticas y recomendaciones a nivel internacional en materia de responsabilidad social, buen gobierno, sostenibilidad y compromiso con los grupos de interés (entre otras las establecidas en la guía ISO 26000 y en las recomendaciones de la OIT y OCDE). Se trata de una norma certificable.

SGE 21

Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, es una norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su estrategia y gestión la Responsabilidad Social.

AA 1000

La norma de aseguramiento AA1000 es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento.

Global Reporting Initiative

Institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Acción de Responsabilidad Social

Acción encaminada a cumplir con “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”, por tanto relacionada con la actividad empresarial o los recursos propios de la organización.

Acción Social

Acción encaminada a un fin social no relacionado con la actividad empresarial, ni con la mejora de los recursos empresariales u organizacionales propios.

4. ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

I. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

MISIÓN

- 1.** Generar un impacto positivo en nuestros stakeholders y en la sociedad.
- 2.** Hacer realidad el compromiso de los equipos UCI de producir servicios financieros de primera clase a través de un modelo de trabajo integrado.
- 3.** Generar un ambiente de trabajo estimulante y creativo que sea reconocido como referente del sector.

VISIÓN

- 1.** Ser el líder en financiación inmobiliaria especializada en los mercados en los que estamos presentes.
- 2.** Ser la entidad preferida de nuestros clientes para sus proyectos financieros de compra a largo plazo.
- 3.** Dar respuesta a la demanda social de acceso a vivienda con productos responsables.

VALORES

UCI llevará a cabo su misión siempre comprometiéndose con sus valores:

in-	com-
te-	pro-
gri-	miso
dad	pa-
exce-	sión
len-	por el
cia	clien-
tra-	te
ba-	in-
jo en	no-
equi-	va-
po	ción

II. HIPOTECA RESPONSABLE

El compromiso de **UCI** es que todos los préstamos firmados cumplan los requisitos de crédito responsable: www.lahipotecaresponsable.com

La **Hipoteca Responsable** ofrece **transparencia** y **protección** al cliente, adquiriendo los siguientes compromisos:

- 1.** El compromiso de actuar frente al cliente de manera leal, justa y transparente en relación con los productos y servicios ofrecidos.
- 2.** El compromiso de informar de forma veraz, completa y precisa acerca de los productos y su funcionamiento para ayudar y facilitar a los clientes la elección de la hipoteca que más se adapte a sus necesidades.
- 3.** El compromiso de poner al alcance de nuestros clientes una solución hipotecaria, dando respuesta a las necesidades particulares de los consumidores y siendo así flexibles a la hora de proponer las características del préstamo hipotecario.
- 4.** El compromiso de poner a disposición de los clientes un equipo de profesionales que le ayudan a resolver sus dudas y lo acompañan durante todo el proceso del préstamo. El objetivo es ofrecer la mejor financiación, junto a una calidad de servicio excelente.

III. ÁREA DE PROTECCIÓN DEL INTERÉS DEL CLIENTE

La razón de ser de esta área de **UCI** es promover y afianzar el enfoque Cliente dentro de la organización, es decir, **situar al Cliente en el centro de nuestra actividad**.

En un contexto socio-económico en continuo cambio como el actual, **UCI** ha reenfocado su modelo de gestión, dando mayor protagonismo a la **experiencia cliente**, junto con una concesión responsable y transparente de crédito.

Un objetivo clave del área es entender las **interacciones, emociones y expectativas** de los clientes en las distintas fases de su relación con UCI.

Todas las acciones que llevemos a cabo deben estar diseñadas para ser eficaces, responsables y cubrir las necesidades del cliente. Esto nos permitirá afianzar nuestro **vínculo** con ellos.

En definitiva, se trata de garantizar una relación basada en cumplir, con los requisitos de **responsabilidad y transparencia** establecidos para proteger el interés del cliente, y sorprender, superando sus expectativas y potenciando las emociones positivas a lo largo del proceso.

El éxito de la estrategia enfocada en el cliente se basa en tener una visión común del cliente, generar una propuesta de valor sólida y coherente y facilitar que todos los departamentos conozcan y asuman su parte de responsabilidad en el proceso.

Para garantizar este objetivo colaboramos transversalmente con el resto de áreas de la empresa

Elementos clave analizados desde la perspectiva del cliente para superar sus expectativas:

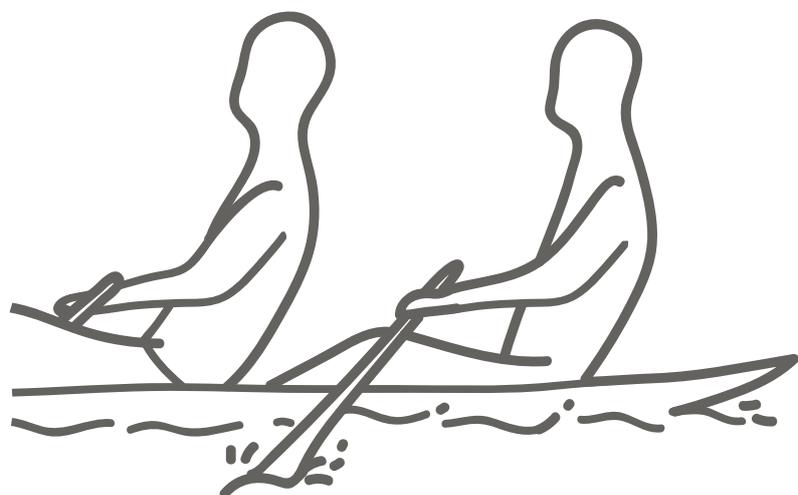
1. Diseño de los productos
2. Estrategias de comercialización
3. Servicio al cliente
4. Innovación
5. Gestión de las relaciones

con el fin de alinear y coordinar las acciones que nos permitan asegurar que la experiencia del cliente sea de calidad y consistente en todos los puntos de contacto.

Las interacciones que establecemos con nuestro Cliente son la vía para conocerle e identificar áreas de mejora. Es el propio cliente, quien nos indica en qué debemos mejorar, si realizamos una **escucha activa**.

Para facilitar el conocimiento y gestión global de la relación cliente, trabajamos en base al **Mapa de Relaciones y Riesgos Cliente**, que recoge de forma detallada los puntos de contacto entre los clientes y UCI. (Se trabaja sobre la posibilidad de crear unos cuadros de mando de control de los indicadores, acciones de mejora, como comunicarnos mejor con el cliente ...)

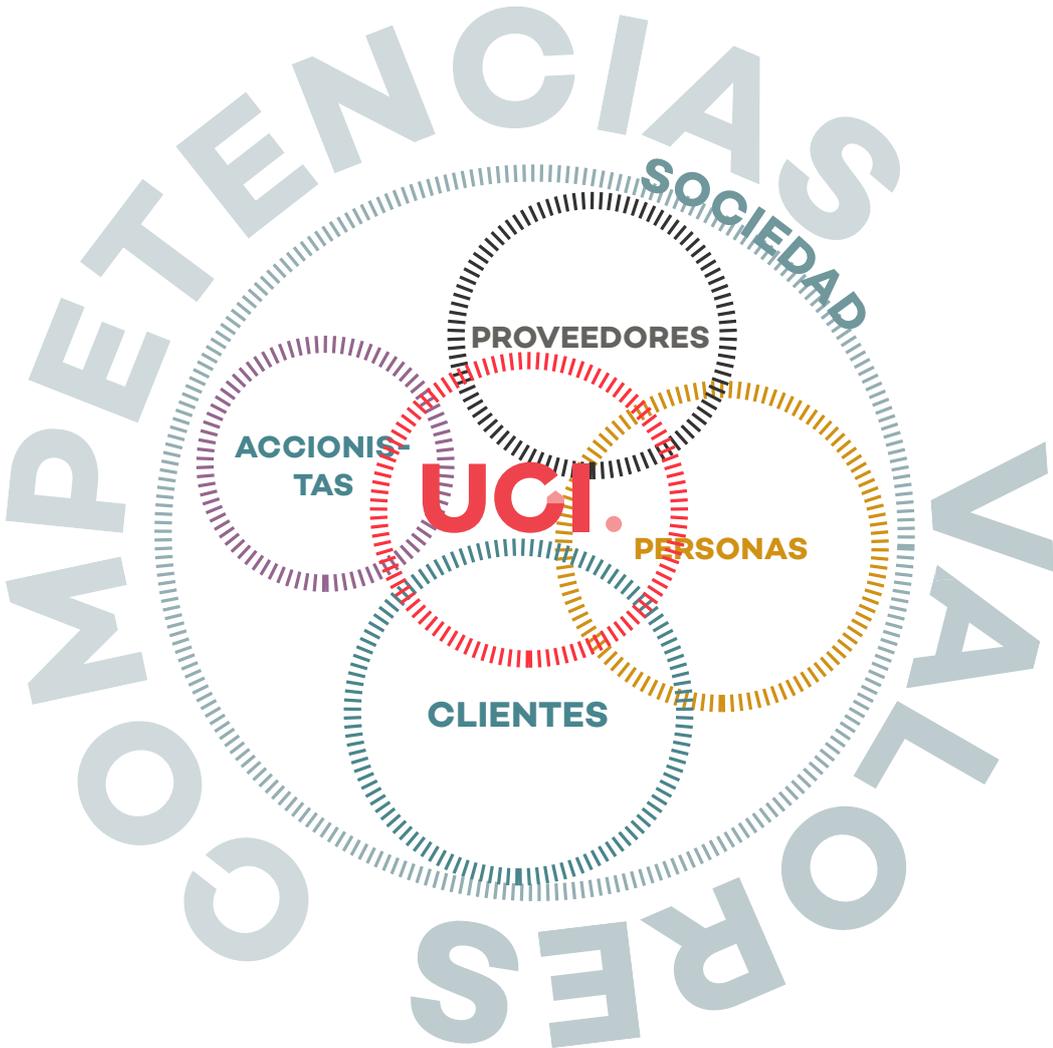
Poner el énfasis simultáneamente en los elementos que determinan la concesión responsable y transparente de crédito, así como en construir una mejor experiencia Cliente, nos permite generar fidelización, base de una relación win-win sostenible en el tiempo.



5. MATERIALIDAD

IDENTIFICACIÓN DEL CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN. GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés identificados por UCI que influyen y dependen de su actividad son los siguientes:



6. ESTADO DEL ARTE 2014

ACCIONES LLEVADAS A CABO EN 2014



1. Formación financiera básica a escolares de 14 a 17 años en diferentes colegios repartidos por toda España:

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés:

SOCIEDAD (escolares)

Objetivo o mejora:

Aumentar el nivel de formación financiera

Como Entidad Financiera, vimos la posibilidad de aportar nuestro granito de arena a la Sociedad, mediante la impartición de Formación Financiera básica, diseñada por nosotros mismos, para niños de 14 a 17 años en diferentes colegios repartidos por toda España. Los formadores son empleados que se han inscrito como voluntarios para llevar a cabo la acción.

COLEGIO	CIUDAD	VOLUNTARIOS	FECHA
Santa Catalina de Sena	Madrid	Almudena Pozuelo Noemí Sánchez	21, 28/03/14
C. Cultural Vallisoletano	Valladolid	Elena Muñoz	7, 9/4/14
Santa María del Pino	Barcelona	Xenia Martínez Pere Maymi	7/04/14
Joaquín Rosello San Pedro	Valencia	Sergio Pellicer Mercedes Martínez	2, 9, 16/04/14
IES Torre del Rey	Sevilla	Laura Martin	4/04/14
CalaSanz Fundación Educ. Escolapias	Zaragoza	María Soledad García	17/10/14

Tabla 1. Información acción de RSC 2014: Formación Financiera básica a escolares de 14 a 17 años en diferentes colegios repartidos por toda España

2. Actividades formativas orientadas al desarrollo profesional de los agentes del sector inmobiliario:

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés

beneficiado:

SOCIEDAD (Agentes Sector Inmobiliario)

Actividad:

Operativa de UCI

- 5ª Edición de Inmociónate en la que se superaron los 500 asistentes.
- Impartimos los cursos REAP, Real Estate Advanced Practices. (75 formaciones y más de 1.800 asistentes).

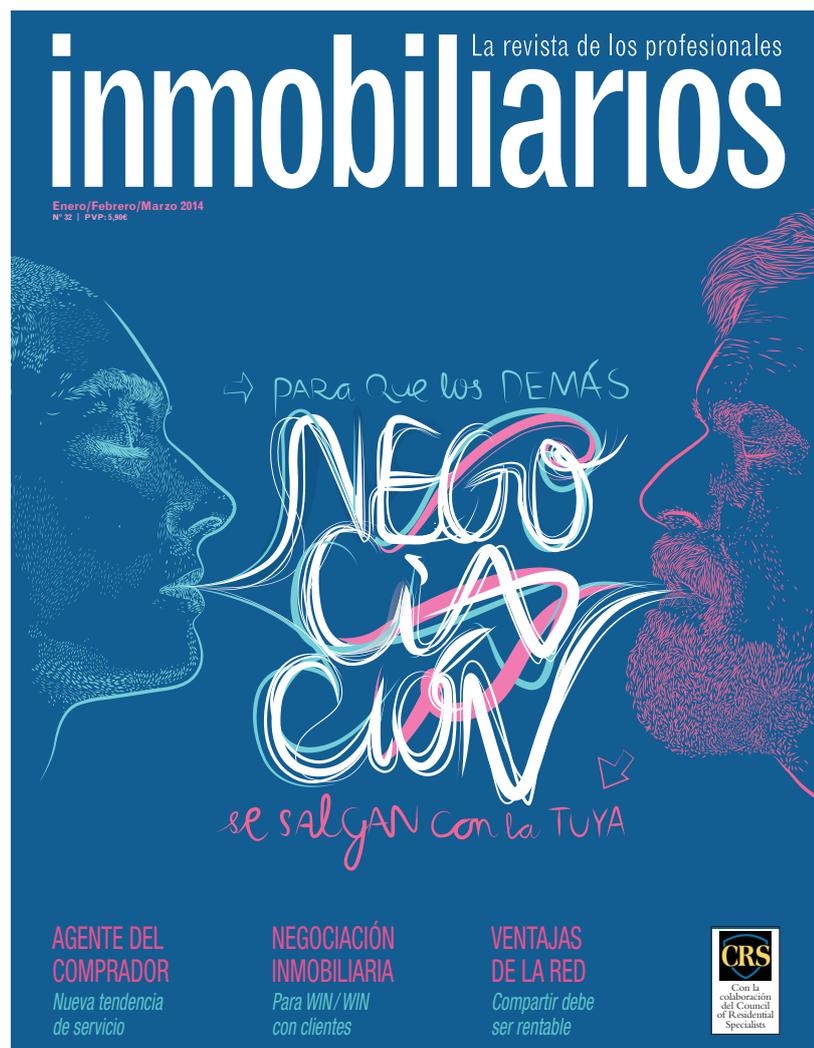


Fig 1:
Mailing campaña Alergias 2014

3. Clases de Body Mind en Sede, servicio de fisioterapia y charla de higiene postural

Identificación:

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

UCI ofrece a los empleados la posibilidad de crear un grupo para recibir clases de Body Mind una vez a la semana, en las instalaciones de Sede, con Fisoempresas. Negociando un precio competitivo de colectivo. Las clases comienzan en marzo.

La misma empresa pone un servicio de fisioterapia en Sede dos días a la semana y la posibilidad de solicitar cita con clínicas adheridas al convenio de colaboración en el resto de provincias. Todo ello también dentro del marco de colectivo y las ventajas económicas que supone.

Para completar la campaña, Fisoempresas imparte una jornada de higiene postural en Sede.

curso nuevo... ...Vida Nueva

Después del verano es el mejor momento para comenzar a hacer ejercicio.

Te recordamos que puedes apuntarte a las clases de **Body Mind** que tienen lugar en la sala de formación de la planta 14 los jueves de 18:45 a 19:45.



Si estás interesado/a envía tu solicitud de inscripción al Buzón de Prevención de Riesgos Laborales.



Fig 2:
Mailing campaña Body Mind
2014

4. Charlas de alergias, fotoprotección y golpes de calor

Abril & junio 2014

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés

beneficiado:
EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

Nuestro proveedor de vigilancia de la salud, Medycsa, también impartió formaciones relativas a Alergias y cómo prevenirlas en el mes de abril. De la misma forma, tratamos los temas de fotoprotección y golpes de calor una vez que llegaron los meses de verano.

- Coste por charla: 200 €
- Coste total: 400 €

Sobre alergias...



Si quieres saber más sobre los síntomas y causas de los distintos tipos de alergias (al polen, ácaros del polvo, animales, alimentos y medicamentos) haz clic en el botón.



HAZ CLIC EN ESTA IMAGEN PARA ENCONTRAR MÁS INFORMACIÓN



Fig 3:
Mailing campaña Alergias 2014

5. Fruta Fundación Juan XXIII

Mayo & octubre 2014

Identificación:

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

Grupo de interés

beneficiado:

EMPLEADOS, MEDIO
AMBIENTE & SOCIEDAD
(LISMI)

Actividad:

Recursos Humanos

La Fundación tiene un fin benéfico-asistencial, sin ánimo de lucro, de asistencia social a Personas con Discapacidad Intelectual, de cualquier tipo y grado, así como su inserción socio laboral e inclusión social.

Colaboramos a través del Huerto de la Fundación comprando su fruta, para repartir a primera hora de la mañana entre los empleados, y comenzar el día de forma saludable. Estos productos cumplen la normativa de producción ecológica europea, y están certificados por el organismo de control CAEM (Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid).

De esta forma, también nos hacemos eco de los hábitos más sanos en alimentación.

- Compra de fruta, total campañas, por importe de **4.745 €**, repartida por todos los centros de trabajo.



Fig 4:
Mailing campaña Fruta
Fundación Juan XXIII 2014

6. VII Carrera Liberty 2014: “Una meta para todos”

Junio 2014

Identificación:

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS (hábito
saludable)

Actividad:

Recursos Humanos

Liberty Seguros pretende luchar por la integración de la discapacidad a través de la práctica del deporte y para ello, todos los años organiza la popular carrera Liberty. La compañía de seguros brinda la oportunidad de participar a todos los empleados de UCI que lo deseen.

Los fondos de esta edición van destinados al Hospital de Paraplégicos de Toledo.

Participan 22 personas.

- Coste equipación carrera: **272 €**



Liberty Seguros nos brinda la oportunidad de participar en la VII Carrera Solidaria Liberty "Una Meta para Todos" que se celebrará el 1 de Junio en Madrid a las 9:00 horas.



Fig 5:
Mailing carrera Liberty 2014

Manda el archivo al Buzón de PRL haciendo [clic aquí](#)

Para más información:
www.carrerality.es

7. Campaña Banco de Alimentos

Junio 2014

Identificación:
ACCIÓN SOCIAL

Continuando con la colaboración con Banco de Alimentos que viene siendo habitual desde 2012, UCI lanza una campaña entre sus empleados de colaboración voluntaria aportando alimentos.

A continuación aparece desglosada la aportación de UCI y de los empleados, así como el importe global.

CONCEPTO	APORTACIÓN
Compra HIPERCOR MENDEZ ALVARO	4.906 €
Kilos aportados por la plantilla	815 kg
Aportación económica de la plantilla	546 €
Aportación total UCI	3.000 € + igualar aportación = 4.361€

Tabla 2. Desglose de las aportaciones de los empleados y de UCI a la campaña



Un año más ponemos en marcha una nueva campaña de donación de alimentos. Como ya sabéis deben ser **No Perecederos**, tales como pasta, arroz, legumbre...

Nuevamente ofrecemos la posibilidad de que la aportación sea económica que posteriormente se transformará en comida, especialmente para los centros de trabajo más pequeños donde banco de Alimentos no tiene infraestructura suficiente para su recogida. Para ello enviar un mensaje al Buzón de Administración de Personal indicando la cantidad aportada, antes del **26 de junio** haciendo [clíc aquí](#).

PERÍODO RECOGIDA ALIMENTOS: 23-26 JUNIO

La compañía colaborará con una cantidad inicial de 3.000 € destinados a la compra de alimentos y además igualará la cantidad de alimentos donada entre todos los colaboradores.



Figó:
Mailing Operación Kilo 2014

8. Formaciones foniatría preventiva

Junio 2014

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

Colaboramos con Medycsa en la impartición de talleres teórico-prácticos de foniatría para los equipos de Recuperaciones Centralizado y Preventivo y Recuperaciones no Residentes.

A través de este taller se pretende formar en el uso correcto de la voz con la finalidad de prevenir lesiones, mediante una serie de ejercicios posturales, respiratorios y de entonación, así como prácticas en un entorno de trabajo simulado.

- Coste por formación: **350 €**
- Coste total (6 grupos): **2.100 €**

formación foniatría



A través de este taller presencial teórico-práctico se pretende formar en el uso correcto de la voz con la finalidad de prevenir lesiones, mediante una serie de ejercicios posturales, respiratorios y de entonación, así como prácticas en un entorno simulado de trabajo.



11 DE JUNIO DE 15:00-18:00

LUGAR:
LOCAL
A PIE DE CALLE

IMPORTANTE: DEBES CUMPLIMENTAR EL CUESTIONARIO ADJUNTO Y ENVIARLO AL BUZÓN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES ANTES DEL **6 DE JUNIO**.

Impartido por:



Fig 7:
Mailing formación foniatría 2014

9. Donación Ébola – África

Octubre 2014

Identificación:
ACCIÓN SOCIAL

Ante la rápida extensión del virus del ébola UCI hace un llamamiento entre los empleados para recaudar fondos y colaborar con Cruz Roja y Médicos sin Fronteras. Se da la opción de destinar el donativo a la ONG que cada empleado elija o repartir los fondos entre las dos.

Más abajo aparece desglosada la aportación de Grupo UCI y de los empleados, así como el importe total.



Fig 8:
Mailing campaña contra el ébola

CONCEPTO	ESPAÑA	GRECIA	PORTUGAL	TOTAL
Nº Empleado	583	34	95	712
Nº Donaciones	87	3	10	100
% Nº Donaciones / Nº Empleados	14,92%	8,82%	10,53%	14,04%
Cantidad Empleados a Cruz Roja	1.477,5 €	80 €	175 €	1.732,5 €
Cantidad Empleados a MSF	2.102,5 €	-	-	2.102,5 €
Cantidad total empleados (Cruz Roja + MSF)	3.580 €	80 €	175 €	3.835 €
Cantidad Total UCI (Cruz Roja + MSF)	11.580 €	1.080 €	1.175 €	13.835 €
Transferencia a Cruz Roja	6.955 €	1.160 €	1.350 €	9.465 €
Transferencias a MSF	8.205 €			8.205 €
TOTAL				17.670 €

Tabla 3. Información acción social 2014: Donación Ébola – África

10. Carrera AECC 2014

Octubre 2014

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

UCI participa con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) abonando los dorsales de los empleados que quieran inscribirse al evento solidario.

A continuación aparece el desglose de cantidades abonadas a la AECC y el coste de las equipaciones corporativas para los participantes.

Participan 26 personas en la modalidad de 10 Km y 28 en la de 4 Km.

MOTIVO	GASTOS
Inscripciones carrera AECC 2014	675 €
Equipaciones carrera AECC 2014	814 €
Pulseras AECC 2014	625 €
Gastos totales	2.114 €

Tabla 4. Información acción de RSC 2014: Carrera AECC.

A esta iniciativa debemos añadir las charlas informativas para la plantilla relativa a la prevención del cáncer de mama a través de nuestro proveedor de vigilancia de la salud, MEDYCSA.

Como gesto de solidaridad con las miles de personas que están luchando contra la enfermedad, distribuimos entre la plantilla las pulseras contra el cáncer de mama. Todo el beneficio obtenido de las ventas de la Pulsera Súmate al Rosa es donado a la Asociación Española contra el Cáncer (AECC).



Fig 9:
Mailing carrera AECC 2014

11. Vacunación gripe estacional

Octubre & noviembre 2014

Identificación:

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

Como viene siendo habitual cada año, se ofrece a los empleados la posibilidad de solicitar vacunación de la gripe durante la campaña anual de reconocimientos médicos, entre los meses de octubre y noviembre.

- Coste de 87 dosis: **952,65 €**



Fig 10:
Imagen campaña vacunación
gripe estacional

12. Regala una sonrisa: Campaña de recogida de juguetes

Noviembre 2014

Identificación:
RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés:
EMPLEADOS

Actividad:
Recursos Humanos

Buscamos un evento que nos permitiera pasar un día en familia y tuviera un fin social. Para ello organizamos un pase de cine infantil privado para la plantilla en las salas de cine KINEPOLIS de Madrid.

La **fundación VALORA** junto con la **ONG AVANZA** estuvieron presentes para la recogida de juguetes. Contamos con 279 asistentes en Madrid.

En el caso de las agencias, se propuso una jornada de convivencia por centro con el mismo fin. Para ello se propuso hacer una merienda entre los empleados del centro y sus familias, proponiéndose diferentes ONG's a las que llevar los juguetes tras finalizar la jornada. Contamos con la colaboración de las agencias de Barcelona, Valencia, Jerez, Canarias y Alicante.



Fig 11:
Mailing campaña recogida de juguetes 2014

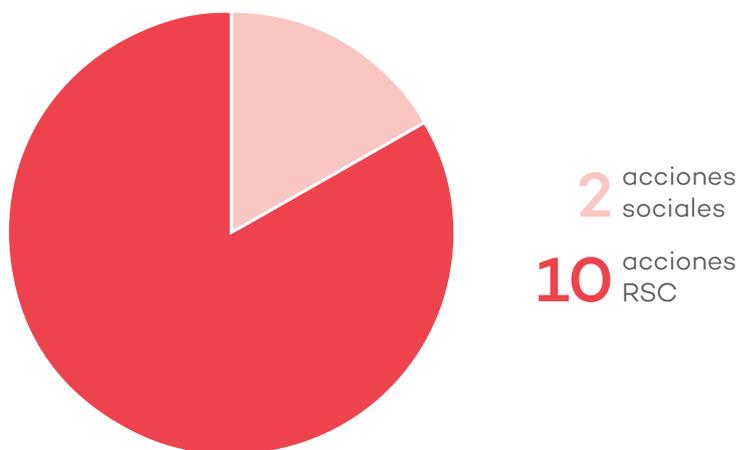
MOTIVO	GASTOS (IVA incluido)
Sesión Kinépolis (Madrid)	2.572 €
Compra Juguetes	900 €
Donativo VALORA	600 €
Total Eventos Agencias	1.796 €
Gastos totales campaña	5.867 €

Tabla 5. Información acción de RSC 2014: Regala una sonrisa

6.2. RESUMEN 2014

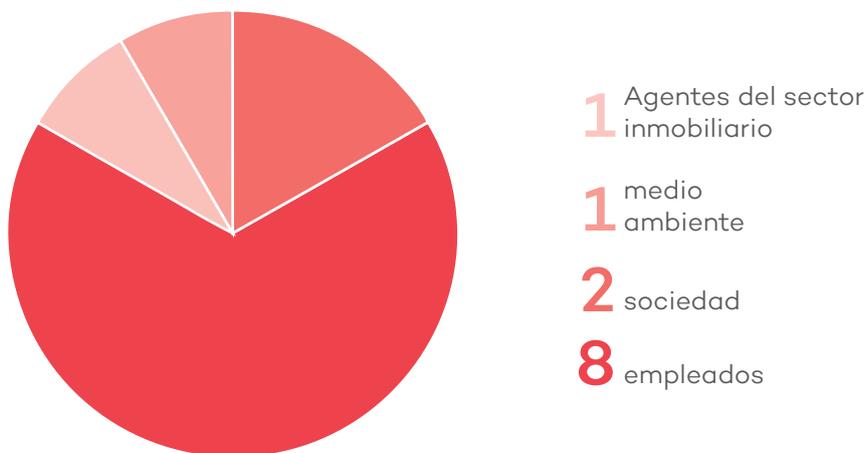
Clasificación de las acciones

12 acciones en total, de las cuales 10 se consideran acciones de Responsabilidad Social y 2 acciones sociales.



Gráfica 1. Número de acciones sociales y de RSC en 2014

Grupos de interés beneficiados



Gráfica 2. Grupos de Interés beneficiados de las acciones de RSC en 2014

7. ESTADO DEL ARTE 2015

ACCIONES LLEVADAS A CABO EN 2015



1. Formación Financiera básica a escolares de 14 a 17 años en diferentes colegios repartidos por toda España

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés:

SOCIEDAD (ESCOLARES)

Objetivo o mejora:

Aumentar el nivel de formación financiera

Repetimos la experiencia del ejercicio anterior dada la buena acogida entre los colegios en los que tuvimos la oportunidad de participar. Las sesiones formativas tienen una duración de 2 horas, la participación activa de los alumnos en las jornadas nos anima a continuar fomentando estas acciones.

COLEGIO	CIUDAD	VOLUNTARIOS	FECHA
Colegio Obispo Perello	Madrid	Maite Aranda Antonio Ruiz	18/02/2015
Colegio San Agustín	Madrid	Víctor Girones Soledad Garcia	11/03/2015
Colegio Sagrada Familia	Madrid	Samuel Ruiz Elena Lasheras	14/04/2015
IES El Calero	Canarias	German Santiago	13,16/04/2015
Colegio San Agustín	Valladolid	Elena Muñoz	23/10/2015

Tabla 6. Información acción de RSC 2015: Formación Financiera básica a escolares de 14 a 17 años en diferentes colegios repartidos por toda España

2. Actividades formativas orientadas al desarrollo profesional de los agentes del sector inmobiliario

En el año 2015 contamos con 2738 asistentes (agentes de la propiedad inmobiliaria) en más de 73 cursos.

Identificación:
RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés beneficiado:
SOCIEDAD (Agentes Sector Inmobiliario)

Actividad:
Operativa de UCI

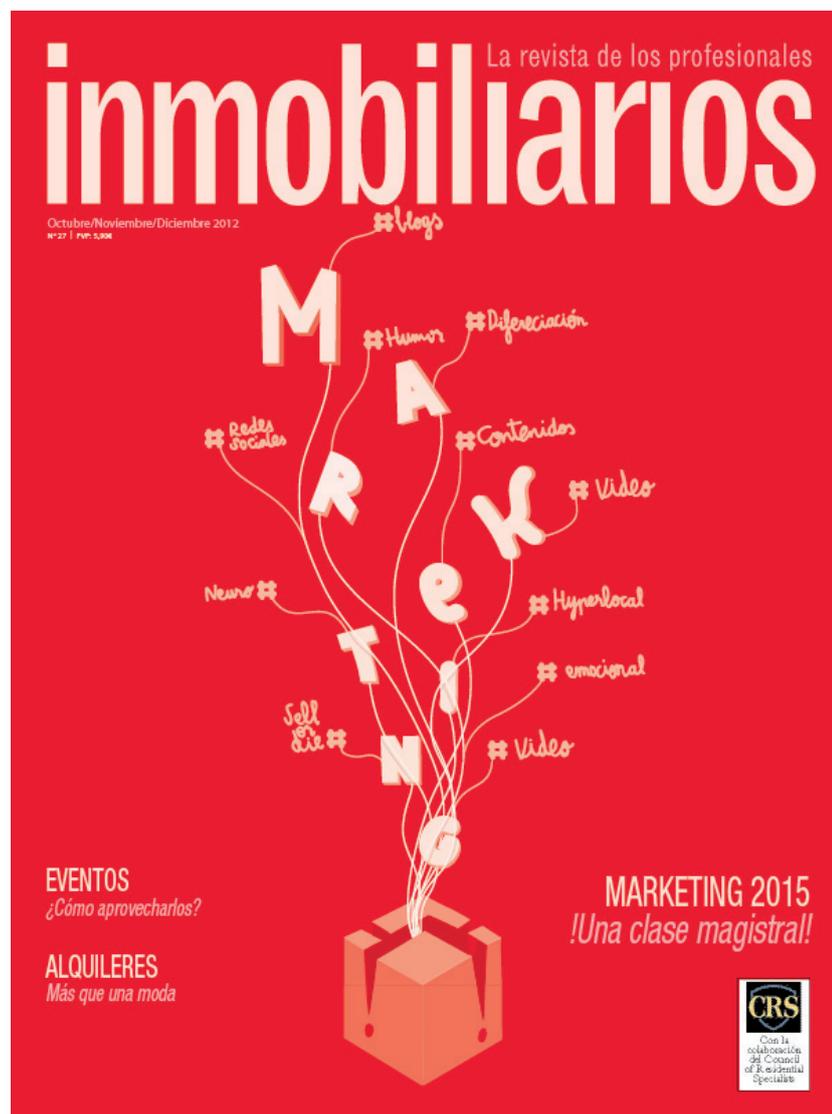


Fig 12:
Portada revista Inmobiliarios
Octubre 2015

3. Fruta Fundación Juan XXIII

Marzo, mayo & noviembre 2015

Identificación:

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

Grupo de interés

beneficiado:

EMPLEADOS, MEDIO
AMBIENTE & SOCIEDAD
(LISMI)

Actividad:

Recursos Humanos

Tras el éxito de la campaña en 2014, seguimos trabajando en la misma línea. Este año con 3 días de la fruta.

Se combina el reparto de fruta con entrega de imanes con frases saludables en la primera y tercera entrega en Sede y Agencias. Además de la comunicación de difusión general vía mail.

- Compra de fruta e imanes por importe total de **6.584 €**, repartida por todos los centros de trabajo.



Fig 13:
Mailing campaña Fruta
Fundación Juan XXIII 2015

4. Carrera Fundación Aladina

Marzo 2015

Identificación:
RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés beneficiado:
EMPLEADOS

Actividad:
Recursos Humanos

UCI abona los dorsales a los empleados que quieran para participar en la Carrera organizada por la Fundación Aladina.

Los fondos recaudados se destinan a programas de terapia lúdica para niños y adolescentes con cáncer.

El coste aparece desglosado a continuación:

MOTIVO	GASTOS
Inscripciones carrera	500 €
Equipaciones carrera	698 €
Gastos totales	1.198 €

Tabla 7. Desglose de los gastos para la Carrera Fundación Aladina

II Carrera Solidaria CCVM

UCI te invita a participar en la **II Carrera Solidaria CCVM** que se celebrará en el Club de Campo Villa de Madrid el 21 de Marzo.

En esta ocasión, CCVM destinará los beneficios a la Fundación Aladina: Programa de Terapias Lúdicas para Niños y Adolescentes con cáncer.

Para participar envíanos tu solicitud al Buzón de Prevención de Riesgos Laborales. Tienes de plazo hasta el

Además, si es la primera vez que participas en una carrera con nosotros indicanos tu talla de camiseta y pantalón.

Salida y meta: Club de Campo Villa de Madrid
Hora: carrera de 5 Km a las 10:00 horas.

UCI 25

Fig 14:
Mailing carrera solidaria Aladina
2015

5. Inscripción Equipo de Fútbol UCI en el mundialito de las empresas

Marzo-Junio 2015: Torneo de Primavera
 Octubre 2015: Liga de las Empresas

Identificación:
 RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés:
 EMPLEADOS

Actividad:
 Recursos Humanos

Se crean en Madrid y Barcelona equipos de fútbol para participar en un torneo de primavera, durante el período de marzo a junio, interempresas con el objetivo de fomentar un hábito tan saludable como es el deporte.

Tras la buena acogida del torneo anterior, nos inscribimos en la Liga de Las Empresas en Madrid y Barcelona, abriendo de nuevo los plazos de inscripción.

MOTIVO	GASTOS
Inscripción	5.271€
Equipaciones	850 €
Gastos totales	6.122 €

Tabla 12. Desglose de los gastos para el mundialito de las empresas



Os invitamos a formar un equipo de Fútbol 7 para jugar el Torneo Clausura con empresas de nuestro sector.

FECHAS: Marzo a Junio

PARTIDOS: de 11 a 14

SEDE: Polideportivo de La Elipa

HORARIOS: martes a jueves de 19:30 a 21:30

SEGUIMIENTO DEL TORNEO: a través de la web de Fútbol Empresas

Entrega de equipación completa (camiseta, pantalón y medias con el logo de UCI)



¡Si quieres participar no te lo pienses, reserva tu plaza haciendo click aquí! (fecha límite 22 de enero)

Fig 15:
 Mailing Mundialito de las empresas 2015



6. Donación NEPAL

Abril & mayo 2015

Identificación:
ACCIÓN SOCIAL

Tras los más de 2000 fallecidos a causa del terremoto ocurrido en Nepal en el mes de abril. El Grupo UCI hace un llamamiento solidario y voluntario a los empleados para recaudar fondos. De este modo Cruz Roja podrá continuar con las labores de rescate y ayuda humanitaria.

A continuación se observa el desglose de cantidades aportadas por los tres países.



Fig 16:
Mailing SOS donación Nepal
2015

	ESPAÑA	GRECIA	PORTUGAL	TOTAL
Nº Empleados	580	33	96	709
Nº Donaciones	177	14	18	209
% s/plantilla	30,52%	42,42%	18,75%	29,48%
Cantidad total empleados	6.995 €	375 €	350 €	7.720 €
Aportación UCI	14.995 €	1.375 €	1.350 €	17.720 €
TOTAL Transferencias Cruz Roja	21.990 €	1.750 €	1.700 €	25.440 €
TOTAL				25.440 €

Tabla 8. Información acción social de 2015: Donación Nepal

7. VIII Carrera Liberty “Una meta para todos”

Abril 2015

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

Un año más, Liberty nos ofrece la posibilidad de participar como invitados en este evento solidario. Este año los fondos se han destinado al equipo paralímpico de promesas.

Se inscriben 26 personas.

Sin coste para UCI.



Un año más Liberty Seguros nos da la oportunidad de participar en la VIII Carrera Solidaria “Una meta para todos” que se celebrará el 31 de mayo a las 9:00 horas, salida C/ Goya (frente Palacio de los Deportes). Distancia 10 Km

Los fondos se destinarán íntegramente al **Equipo de Promesas Paralímpicas del CPE** (Comité Paralímpico Español)

Haz clic aquí para inscribirte

(Fecha límite 8 de mayo)



Para más información:

www.carreraliberty.es



Fig17:
Mailing carrera Liberty 2015

8. Revisiones oftalmológicas Aver en Sede

Junio 2015

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

Cada dos años, Clínicas Aver nos ofrece la posibilidad de realizar de forma gratuita una revisión oftalmológica completa.

Se realiza en las salas de Recursos Humanos para todos los empleados de Madrid.



CAMPAÑA PREVENCIÓN OCULAR 2015

Os informamos que este año realizaremos de nuevo la campaña de "Prevención Ocular" en colaboración con el equipo del Centro Oftalmológico AVER y Ópticas ROMA.

Las fechas y horarios para todos aquellos que estén interesados son los siguientes:

- **Días: 8 al 16 de junio**
- **Horario: 9:00 - 14:00**
- **Lugar: sala de RRHH**

IMPORTANTE: acudir con gafas y sin lentillas en caso de utilizarlas

Para reservar cita haz click aquí
(fecha límite viernes 29 de mayo)

Las citas se podrán consultar a través de ADP Net. Enviaremos un e-mail indicando la ruta para consultar la cita



Prevención de Riesgos Laborales

Fig 18:
Mailing carrera solidaria CCVM
2015

9. Ayuda a los refugiados sirios

Septiembre & octubre 2015

Identificación:
ACCIÓN SOCIAL

Grupo UCI hace un llamamiento a sus empleados para colaborar de manera voluntaria con Cruz Roja y Acnur. El destino de las donaciones va dirigido a cubrir las necesidades básicas de los refugiados sirios.

La campaña se realiza de manera simultánea en España, Portugal y Grecia. Los fondos de España van dirigidos a las dos organizaciones mencionadas y en Portugal y Grecia a la Cruz Roja de cada uno de los dos países, respectivamente.

A continuación se muestran las cantidades aportadas:

	ESPAÑA	GRECIA	PORTUGAL	TOTAL
Nº Empleados	592	32	96	720
Nº Donaciones	70	7	8	85
% s/plantilla	11,82%	21,88%	8,33%	11,81%
Cantidad total empleados	2.695 €	150 €	185 €	3.030 €
Aportación UCI	10.695 €	1.150 €	1.185 €	13.030 €
TOTAL Transferencias	13.390 €	1.300 €	1.370 €	16.060 €
TOTAL				16.060 €



Fig 19:
Mailing campaña ayuda a los refugiados 2015

Tabla 9. Información acción social de 2015: Donación Refugiados

10. Carrera AECC 2015

Octubre 2015

Identificación:

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

Como en otras campañas de reconocimientos médicos, UCI participa con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) abonando los dorsales de los empleados que quieran inscribirse al evento solidario.

Participan 21 personas en la modalidad de 10 Km y 27 en la de 4 Km.

- Coste de las inscripciones: **600 €**



Fig 20:
Imagen campaña contra el
cáncer de mama

11. Vacunación gripe estacional

Octubre & noviembre 2015

Identificación:

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

Un año más, se ofrece a los empleados la posibilidad de solicitar vacunación de la gripe durante la campaña anual de reconocimientos médicos, entre los meses de octubre y noviembre.

- Coste de 80 dosis: **840 €**



Fig 21:
Imagen campaña vacunación
gripe estacional

12. Regala una sonrisa: Campaña de recogida de juguetes

Noviembre 2015

Identificación:

RESPONSABILIDAD SOCIAL (conciliación familiar)

Grupo de interés:

EMPLEADOS

Actividad:

Recursos Humanos

Tras el éxito de la campaña realizada en 2014, este año volvemos a pasar una jornada con fin social, en familia en KINEPOLIS Madrid disfrutando de un pase infantil privado.

La **fundación VALORA** junto con la **ONG AVANZA** estuvieron presentes para la recogida de juguetes. Contamos con 295 asistentes en Madrid.

En el caso de las agencias, se propuso una jornada de convivencia por centro con el mismo fin. Para ello se propuso hacer una merienda entre los empleados del centro y sus familias, proponiéndose diferentes ONG's a las que llevar los juguetes tras finalizar la jornada.

Contamos con la colaboración de las agencias de Barcelona, Valencia, Jerez y Canarias.

UCI te invita a una mañana de cine solidario

REGALA UNA SONRISA
Campaña de recogida de juguetes

El 13 de diciembre los juguetes se convertirán en una sonrisa



¡RECUERDA!

El plazo de inscripción termina el 27 de Noviembre.

Haz clic [AQUÍ](#) para realizar la inscripción.

NOS VEMOS EN:

Kinepolis Ciudad de la Imagen el próximo 13 de diciembre a las 11:00h

¡NO TE LO PUEDES PERDER!



MOTIVO	GASTOS
Sesión Kinépolis (Madrid)	3.815 €
Donativo Valora	300 €
Compra Juguetes	1000€
Total eventos agencias	1.786 €
Gastos totales campaña	6.901 €

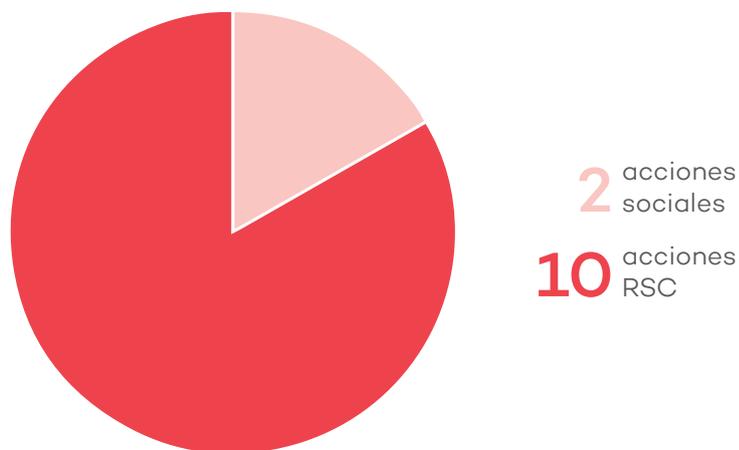
Tabla 11. Información acción de RSC 2015: Regala una sonrisa

Fig 22: Mailing campaña recogida de juguetes 2015

7.2. RESUMEN 2015

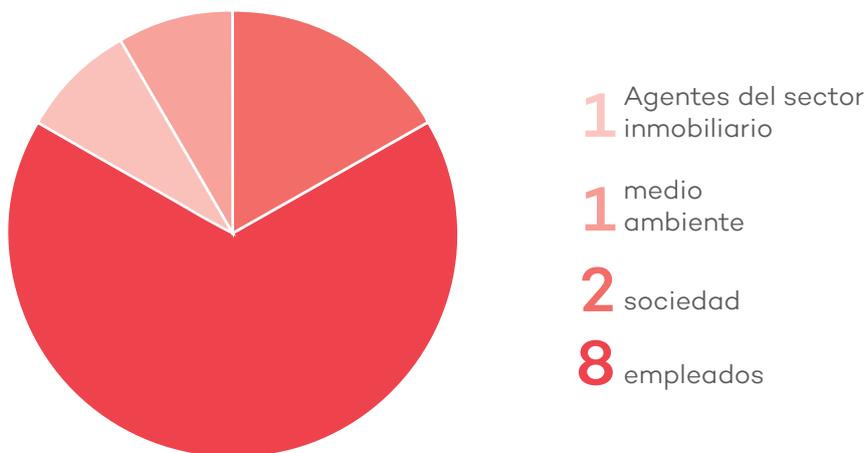
Clasificación de las acciones

12 acciones en total, de las cuales 10 se consideran acciones de Responsabilidad Social y 2 acciones sociales.



Gráfica 3. Número de acciones sociales y de RSC en 2015

Grupos de interés beneficiados



Gráfica 2. Grupos de Interés beneficiados de las acciones de RSC en 2015

8. ESTADO DEL ARTE CONTINUO

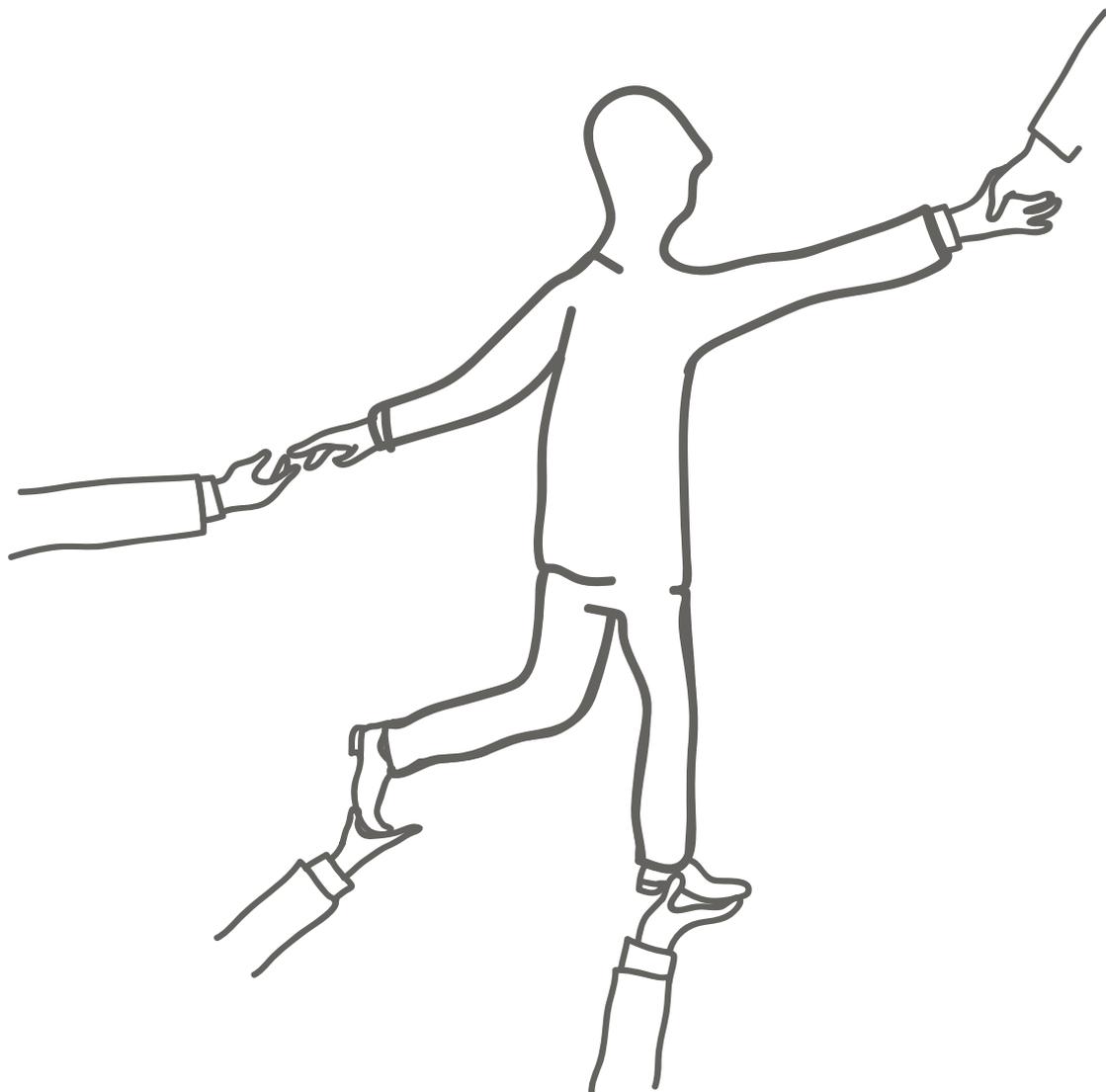
UCI, independientemente de programar acciones de RSC y acciones sociales, anualmente tiene implantado:

- Código de Ético empresarial, con los comportamientos que deben seguir sus empleados
- Plan de formación anual; con un número elevado de horas destinadas a la formación de sus empleados
- Código de buenas prácticas de protección a los deudores hipotecarios
- Medidas para realizar una comunicación comercial honesta y leal
- Medidas para concienciar a los empleados en el cuidado del entorno a través de un consumo racional de los recursos naturales y una correcta segregación y gestión de los residuos generados
- Servicio de fisioterapia en Sede y acuerdo de colaboración con diferentes clínicas en provincias a nivel nacional, todo ello a través de Fisieempresas (Club del Empleado)
- Servicio de Farmacia en Sede (Club del Empleado)
- Posibilidad de compra de productos ecológicos de la Huerta de la Fundación Juan XXIII en Sede (Club del Empleado)

I. CÓDIGO ÉTICO

UCI tiene establecido un **Código Ético** que aúna las normas y reglas que determinan el comportamiento ideal o más apropiado para los empleados que componen la organización. Se trata de un Código basado en los principios empresariales de **UCI** y que sirve de orientación en nuestra actividad diaria.

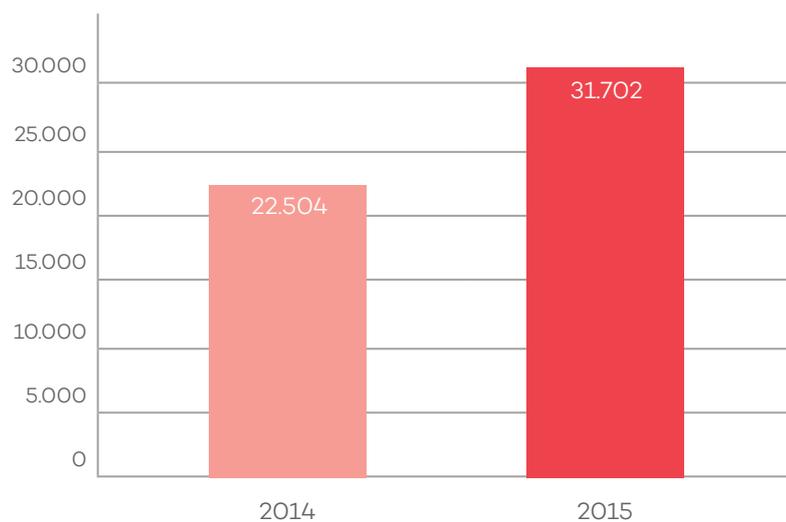
De este modo, los actuales ejes estratégicos de la empresa son el cliente, que es el centro, la transparencia y el préstamo responsable, así como las políticas del **Corporate Defense del Grupo UCI**, son los principios rectores del Código Ético.



II. CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE FORMACIÓN

UCI apuesta firmemente por la formación; es por ello que dedica todos los recursos disponibles para el cumplimiento del **Plan de Formación** anual establecido.

En 2014 se dedicaron un total de 22.504 horas a la formación; en 2015 el número de horas de formación anuales fue de 31.702.



Gráfica 5. Horas totales de formación en 2014 y 2015

III. CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN A LOS DEUDORES HIPOTECARIOS

UCI está adherida al **Código de Buenas Prácticas de protección a los deudores hipotecarios sin recursos.**

Este Código está aprobado por el Gobierno en el Real Decreto-ley 6/2012 y modificado por la Ley 1/2013, de medidas urgentes para reforzar la protección de deudores hipotecarios, reestructuración de deudas y alquiler social.

En **UCI**, desde el inicio de la crisis económica, hemos dedicado una parte importante de nuestros recursos en ofrecer soluciones personalizadas para todos los clientes con dificultades económicas, con objeto de ayudarles a hacer frente a sus problemas, conservando siempre que sea posible su vivienda.

La adhesión de **UCI** al Código de Buenas Prácticas es un paso más en este sentido. Nuestros clientes del colectivo objeto de protección en dicho Código pueden optar por solicitar que su caso sea tratado según los procedimientos definidos en el Código de Buenas Prácticas (documentación, plazos, soluciones, etc).

IV. AUTOREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

UCI es miembro asociado de la **Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, AUTOCONTROL**.

Entre las funciones de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial destaca la elaboración de Códigos de Conducta Publicitaria, tanto general como sectorial.

En **UCI** estamos adheridos al **Código de Conducta Publicitaria**, promovido por la asociación.

El Código de Conducta Publicitaria, en funcionamiento desde 1996, está basado en el **Código Internacional de Prácticas Publicitarias de la Cámara Internacional de Comercio** (ICC International Code of Advertising Practice) y en sus **principios básicos** de:

- 1.** Veracidad
- 2.** Legalidad
- 3.** Honestidad
- 4.** Lealtad de las comunicaciones comerciales

Este código recoge las normas básicas de conducta que deberán ser respetadas en la actividad publicitaria. En este sentido, abarca aspectos tales como una norma acerca de la interpretación de las expresiones publicitarias, publicidad comparativa, así como normas sobre protección de la infancia y la adolescencia, protección del medio ambiente, etc.

V. BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN UCI

En **UCI** integramos en nuestra actividad diaria el respeto por el medio ambiente a través de la implantación de **buenas prácticas en la oficina**.

Estas buenas prácticas se basan en el uso adecuado de los recursos naturales y la segregación y gestión correcta de los residuos que generamos en la oficina donde desarrollamos la actividad.

Los empleados disponen de cartelería de sensibilización en las instalaciones de **UCI**, recordándoles los buenos usos a llevar a cabo en su actividad.



