

2025 | INFORME
ANUAL
CONSOLIDADO

santalucía

2025 | INFORME ANUAL CONSOLIDADO



La portada de este informe alude simbólicamente a los tres ejes principales del Plan Estratégico CONTIGO2028, iniciado en este ejercicio:

- + Diversificados
- + Competitivos
- + Digitales

ÍNDICE

CARTA DEL PRESIDENTE 06

CAPÍTULO 1 RESUMEN EJECUTIVO 08

1.1. Contexto económico y sectorial 10

1.2. Grupo Santalucía en 2025.....11

CAPÍTULO 2 SOMOS SANTALUCÍA.....16

2.1. Fieles a nuestro propósito 20

2.2. Estructura organizativa..... 27

2.3. Principales magnitudes e hitos 29

2.4. Evolución de los negocios..... 36

CAPÍTULO 3 PLAN ESTRATÉGICO CONTIGO2028..... 50

3.1. CONTIGO 2028 52

3.2. Nuestro modelo de innovación.....60

CAPÍTULO 4 COMPROMETIDOS CON LAS PERSONAS 64

4.1. Siempre al lado de nuestros clientes 66

4.2. Los proveedores, aliados estratégicos 72

4.3. Nuestros equipos, el motor del negocio 75

CAPÍTULO 5 COMPROMETIDOS CON NUESTRO IMPACTO ESG 98

5.1. Plan Corporativo de Sostenibilidad 100

5.2. Nuestro impacto ambiental 108

5.3. Nuestro impacto social 117

5.4. Nuestro modelo de gobernanza..... 127

CAPÍTULO 6 CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS 134

6.1. Balance Consolidado136

6.2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias
Consolidada141

CARTA DEL PRESIDENTE

Me complace presentar este Informe Anual Consolidado de **Grupo Santalucía** que presenta un resumen de nuestra actividad.

2025, a nivel macroeconómico global, ha sido un año marcado por un crecimiento moderado, en un contexto geopolítico complejo que sigue abriendo focos de incertidumbre y que pone de relieve la importancia del seguro como mecanismo de protección y resiliencia económica.

El sector asegurador en nuestro país mostró un notable dinamismo, con un crecimiento en el volumen de primas superior al 13%. Respecto a nuestra actividad aseguradora, que supone un 67% de los ingresos del Grupo, las primas imputadas consolidadas alcanzaron 2.621 millones de euros. De esta cifra, 1.563 millones de euros corresponden a No Vida y 1.058, al negocio de Vida. Quiero resaltar que los ingresos totales han sido de 3.855 millones de euros y el volumen de activos gestionados en balance ascendió a 12.815 millones de euros, generando unos ingresos de 562 millones. Estas cifras muestran el profundo **carácter financiero** de nuestra entidad y subrayan la necesidad de continuar ofreciendo valor añadido a nuestros clientes.

Hemos cerrado el ejercicio con un ratio de solvencia del 287%, el ratio de endeudamiento se sitúa en el 5,3% y Fitch Ratings mejoró en julio nuestra calificación, otorgándonos un rating A+ con perspectiva estable. Estos datos, que confirman nuestra solidez, sustentan la estrategia de crecimiento inorgánico y refuerzan como objetivos **el desarrollo de nuevas líneas de negocio y la expansión del balance**. Si bien contamos con importantes fortalezas, es fundamental señalar también los desafíos a los que nos enfrentamos: **la presión sobre los márgenes** se ha intensificado en el escenario actual, lo que requiere una gestión aún más eficiente y rigurosa; el incremento abrumador de las **exigencias regulatorias** implica un esfuerzo adicional para su cumplimiento sin merma en nuestra competitividad; y, por todo ello, es indispensable reforzar nuestra **inversión en tecnología**.

Más allá de las cifras anteriormente mencionadas, este año ha marcado el inicio de un nuevo ciclo estratégico, guiado por el Plan Estratégico CONTIGO2028, que ha impulsado cambios en nuestra estructura organizativa. Destaca la creación de la Dirección de Transformación, Innovación y Gobierno del Dato, destinada a fomentar el uso intensivo de las nuevas tecnologías digitales, incorporar la inteligencia artificial y preservar la seguridad del conjunto de nuestros sistemas. Asimismo, la integración de la Dirección de Inversiones en **Santalucía Asset Management** nos proporciona la dimensión y capacidades necesarias para el desarrollo del negocio del ahorro, clave para nuestro crecimiento futuro.

El despliegue del nuevo CORE no vida y de la nueva propuesta diferencial en decesos ha supuesto un avance importante en nuestra evolución hacia un modelo más digital, al aportarnos mayor agilidad comercial y capacidad de personalización de la oferta. También hemos potenciado nuestra **multicanalidad** con el impulso a la red de agentes exclusivos y la creación del Club CONTIGO SOMOS+, dirigido a corredores. Gracias a estas iniciativas, hemos mejorado la experiencia del cliente y alcanzado un índice de recomendación —medido por el NPS (*Net Promoter Score*)— del 42,5%, lo que nos ha situado como líderes del sector.

La consolidación y el impulso de nuevas alianzas han sido otro foco de trabajo este año. La renovación del acuerdo con Sanitas supone un paso decisivo para avanzar en nuestro posicionamiento en el ramo de Salud. Otro de los hitos más relevantes ha sido el aumento de nuestra participación accionarial en Unicaja que afianza la relación de confianza que mantenemos y nos permite profundizar en nuevas vías de colaboración con el Grupo Bancario.

La innovación y la integración responsable de la inteligencia artificial han sido palancas clave, con avances significativos en automatización, mejora de la productividad, detección de fraude y nuevos asistentes virtuales, que reducen el tiempo de respuesta a clientes, particularmente ante situaciones de riesgo de colapso vinculadas a episodios de fenómenos meteorológicos extremos. De cara al futuro, será necesario profundizar en nuestros procesos de innovación y hacer del dato un elemento central de nuestra cultura, al ser un activo clave que permite mejorar los procesos de toma de decisiones.

A continuación, quiero referirme a cuatro de los desafíos más relevantes que estamos afrontando, destacando, en primer lugar, la transición del Plan General Contable a las **normas IFRS** (*International Financial Reporting Standards*). Podemos afirmar que **Santalucía** está en condiciones de completarla, en el momento más oportuno. Esta adaptación supone un logro relevante para la compañía, ya que permite alinear nuestros procesos contables y de reporte con los estándares globales del sector asegurador y respalda nuestra posición y reputación ante reguladores y demás grupos de interés en sintonía con las mejores prácticas internacionales.

La Sostenibilidad. La compañía ha puesto en marcha el Plan Corporativo de Sostenibilidad 2025-2028, que ya se encuentra en fase de ejecución. Este plan presta especial atención a los compromisos medioambiental, social y de desarrollo de las personas y, por supuesto, a las mejores prácticas en materia de gobernanza, focalizadas en el comportamiento ético, transparente y responsable del conjunto del Grupo.

La Seguridad. Nuestro Grupo renueva anualmente el plan de seguridad de la información, con especial foco en los nuevos entornos CORE, la simulación de ciberataques (incluidos ejercicios de *red team*) y el refuerzo en los accesos de corredores y mediadores a los sistemas corporativos.

La Captación de **Talento**. Un reto que exige no solo ofrecer propuestas atractivas, sino también crear un entorno de carácter humanista en el que, situando a las personas en el centro de nuestra actividad, encuentren oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional.

Entendiendo el presente a partir del futuro seguiremos avanzando en la ejecución de nuestra estrategia con foco en **el crecimiento rentable y sostenible, el desarrollo corporativo y la mejora continua de la experiencia de nuestros clientes**.

Por último, quiero agradecer la labor de todos aquellos que forman parte de nuestro Grupo y manifestar el orgullo de contar con hasta cuatro generaciones conviviendo en una misma organización. Son ellos quienes construyen la marca y la entidad generando ventajas sostenibles en el tiempo.

D. José Luis Díaz López
Presidente de Santalucía

1

RESUMEN EJECUTIVO



1.1 CONTEXTO ECONÓMICO Y SECTORIAL

En 2025, la economía global evolucionó en un entorno de crecimiento moderado, marcado por la progresiva normalización de la inflación y una política monetaria aún prudente, en un contexto geopolítico complejo que sigue abriendo importantes focos de incertidumbre y nos obliga a mantenernos vigilantes ante su evolución.

La política arancelaria de Trump y el consiguiente aumento de la inseguridad, el gran apagón, los incendios de agosto o las inundaciones de finales de año han vuelto a poner de relieve la importancia del seguro como mecanismo esencial de protección y resiliencia económica. Al mismo tiempo, la aceleración de la transformación digital y la adaptación a un entorno regulatorio tan exigente han seguido marcando la agenda del sector.

A nivel macroeconómico, según fuentes del Fondo Monetario Internacional, la economía mundial experimentó en 2025 un crecimiento del 3,4%, en línea con años anteriores. Estados Unidos creció un 2,1% y China un 5,0%. Por su parte, la zona euro creció un 1,4% y la economía española lo hizo en un 2,8%, el doble que el conjunto de la zona euro, gracias fundamentalmente al impulso de la demanda nacional.

En lo que respecta al sector asegurador, principal actividad de **Grupo Santalucía**, el volumen de primas creció un 13,8% en 2025, impulsado por el fuerte crecimiento del negocio de Vida, que avanzó un 23,2% gracias a la favorable coyuntura de tipos de interés. El negocio de No Vida cerró el año con un crecimiento del 7,8%, en línea con el ejercicio anterior. Los seguros Multirriesgo de Hogar crecieron un 7,4%, y el ramo de Decesos un 4,3%.

1.2 GRUPO SANTALUCÍA EN 2025

En el Negocio Asegurador —que supone el 67,5% de los ingresos de nuestro Grupo— las primas imputadas consolidadas alcanzaron los 2.621,4 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 19,7% respecto al año anterior. De esta cifra, 1.563,6 millones corresponden al negocio de No Vida (un 6,1% más respecto a 2024) y 1.057,8 millones al negocio de Vida (un 47,6% de incremento).

Los ingresos consolidados del Grupo se situaron en 3.885,4 millones de euros, un 13,5% más que el año anterior. El beneficio después de impuestos fue de 337,1 millones de euros, de los que 286,4 millones de euros son atribuibles a la sociedad dominante.

En julio, la agencia Fitch Ratings mejoró nuestra calificación de fortaleza financiera, otorgándonos un rating A+ con perspectiva estable, lo que nos sitúa entre las aseguradoras de capital español con mejor rating. Nuestro ROE del 12,7% y el ratio de solvencia del Grupo del 287% confirman nuestra fortaleza financiera y capacidad para seguir generando valor.

Más allá de las cifras, el ejercicio 2025 ha marcado el inicio de un nuevo ciclo estratégico en el que continuaremos profundizando en nuestro proceso de transformación para dar respuesta a un entorno cada vez más complejo e incierto.

TRANSFORMACIÓN Y DIGITALIZACIÓN, CLAVES PARA EL FUTURO

En este primer año del nuevo ciclo hemos logrado avances importantes en áreas clave para nuestro desarrollo futuro. La puesta en marcha del Plan Estratégico CONTIGO2028 ha exigido adaptar nuestra estructura organizativa a las nuevas necesidades. Como resultado, hemos creado la **Dirección de Transformación, Innovación y Gobierno del Dato**, destinada a impulsar las principales palancas de nuestro plan estratégico, muy vinculadas al uso intensivo de las nuevas tecnologías digitales, la inteligencia artificial y a preservar la seguridad del conjunto de nuestros sistemas de información. Asimismo, la integración de la Dirección de Inversiones en **Santalucía Asset Management** nos proporciona la dimensión y capacidades necesarias para el desarrollo del negocio del ahorro, clave para nuestro crecimiento futuro.

El despliegue del nuevo Core No Vida y de la nueva propuesta de valor en Decesos constituyen un importante avance en nuestro proceso de adaptación al entorno digital, al dotar a nuestra oferta de mayor flexibilidad, agilidad y personalización. Además, se han iniciado los trabajos para extender esta ambiciosa renovación tecnológica a otros ramos y áreas, como Vida, Hogar y Asistencia, así como para apoyar la transformación financiera en la que está inmerso nuestro Grupo.

POTENCIANDO NUESTROS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La diversificación ha sido otro de los ejes de trabajo de este ejercicio. Con el objetivo de llegar a más familias hemos acelerado la diversificación de canales, aumentando nuestra capacidad de distribución con corredores y agentes exclusivos. La creación del Club CONTIGO SOMOS+, dirigido a corredores, será una importante palanca de crecimiento en este canal. Además, nuestro canal agencial ha continuado su proceso de transformación para adaptarse al entorno digital.

La consolidación e impulso de nuevas alianzas ha sido otro foco de trabajo de este año. La renovación del acuerdo con Sanitas es un paso decisivo para avanzar en la diversificación de nuestro modelo de negocio, en el que el ramo de Salud tendrá un papel relevante. Asimismo, hemos progresado en nuestros planes de desarrollo del ramo de Autos, que representa otro pilar esencial para este ciclo estratégico.

Otro de los hitos más relevantes de 2025 ha sido el aumento de nuestra participación accionarial en **Unicaja Banco**, que nos sitúa como el segundo accionista del sexto banco español por volumen de activos. Este paso consolida nuestra relación de confianza con la entidad y abre nuevas oportunidades para continuar nuestra historia de crecimiento y creación de valor conjunto.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y AUTOMATIZACIÓN PARA SER MÁS EFICIENTES

No hemos permanecido ajenos a la evolución de la inteligencia artificial y hemos incorporado nuevos casos de automatización de procesos que han generado mayores niveles de eficiencia y han liberado inteligencia humana para hacer tareas de mayor valor añadido. Además, los avances en IA han impulsado mejoras significativas en nuestro modelo de detección de fraude. En esta misma línea, hemos incorporado asistentes virtuales para facilitar la labor comercial y mejorar la relación con el cliente reduciendo, por ejemplo, los tiempos de respuesta particularmente ante situaciones de riesgo de colapso vinculadas a los episodios de fenómenos meteorológicos extremos que, cada vez, nos afectan con mayor frecuencia.



CON EL OBJETIVO DE LLEGAR A MÁS FAMILIAS, HEMOS ACELERADO LA DIVERSIFICACIÓN DE CANALES, AUMENTANDO NUESTRA CAPACIDAD DE DISTRIBUCIÓN CON CORREDORES Y AGENTES EXCLUSIVOS.

LAS PERSONAS, EN EL CENTRO DE NUESTRA ACTUACIÓN

En **Grupo Santalucía** situamos a las personas en el centro de nuestra estrategia y estamos firmemente comprometidos con ellas. El talento es hoy un gran desafío: el envejecimiento de la población, la convivencia de hasta cuatro generaciones en una misma organización, la llegada de la IA y sus implicaciones en la disponibilidad de determinados perfiles especializados, la necesidad de replantearnos los procesos de capacitación y actualización de conocimientos, así como la inevitable reconfiguración de los puestos de trabajo son solo algunos de los retos a los que debemos responder mediante una propuesta de valor al empleado que nos permita captar y retener talento. Porque sabemos que solo las personas pueden generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

En 2025 se definieron e iniciaron los planes necesarios para afrontar estos retos del talento. Los reconocimientos obtenidos y la mejora del eNPS, que alcanzó el 28,4%, confirman que estamos avanzando por el camino correcto.

Los clientes también son nuestra prioridad. Gracias al trabajo realizado en este ámbito hemos alcanzado un NPS récord del 42,5%, situándonos como líderes del sector. También hemos cosechado numerosos reconocimientos con nuestra campaña publicitaria, "Una vida contigo", que ha contribuido de manera decisiva a mejorar nuestro posicionamiento en notoriedad de marca y ha sido galardonada con diferentes premios entre los que cabe destacar el oro conseguido en los Premios Eficacia.

Asimismo, hemos recibido otros reconocimientos en diversas áreas. En el ámbito de la gestión de personas, **Santalucía** e **Iris Global** han renovado los sellos *Top Employer* y EFR; a esta última certificación se han unido **Santalucía Servicios Compartidos**, **Unicorp Vida** y **Pelayo Vida**. La mediación ha reconocido nuestro trabajo e **Iris Global** ha alcanzado la primera posición en el Barómetro ADECOSE en Asistencia en Viaje y la segunda en Defensa Jurídica. Además, hemos sumado nuevas certificaciones de AENOR en "Compromisos de Excelencia en Experiencia de Cliente y Servicio", en Compliance Sociolaboral, así como la certificación ISO 39001 en Gestión de la Seguridad Vial en **Santalucía**. En **Albia** sumamos la certificación de Bureau Veritas "Compromiso con las Familias" y **Santalucía Servicios Compartidos** se une a la certificación ISO 31000 de Gestión del Riesgo.

Desde el punto de vista de reputación, un año más, estamos entre las 100 empresas con mejor reputación, según el monitor MERCO, ocupando la cuarta posición del sector tanto como compañía más responsable como empresa preferida para trabajar.

Nuestra contribución e impacto en la sociedad es otro aspecto al que prestamos especial atención. Apoyamos a entidades que favorecen el bienestar de las familias, como Cruz Roja o la Asociación Española Contra el Cáncer. Fieles a nuestro compromiso con la educación financiera, el Instituto San-

talucía ha tenido una actividad destacada en el año en que se ha celebrado el trigésimo aniversario del Pacto de Toledo, además de incrementar su labor divulgativa con nuevas iniciativas. El think tank Espacio Futuro ha seguido desarrollando su labor de investigación y difusión.

En 2024 iniciamos una andadura importante junto a la Universidad Pontificia Comillas – ICADE al desarrollar conjuntamente la Cátedra Santalucía de Analytics for Education, y estamos orgullosos de los resultados alcanzados en este segundo año de recorrido. Esta colaboración contribuye a mejorar la transferencia de conocimiento entre la universidad y la empresa y nos proyecta hacia el futuro.

VISIÓN DE FUTURO

Afrontamos el ejercicio 2026 con una visión prudente pero optimista. En un entorno previsiblemente marcado por la incertidumbre geopolítica, deberemos seguir de cerca la evolución de la inflación y de los tipos de interés, así como de los nuevos riesgos emergentes. El Fondo Monetario Internacional advierte de un escenario de debilidad en el crecimiento mundial, que estima en el 3,1%. El Banco de España, en sus proyecciones de marzo, fija para nuestro país un crecimiento medio del 2,3% en 2026 y sitúa el IPC armonizado en el 3%.

En este contexto, nuestro Grupo continuará avanzando en la ejecución de nuestra estrategia de acuerdo con lo comprometido en el Plan Estratégico CONTIGO2028, con foco en el crecimiento rentable y sostenible, en el desarrollo corporativo y en la mejora continua de la experiencia de nuestros clientes. Este enfoque nos permitirá afrontar un entorno cambiante e impredecible en el ámbito geopolítico, al que se suman elementos como la longevidad, el aumento de la frecuencia de eventos climáticos adversos y la creciente incorporación de la inteligencia artificial y otras tecnologías disruptivas.

Continuaremos trabajando para consolidar el proceso de transformación tecnológica y en la diversificación de la propuesta de valor y de los canales de distribución para llegar a nuevos mercados y a nuevos segmentos de clientes. Para lograrlo, será necesario profundizar en nuestro proceso de innovación, hacer del dato un elemento central de la cultura del Grupo y reforzar la capacidad para atraer y retener talento en un mercado tan competitivo como el actual.

Seguiremos cumpliendo con nuestro compromiso de creación de valor a largo plazo para los accionistas y para la sociedad, apoyándonos en un equipo comprometido y en un estilo propio de actuación basado en el rigor, la calidad, la solvencia y la generación de confianza.

Con estos principios, afrontamos el futuro con determinación y con la ambición de seguir consolidando nuestro posicionamiento como grupo asegurador de referencia.

A lo largo de los siguientes capítulos se recogen las actuaciones y los hitos más relevantes, como muestra de nuestro compromiso con la transparencia y de nuestra manera de actuar.

NUESTRAS PRINCIPALES MAGNITUDES EN 2025

SOLVENCIA



INGRESOS CONSOLIDADOS
3.885 MILLONES DE EUROS



ACTIVOS TOTALES
14.687 MILLONES DE EUROS



RATIO DE SOLVENCIA
287%

RATING

Fitch: **A+**

AM Best: **A**



EMPLEOS DIRECTOS
9.708

VOCACIÓN DE PROTECCIÓN



ASEGURADOS
7 millones



MEDIA RESIDENTES
6.804 SIN CENTROS DE DÍA



HOGARES ASEGURADOS
+1 millón

ESPECIALISTAS EN AHORRO



PATRIMONIO GESTIONADO

PLANES DE PENSIONES
3.669 MILLONES DE EUROS

FONDOS DE INVERSIÓN
1.397 MILLONES DE EUROS



PROVISIONES

SEGUROS DE VIDA
6.013 MILLONES DE EUROS

ESPECIALISTAS EN SERVICIO



SINIESTROS ATENDIDOS
2.021.896



INTERACCIONES CON CLIENTES
10.844.132



SOMOS
SANTALUCÍA

Santalucía es la compañía aseguradora origen y matriz de **Grupo Santalucía**, grupo empresarial especializado en protección familiar.

En sus más de 100 años de trayectoria, nuestro Grupo ha diversificado sus actividades para contar con una propuesta de valor que permita satisfacer las necesidades de protección de los clientes de una manera integral, estableciendo con ellos una relación basada en la cercanía, la confianza y la excelencia.

HISTORIA DEL GRUPO SANTALUCÍA



1922

- NACE SANTALUCÍA



1943

- TRASLADO SEDE SOCIAL A MADRID



1960

- SEGURO COMBINADO DE INCENDIOS, EXPLOSIÓN Y ROBO



2015

- INCORPORACIÓN AL GRUPO DE IRIS ASSISTANCE, GIH, PC AMIGO Y ACCEPT@



2006

- BALLE SOL SE INCORPORA AL GRUPO



2005

- NACE IRIS ASSISTANCE



2016

- ALBIA SE INCORPORA AL GRUPO



2017

- ADQUISICIÓN DEL NEGOCIO DE VIDA Y PENSIONES DE AVIVA EN ESPAÑA
- JOINT VENTURE CON UNICAJA BANCO Y ESPAÑA DUERO



2018

- ADQUISICIÓN DEL 50% DE PELAYO VIDA
- NACE SANTALUCÍA ASSET MANAGEMENT

2025

- PRIMER AÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO CONTIGO2028
- SANTALUCÍA SE CONVIERTE EN EL SEGUNDO ACCIONISTA DE UNICAJA BANCO

1970

- INICIO COMERCIALIZACIÓN SEGUROS DE VIDA

1978

- PRIMER SEGURO COMBINADO DEL HOGAR
- CREACIÓN DEPARTAMENTO COMERCIAL

1990

- PUESTA EN MARCHA SERVICIO PERSONALIZADO DE ASISTENCIA INTEGRAL 24H (ORIGEN DE IRIS GLOBAL)

2003

- ENTRADA EN EL CAPITAL SOCIAL DE SOS ASSISTANCE ESPAÑA

2000

- APERTURA DE CENTROS DE TRAMITACIÓN DE SINIESTROS

1998

- AMPLIACIÓN DE LA RED DE AGENCIAS

2021

- NACE IRIS GLOBAL

2022

- PRIMER CENTENARIO DE SANTALUCÍA 100+
- PRIMER PLAN CORPORATIVO DE SOSTENIBILIDAD
- AMPLIACIÓN DE LA ALIANZA CON UNICAJA BANCO

2023

- FUSIÓN POR ABSORCIÓN DE LIBERBANK VIDA Y PENSIONES Y CCM VIDA Y PENSIONES POR PARTE DE UNICORP VIDA Y PENSIONES

2024

- AGRUPACIÓN DEL NEGOCIO TELEFÓNICO A TRAVÉS DE SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN SANTALUCÍA (SIS.)

- LANZAMIENTO DE NUEVA GESTORA DE FONDOS DE PENSIONES: SANTA LUCÍA PENSIONES, SGFP, SAU.

- CREACIÓN DEL THINK TANK ESPACIO FUTURO

2.1 FIELES A NUESTRO PROPÓSITO

ESTAR CERCA DE LAS PERSONAS PARA CUIDARLAS A LO LARGO DE TODA SU VIDA ES EL PROPÓSITO QUE INSPIRA LA ACTUACIÓN DE SANTALUCÍA DESDE SU FUNDACIÓN EN 1922. A LO LARGO DE LAS DISTINTAS ETAPAS DE NUESTRA HISTORIA, LAS PERSONAS –SU CUIDADO Y SU PROTECCIÓN– HAN SIDO EL EJE QUE HA GUIADO CADA DECISIÓN Y CADA ACCIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Este compromiso con nuestros grupos de interés se refleja en los valores que nos definen: integridad, protección, solvencia, servicio, responsabilidad y vitalidad, principios que orientan nuestra forma de entender el negocio y nuestra relación con la sociedad.

A lo largo de estos más de cien años de trayectoria, hemos diversificado nuestra actividad y evolucionado de manera constante para adaptarnos a un entorno en permanente transformación. Todo ello con un objetivo claro: contribuir a la seguridad y al bienestar de nuestros clientes mediante productos y servicios de calidad que respondan a sus necesidades de protección, prevención y previsión.

Grupo Santalucía, cuya empresa matriz es SANTA LUCÍA, S.A., COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS, desarrolla actividades aseguradoras, asistenciales, de gestión de activos y de operaciones y prestación de servicios, configurando un ecosistema integral y especializado en la protección y el cuidado de las personas y sus familias.

BASES SÓLIDAS AL SERVICIO DE LAS PERSONAS

Nuestro objetivo es prestar el mejor servicio a nuestros grupos de interés partiendo de unos elevados estándares de calidad, una gestión rigurosa y prudente y la fortaleza financiera como garantía del cumplimiento de los compromisos adquiridos con ellos. Para garantizar el cumplimiento de las normas y estándares aseguradores, contamos con los mecanismos internos de supervisión y control necesarios, reforzando el rigor técnico en todos los niveles de gestión.

Numerosas certificaciones avalan nuestro compromiso con una gestión eficiente en los diferentes negocios y en los distintos ámbitos en los que actuamos:

CERTIFICACIONES 2025

ISO 9001 SISTEMA DE GESTIÓN	ISO 14001 GESTIÓN AMBIENTAL	ISO 31000	ISO 37301	ISO 39001 GEST. SEGU- RID. VIAL	ISO 45001
					
  		   			
UNE-EN15017 SERVICIOS FUNERARIOS	UNE-19602	UNE-19604	FAMILIAS	ODS	ENTORNOS LABORALES SALUDABLES
					
					

En 2025 FITCH ha mejorado la calificación de Fortaleza Financiera (IFS) de **Santalucía** desde "A" hasta "A+" con perspectiva estable, y la de calificación Crediticia a Largo Plazo desde "A-" hasta "A" también con perspectiva estable. Por su parte, A.M. Best ha confirmado, un año más, en "A" (Excelente) nuestra calificación de Fortaleza Financiera y la calificación Crediticia a Largo Plazo como "a" (Excelente), ambos con perspectiva estable.

El ratio de Solvencia del Grupo, de acuerdo con la normativa de Solvencia II, es del 287% y el de **Santalucía**, empresa matriz del Grupo, del 326%.

UNA OFERTA INTEGRAL PARA ESTAR SIEMPRE AL LADO DEL CLIENTE

Para satisfacer sus necesidades a lo largo de toda su vida, ponemos al alcance de los clientes una oferta integral de productos y servicios desde las distintas líneas de negocio: aseguradora, gestión de activos, asistencial y operaciones y prestación de servicios.

NUESTRAS LÍNEAS DE NEGOCIO



ASEGURADOR

Contamos con una oferta de productos amplia que permite cubrir las necesidades de protección de los clientes, principalmente en el ámbito familiar.

NO VIDA. Asistencia y Decesos, Hogar, Comunidades, Empresas, Salud, Accidentes, Autos, Mascotas, Asistencia en Viaje y Defensa Jurídica.

VIDA. Riesgo y Ahorro (*Capitales diferidos, Unit Linked, PIAS, SIALP, Rentas, PPA*).



GESTIÓN DE ACTIVOS

Ponemos al servicio de los clientes instrumentos financieros para la gestión del ahorro y de sus inversiones.

- Fondos de Inversión.
- Previsión Social: Planes de Pensiones Individuales y Planes de Pensiones de Empleo.



ASISTENCIAL

Nuestra oferta se centra en la gestión integral de servicios funerarios, de asistencia y cuidados residenciales y domiciliarios a las personas mayores.



OPERACIONES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Contamos con una amplia y diversa oferta de servicios dirigidos a particulares y empresas:

- Asistencia en Viaje.
- Defensa Jurídica.
- Salud.
- Asistencia en el Hogar.
- Contact Center BPO.
- Decesos.

Además, mantenemos diferentes acuerdos con empresas que son líderes en sus respectivos negocios para ampliar y completar aún más la oferta a nuestros clientes tanto actuales como potenciales.

SANITAS	En 2025 hemos renovado este acuerdo, hasta 2035, que da a nuestros clientes la posibilidad de acceder a los servicios de una empresa líder en seguros de Salud, con el cuadro médico más completo y prestigioso del mercado. A su vez, Sanitas distribuye nuestros seguros de Decesos (prima periódica y prima única).
PELAYO	Ofrecemos a nuestros clientes el seguro de Automóviles de Pelayo y esta entidad comercializa nuestros seguros de Asistencia Senior a Prima Única y de Asistencia Familiar iPlus.
FUNDACIÓN GRUPO SOCIAL	Estamos presentes en Colombia a través de Grupo Prever gracias al acuerdo con el Grupo Fundación Social para la prestación de servicios funerarios.
GRUPO PRESIDENTE	Desde 2015 operamos en México, en el segmento de mayores, a través de Ballesol en alianza con Grupo Presidente.
ÓPTIMA MAYORES	Tenemos un acuerdo con Óptima Mayores para ayudar a los clientes a encontrar soluciones financieras de monetización de la vivienda como complemento a su pensión de jubilación.

UNA RED MULTICANAL, SIEMPRE CERCA DEL CLIENTE

En nuestra apuesta por la multicanalidad, contamos con una amplia red de canales de distribución que facilitan a los clientes el acceso a toda la gama de productos y servicios que ofrecemos, ya sea de forma presencial o a distancia.

En este sentido, el Negocio Asegurador dispone de una combinación eficiente que integra:

CANAL AGENCIAL Y AGENTES EXCLUSIVOS

Distribuimos los productos del Negocio Asegurador y de Gestión de Activos a través de más de 260 agentes con casi 500 puntos de venta, que ofrecen un servicio excelente y personalizado a sus clientes en toda España.

CORREDORES

Trabajamos con cerca de 1.300 corredurías profesionales que ofrecen nuestra amplia gama de productos aseguradores ya sean personales, patrimoniales o de prestación de servicios, así como nuestra gama de inversión y de planes de pensiones basados en un asesoramiento personalizado.

BANCASEGUROS

Los acuerdos con Unicaja Banco, Santander, EuroCaja Rural, Arquia Banca, Banca Pueyo y Caja de Ingenieros nos permiten la distribución de los productos del Negocio Asegurador utilizando la extensa y tupida red de oficinas bancarias de esas entidades por todo el territorio nacional. También contamos con acuerdos de distribución a través de distintas plataformas telefónicas con Oney y Bankinter Consumer Finance.

CANAL DIRECTO

Más de 100 agentes se encargan de prestar un servicio de calidad a través del canal digital. En 2025, cerca de 2,4 millones de usuarios han visitado nuestra web santalucia.es.

Además, en el Negocio Asegurador también contamos con diversos acuerdos de distribución, que contribuyen a aumentar la capilaridad:

FIDELIDADE	Desde 2016 mantenemos una alianza con Fidelidade, aseguradora líder en Portugal que cuenta con la mayor red comercial del país, para desarrollar conjuntamente el seguro de Decesos en este mercado.
UNICAJA BANCO	Acuerdo de Bancaseguros para la comercialización en exclusiva de seguros de Vida Riesgo, Vida Ahorro, Accidentes, Decesos y Planes de Pensiones.
SANTANDER GENERALES	Existe un acuerdo de reaseguro con Banco Santander, a través de Santander Generales, para la cobertura del seguro de Decesos a prima única que comercializa dicha entidad financiera a través de su red de oficinas.
EUROCAJA RURAL	Mantenemos con esta entidad un acuerdo para la distribución de seguros de Santalucía en toda su red comercial.
CAJA DE INGENIEROS	Desde 2022 contamos con un acuerdo de distribución en Bancaseguros para el seguro de Decesos a prima única y prima periódica y, desde 2025, el seguro de Hogar.
ARQUIA BANCA	En 2021 se alcanzó un acuerdo con Arquia Banca para la distribución de seguros de Decesos de prima única y prima periódica a través de su red de oficinas. Desde 2025, también distribuye el seguro de Hogar.

**BANCA
PUEYO**

Acuerdo para la distribución de nuestro seguro de Decesos a prima única en toda su red comercial.

AEGON

Acuerdo de 2023 para comercializar el seguro de Decesos "Asistencia Familiar" a través de su red de agentes.

**MURIMAR
SEGUROS**

Acuerdo de 2023 para la distribución del seguro de Decesos a prima periódica.



PROPORCIONAMOS UN ASESORAMIENTO PERSONALIZADO A TRAVÉS DE UNA AMPLIA RED MULTICANAL QUE NOS AYUDA A ESTAR CERCA DEL CLIENTE.

2.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

EL GOBIERNO CORPORATIVO DE **GRUPO SANTALUCÍA** RESIDE EN EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE SANTALUCÍA S.A., SOCIEDAD MATRIZ. A ESTE CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN REPORTA EL CONSEJERO DIRECTOR GENERAL.

Fiel a nuestro compromiso en la adopción de las mejores prácticas de gobierno corporativo, el Grupo aprobó en su Junta General de Accionistas de 2025 una serie de cambios en la estructura organizativa de la compañía. Estos cambios corresponden, por un lado, al natural proceso de sucesión y, por otro, a la necesidad de adaptar nuestra estructura a los objetivos y prioridades que nos hemos marcado en este nuevo ciclo estratégico.

Las sociedades que integran el Grupo cuentan con órganos de gobierno independientes, cuya estructura varía según la actividad que realicen y según la regulación sectorial que les sea de aplicación.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

PRESIDENTE. José Luis Díaz López

CONSEJERA DELEGADA. María Natalia Álvarez Calvo

CONSEJERO SECRETARIO DEL CONSEJO. Alberto Álvarez Fernández

CONSEJERO DIRECTOR GENERAL. Andrés Romero Peña

CONSEJERO INDEPENDIENTE. Luis Rivera Novo
(Presidente de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones)

CONSEJERO INDEPENDIENTE. Luis Alberto Mañas Antón
(Presidente de la Comisión de Auditoría, Riesgos y Sostenibilidad)

CONSEJERA INDEPENDIENTE. María del Carmen Gil Marín

CONSEJERA INDEPENDIENTE. Mónica Helena Espinosa Caldas

LETRADO ASESOR DEL CONSEJO. Alejandro Pérez-Lafuente Suárez

COMITÉ EJECUTIVO

El Consejero Director General es el responsable de la dirección y gestión del Grupo apoyado por los restantes miembros del Comité Ejecutivo.

CONSEJERO DIRECTOR GENERAL. Andrés Romero Peña

DIRECTOR GENERAL FINANCIERO. José Manuel Jiménez Mena

DIRECTOR GENERAL DE NEGOCIO. Dominique Jean Marie Uzel

DIRECTOR GENERAL DE NEGOCIO DE VIDA Y PENSIONES.

Rodrigo Fernández-Avello García-Tuñón

DIRECTOR GENERAL DE SUPERVISIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS.

Fernando Pablo Moreno Gamazo

DIRECTORA GENERAL DE PERSONAS, ORGANIZACIÓN

Y COMUNICACIÓN. María Berta Durán Pérez

DIRECTOR GENERAL DE TECNOLOGÍA Y OPERACIONES.

Sergio Bernabé Villalobos

DIRECTOR GENERAL DE TRANSFORMACIÓN, INNOVACIÓN Y GOBIERNO DEL DATO.

Carlos Miguel Fernández Ibáñez

En abril de 2026 se ha incorporado al Comité Ejecutivo Alfonso Martínez Martínez como DIRECTOR GENERAL DE DESARROLLO CORPORATIVO Y ESTRATEGIA.

2.3 PRINCIPALES MAGNITUDES E HITOS

LAS PRINCIPALES MAGNITUDES CUANTITATIVAS DE **GRUPO SANTALUCÍA** EN 2025 SON LAS SIGUIENTES:

RESULTADOS (EN M€)	Diciembre 2025	Variación 25/24
Ingresos Consolidados	3.885,4	13,5%
Primas imputadas consolidadas	2.621,4	19,7%
• Primas imputadas No Vida	1.563,6	6,1%
• Primas imputadas Vida	1.057,8	47,6%
Ingresos Financieros ¹	916,0	-0,7%
Ingresos Participaciones	348,0	12,3%
Resultado Neto Atribuido	286,4	54,2%
RATIOS NEGOCIO ASEGURADOR	Diciembre 2025	Diciembre 24
Ratio combinado No Vida	94,8%	96,4%
Ratio siniestralidad No Vida	59,3%	61,0%
Ratio gastos No Vida	35,5%	35,4%
BALANCE (M€)	Diciembre 2025	Variación 25/24
Activos Gestionados en Balance ²	12.814,6	6,6%
Provisiones Técnicas Vida	6.012,7	-2,6%
Provisiones de Decesos	3.441,8	6,7%
FONDOS PROPIOS (M€)	Diciembre 2025	Variación 25/24
Fondos Propios	2.259,5	11,0%

(1) Incluye los ingresos asociados a Unit Linked y Pensiones.

(2) Los activos gestionados incluyen las inversiones financieras y las inversiones inmobiliarias.

A continuación se detallan los **principales avances** de las empresas del Grupo en 2025:

**FORTALEZA
FINANCIERA
Y RIGOR
TÉCNICO**



- FITCH mejora la calificación de Fortaleza Financiera de **Santalucía** otorgándole un “A+” y la de Calificación Crediticia a largo plazo como “A”, ambas con perspectiva estable.
- A.M. Best confirma la calificación de Fortaleza Financiera de **Santalucía** como “A” (Excelente) y la nota de emisor a largo plazo como ‘a’ (Excelente). En ambos casos, la perspectiva es estable.
- **Santalucía, Iris Global Soluciones de Protección Seguros y Reaseguros, Pelayo Vida y Unicorp Vida** renuevan la ISO 31000 Gestión de Riesgos de AENOR.
- **Iris Global Soluciones y Santalucía Servicios Compartidos** obtienen la certificación ISO 31000 Gestión de Riesgos de AENOR.

**AL SERVICIO
DE LA
SOCIEDAD**



- Para contribuir al bienestar de colectivos vulnerables, renueva sus alianzas estratégicas con entidades sociales: Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), Fundación Aladina, Cruz Roja, Grandes Amigos, Fundación Pasqual Maragall y SECOT.
- Patrocina la segunda edición del Desafío Santalucía Seniors para inspirar sobre el significado de una longevidad positiva.
- El Desafío Santalucía Seniors recibe el Premio INESE de Comunicación y Marketing a la mejor campaña de RSC.



- Fiel a su compromiso con la educación financiera:
- Lleva a cabo el concurso de educación financiera “Y a mí qué el dinero: THE GAME”, con más de 100 colegios participantes.
 - Lanza la campaña de concienciación “La asignatura pendiente”.
 - Emite nuevos informes sobre “Productividad y demografía”, “Evolución de la seguridad social en 2024” y “30 años del pacto de Toledo”.

AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD



- Demuestra su compromiso con el bienestar animal apoyando iniciativas como "Héroes de 4 patas", "Dejando Huella" y "Animal Rescue".



- Firma un convenio marco de colaboración con ILUNION para impulsar acciones conjuntas de inclusión, accesibilidad y sostenibilidad.

FOCO EN EL CLIENTE



- Implanta un nuevo core asegurador para mejorar su propuesta de valor y su capacidad de respuesta en un entorno en constante cambio.
- Activa un dispositivo especial para atender con la máxima agilidad y cercanía a sus clientes, ante la oleada de incendios forestales del mes de agosto.
- Lanza tres nuevos productos de Decesos, más flexibles y personalizados, para particulares y colectivos, un producto de Vida Ahorro garantizado, con vocación de aportaciones periódicas, y dos nuevos Seguros de Ahorro estructurados con rentabilidades ligadas al Eurostoxx 50 y al Solactive BQIS ESG Global Leaders RC 6%.
- Remodela su propuesta de valor de Vida Riesgo para el Canal Corredores y el Canal de Agentes Exclusivos.
- Fortalece la red específica de Ahorro con nuevas incorporaciones de Gestores de Ahorro y Ejecutivos Comerciales especialistas en Vida.
- Obtiene la certificación de AENOR de su modelo de gestión de clientes, por su alta exigencia y calidad.
- Ocupa la segunda posición en el Barómetro Adecoase en Vida Ahorro/Pensiones (Individual y Colectivo) y la tercera en Vida Riesgo Individual.
- La campaña "Una Vida Contigo" conquista el oro en los premios Eficacia 2025.



- Obtiene la certificación AENOR "Compromiso con las Familias" y se consolida como la entidad funeraria con más centros evaluados en España.
- Obtiene el certificado de accesibilidad digital DInclusive Web, otorgado por MTP.
- Desarrolla una nueva web con navegación sencilla y accesible y nuevas funcionalidades.

FOCO EN EL CLIENTE



- Lanza el seguro de Pérdidas Pecuniarias para grandes conciertos y eventos, asegurando el Icónica Santalucía Sevilla Fest, e incorpora la garantía opcional para Mascotas en el seguro de Asistencia en Viaje.
- Recibe el premio *IAG Collaboration Award 2025*, otorgado por International Assistance Group, en la categoría “Repatriación de familiares fallecidos asegurados” por su compromiso con la excelencia, la empatía y la profesionalidad.
- Ocupa la primera posición en el Barómetro de ADECOSE en Asistencia en Viaje y la tercera en Defensa Jurídica, por su compromiso con la excelencia en el servicio y la atención al cliente.



- Estrena web para estar más cerca de todos los clientes e inversores.
- Lanza un nuevo fondo de inversión de renta fija a corto plazo, Santalucía Pagarés, que busca batir la inflación con un riesgo contenido.
- Los fondos Santalucía Ibérico Acciones, Santalucía Renta Fija, Santalucía Selección Equilibrado y Santalucía Quality Acciones entran en el reconocido Rating de FundsPeople 2025 por su consistencia, interés y flujos de entrada.

COMPROMISO CON LOS EQUIPOS Y LAS PERSONAS



- **Grupo Santalucía** recibe el Premio Especial al Talento Femenino 2025 de RRHH Digital, reconociendo su compromiso con la igualdad, la visibilidad y el liderazgo femenino.
- Renueva la certificación ISO 45001 de Seguridad y Salud en el Trabajo y el certificado de Empresa Saludable bajo criterios de la Organización Mundial de la Salud.
- Es reconocido *Top Wellbeing Company 2025* por su programa de bienestar y salud.

COMPROMISO
CON LOS
EQUIPOS
Y LAS
PERSONAS



- Renueva sus sellos *Top Employer* y EFR.
- Se posiciona como la 4ª aseguradora preferida para trabajar según Merco Talento.
- Es la primera empresa española en ser reconocida con el Premio Bronce de la Red Europea para la Promoción de la Salud en el Trabajo (ENWHP).
- Recibe el certificado *Top Diversity Company 2025*, por su compromiso con la diversidad y la inclusión.
- Obtiene el reconocimiento AENOR en Compliance Socio-laboral.
- Espacio Futuro recibe el premio a Mejor Proyecto de Innovación en Bienestar en los premios MEES (Mi Empresa Es Saludable).
- Negocio Vida y Pensiones ha sido reconocida con la certificación EFR de la Fundación Másfamilia.
- Lanza el Club CONTIGO SOMOS+ dirigido a corredores.



- Renueva el sello EFR.



- Reafirma su compromiso con la excelencia y las personas, renovando certificaciones clave como *Top Employer* y EFR.
- Recibe el premio a la Conciliación 2025 otorgado por la Fundación Vivofácil.



- Colabora con iLERNA para impulsar la formación práctica en el sector funerario.

SOSTENIBILIDAD

santalucía

- **Grupo Santalucía** renueva la certificación de Estrategia de Objetivos de Desarrollo Sostenible otorgada por AENOR.

santalucía
SEGUROS

- Asciende ocho puestos en el ranking MERCOS Responsabilidad ESG 2025.
- Recibe la certificación ISO 37301 de AENOR en cumplimiento normativo y culmina un riguroso proceso interno de auditoría que la convierte en referente en gobernanza responsable.

Albia

- Lanza la segunda edición de los Premios de Sostenibilidad de la Industria Funeraria en España.

BALLESOL

- Renueva la certificación ISO 9001 de Calidad.

IRISGLOBAL

- Renueva la certificación ISO 9001 de Calidad y la certificación ISO 14001 de Medio Ambiente.

ACUERDOS Y
OPERACIONES
DEL GRUPO
SANTALUCÍA



- Amplía su alianza con Sanitas hasta 2035.
- Integra el Área de Inversiones de **Santalucía** en **Santalucía Asset Management**.
- Crea la Dirección General de Transformación, Innovación y Gobierno del dato.



- Inicia su actividad en Italia como parte de su estrategia de expansión internacional. También se une a *International Assistance Group* como Core Partner en España, fortaleciendo su liderazgo en asistencia en viaje.



- Amplía el centro Ballesol Valladolid y prepara la próxima apertura de Ballesol Coyoacán en la Ciudad de México.



- Abre el tanatorio-crematorio de Donostia-San Sebastián.
- Finaliza la adquisición de Procenesa, empresa especializada en la gestión de cementerios en varios municipios de la Comunidad de Madrid.
- Crea y lanza ARTEMIS, nueva línea de despedida para mascotas en colaboración con Áltima.

2.4 EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

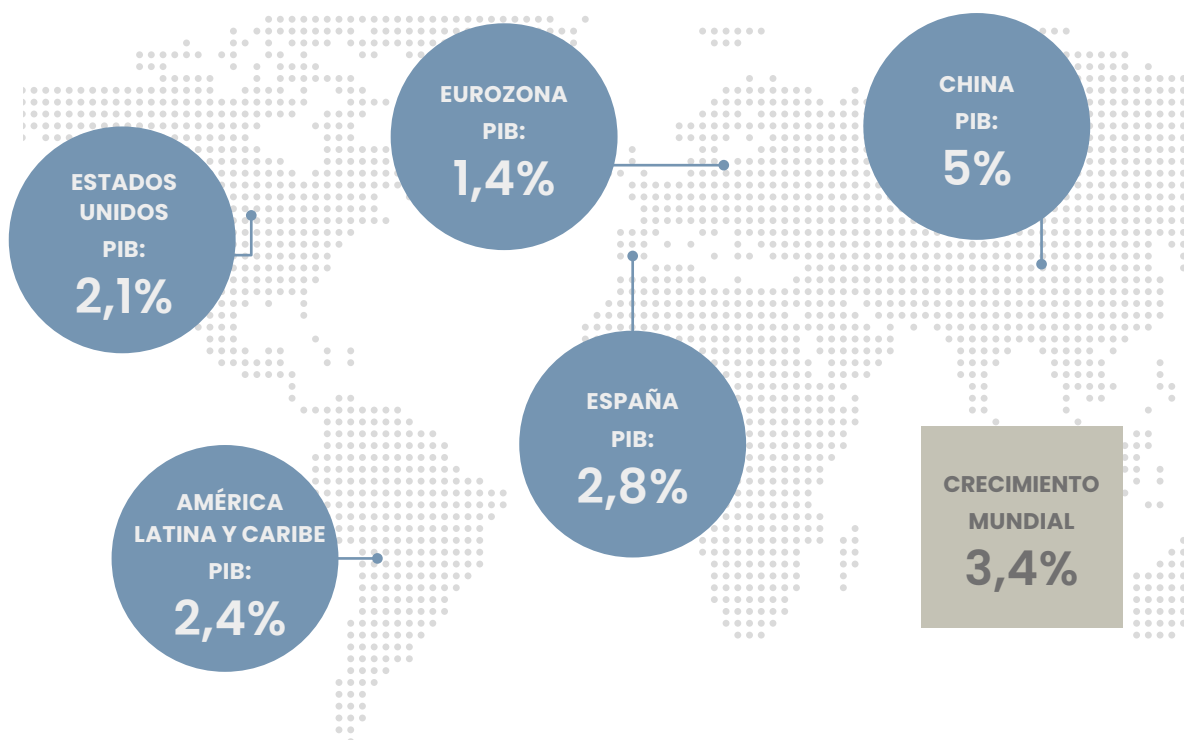
EN 2025, LA GEOPOLÍTICA VOLVIÓ A SER PROTAGONISTA DEL ENTORNO MACROECONÓMICO, CON TENSIONES COMERCIALES, CONFLICTOS ENERGÉTICOS Y RETOS FISCALES QUE CONDICIONARON LA ACTIVIDAD.

2.4.1. CONTEXTO ECONÓMICO Y SECTORIAL

A nivel global, el Fondo Monetario Internacional sitúa el crecimiento de la economía mundial en torno al 3,4% en 2025, una cifra similar al año anterior, aunque con riesgo de disminuir en los próximos años debido a incertidumbres comerciales y tensiones geopolíticas.

CUADRO MACROECONÓMICO GLOBAL 2025

Fuente: FMI abril 2026



En la zona euro, el crecimiento fue más moderado durante 2025 situándose en el 1,4%, aunque por encima del 0,9% alcanzado en 2024, respaldado, entre otros factores, por el crecimiento de la renta real disponible y el estímulo fiscal relacionado con el gasto en defensa e infraestructuras.

España vuelve a liderar el crecimiento de la zona euro y cierra 2025 con un aumento del PIB del 2,8%, según datos publicados por el INE, el doble que la zona euro, gracias al empuje del consumo y de la inversión, las dos variables sobre las que se apoya en los últimos periodos la mejora de la actividad. Sin embargo, esa cifra se ha mantenido por debajo de la alcanzada en 2024, año en el que se llegó al 3,5%. Para 2026 se estima un crecimiento en torno al 2,3%, según el Banco de España. Algo menor que el de 2025, pero todavía sólido, por encima del 2%. No obstante, la guerra en Irán ha generado incertidumbre sobre todas las proyecciones.

CONTEXTO SECTORIAL

Según los datos publicados por ICEA, en 2025 el volumen de primas emitidas de seguro directo de las entidades aseguradoras en España se situó en 85.903 millones de euros, lo que supone un aumento del 13,8% respecto a 2024.

El negocio de Vida registró un crecimiento muy significativo del 23,2% alcanzando un volumen de primas de 35.926 millones de euros. No Vida alcanzó los 49.977 millones de euros, lo que supone un aumento del 7,8%.

El seguro de Decesos experimentó un crecimiento en volumen de primas del 4,3%.

El ahorro gestionado en Seguros de Vida, medido a través del volumen de provisiones técnicas, experimentó un crecimiento del 5,3% hasta situarse en los 221.649 millones de euros.



ESPAÑA VUELVE A LIDERAR EL CRECIMIENTO DE LA ZONA EURO Y CIERRA 2025 CON UN AUMENTO DEL PIB DEL 2,8%, SEGÚN DATOS PUBLICADOS POR EL INE, EL DOBLE QUE LA ZONA EURO.

2.4.2. NUESTROS NEGOCIOS EN ESPAÑA Y PRESENCIA INTERNACIONAL

En 2025 los ingresos consolidados de **Grupo Santalucía** ascendieron a 3.885,4 millones de euros frente a los 3.422,3 millones del ejercicio anterior.

Las primas imputadas del Negocio Asegurador representan el 67,5% del total de ingresos consolidados. Los ingresos financieros suponen el 23,5%, mientras que el 9,0% restante procede de los ingresos generados por las participaciones en empresas del Grupo.

El beneficio después de impuestos en 2025 se sitúa en 337,1 millones de euros, frente a los 233,4 millones del ejercicio anterior.

Nuestro Grupo, formado por un conjunto de empresas que operan en distintos sectores (asegurador, asistencial, gestión de activos y operaciones y prestación de servicios) se sitúa entre los principales operadores del mercado asegurador y asistencial en España y fundamenta su crecimiento en una decidida estrategia de desarrollo corporativo del negocio.

En el ámbito internacional, nuestro modelo de expansión se apoya en la creación de acuerdos y alianzas estratégicas que permitan trasladar a otros países nuestra propuesta de valor, especialmente en aquellas actividades en las que contamos con capacidades diferenciales y podemos generar un valor añadido significativo:



Con estas alianzas/acuerdos el Grupo actualmente tiene presencia en:



PORTUGAL

En alianza con Fidelidade se distribuyen seguros de Decesos y se prestan servicios funerarios a través de la sociedad Pax Julia.

MÉXICO

Se ofrecen servicios residenciales para la tercera edad en alianza con el Grupo Presidente, así como servicios funerarios y de cremación a través de Aeternitas Memorial. También se comercializan planes de previsión.

COLOMBIA

Se prestan servicios funerarios a través del Grupo Prever gracias al acuerdo con el Grupo Fundación Social. También se gestionan cementerios y se comercializan planes de previsión.

ITALIA

Iris Global Soluciones de Protección distribuye seguros de Asistencia en Viaje a través del mediador digital Heymondo, usando un modelo de libre prestación de servicios.

CHILE

Se comercializan seguros de Decesos a través de Bice Vida.

2.4.3. EL NEGOCIO ASEGURADOR

Se centra en la creación y distribución de seguros que ofrezcan soluciones de protección, prevención y previsión frente a los riesgos, principalmente en el ámbito familiar.

SANTALUCÍA SEGUROS	Compañía aseguradora origen y matriz del Grupo, con más de 100 años de experiencia en la cobertura de riesgos del ámbito familiar. Actualmente es líder nacional del Sector Asegurador en los ramos de Decesos y Asistencia.
UNICORP VIDA	Aseguradora que gestiona seguros de Vida y de Accidente y Planes de Pensiones a través del canal de distribución Bancaseguros.
PELAYO VIDA	Aseguradora especializada en seguros de Vida.
IRIS GLOBAL SOLUCIONES DE PROTECCIÓN SEGUROS Y REASEGUROS	Aseguradora especializada en seguros de Asistencia en Viaje, Defensa Jurídica y Pérdidas Pecuniarias.

PRINCIPALES MAGNITUDES

Las primas imputadas consolidadas a 31 de diciembre de 2025 alcanzaron los 2.621,4 millones de euros, lo que supone un incremento del 19,7% respecto a 2024.

Las primas imputadas del negocio de No Vida se situaron en 2025 en 1.563,6 millones de euros, lo que representa el 59,6% del total. En Vida, el volumen de primas imputadas a 31 de diciembre de 2025 es de 1.057,8 millones de euros y representan el 40,4% del total.

El Negocio Asegurador contribuye en un 91,0% al resultado consolidado del Grupo. A cierre del ejercicio 2025 esta actividad registra un resultado de 306,8 millones de euros respecto a los 214,8 millones en 2024.

EN EL EJERCICIO 2025 NUESTRO GRUPO SE HA MANTENIDO ENTRE LOS 10 PRINCIPALES GRUPOS ASEGURADORES NACIONALES

1º

**DECESOS
Y ASISTENCIA**

6º

**RANKING
VIDA (PRIMAS)**

7º

**RANKING
HOGAR**

9º

**RANKING
VIDA
(PROVISIONES)**

9º

**GRUPO
ASEGURADOR
ESPAÑOL**

NEGOCIO VIDA Y PENSIONES

Las primas imputadas de Vida aumentan un 47,6% respecto a 2024. Las primas devengadas agregadas de Vida Ahorro representan un 78,1% de las primas devengadas agregadas de Vida totales del Grupo, mientras que las de Vida Riesgo representa el 21,9% restante.

A cierre de 2025 las provisiones técnicas de Vida del Grupo alcanzaron un volumen de 6.012,7 millones de euros, lo que supone una reducción del 2,6% con respecto al ejercicio anterior.

NEGOCIO NO VIDA

Las primas imputadas del negocio No Vida ascendieron en 2025 a 1.563,6 millones de euros. Lo que marca un crecimiento del 6,1% respecto a 2024.

Las primas devengadas de Seguro Directo de Asistencia Familiar (Decesos, Asistencia y Accidentes) representan un 70,3% de las primas del Seguro Directo de No Vida del Grupo. El 24,8% de las primas No Vida corresponden a Multirriesgos (Hogar, Comunidades y Empresas) y el 4,9% al resto de ramos de No Vida (Salud, Accidentes y otros ramos).

El Ratio Combinado se ha situado en el 94,8% frente al 96,4% del año anterior.

Estas son algunas de las principales cifras del negocio No Vida del Grupo durante el ejercicio 2025:

IMPORTE PRESTACIONES PAGADAS	
651,0 Millones de Euros	+5,5%
SINIESTROS DECESOS Y ASISTENCIA	
100.783	-0,4%
SINIESTROS HOGAR	
850.221	+1,2%

Santalucía ha continuado siendo líder en Decesos y Asistencia.

En el ejercicio 2025 atendió 100.783 siniestros de Decesos y Asistencia, cifra ligeramente inferior a la del año anterior.

Respecto al Seguro Multirriesgo de Hogar, **Santalucía** ocupa la séptima posición del ranking con más de un millón de hogares asegurados.

Durante 2025 atendió 850.221 siniestros de Hogar, lo que supone un aumento del 1,2%.



UN AÑO MÁS, **GRUPO SANTALUCÍA** SE SITÚA ENTRE LOS DIEZ PRINCIPALES GRUPOS ASEGURADORES ESPAÑOLES SIENDO LÍDER EN DECESOS Y ASISTENCIA.

2.4.4. NEGOCIO ASISTENCIAL

El Grupo integra empresas dedicadas a la gestión integral de servicios funerarios y a la prestación de servicios y cuidados a personas mayores, tanto en centros residenciales como mediante atención domiciliaria.

BALLESOL	Líder en prestación de servicios residenciales y asistenciales a mayores con un modelo de atención integral y personalizada.
ALBIA	Grupo de referencia a nivel nacional en la gestión integral de servicios funerarios.

BALLESOL

Con más de 40 años de experiencia en el mercado asistencial, es líder en la prestación de servicios residenciales y asistenciales a personas mayores. Dispone de un modelo de atención integral y personalizado que ofrece servicios de alta calidad adaptados a las necesidades de cada persona en cualquier momento y situación.

También está presente en México, donde ofrece servicios residenciales para la tercera edad en alianza con el Grupo Presidente.

PRINCIPALES MAGNITUDES

220 M€
INGRESOS

35 M€
EBITDA

4.078
EMPLEADOS

6.804
RESIDENTES

55
CENTROS
RESIDENCIALES
*53 en España y
2 en México*

En 2025, **Ballesol** ha continuado el proceso de expansión de su red de centros con la ampliación de Ballesol La Victoria, en pleno casco urbano de Valladolid. Este complejo residencial tiene una superficie total de 3.450 m² y dispone de 164 plazas residenciales especializadas tanto en personas independientes como dependientes.

Adicionalmente, ha seguido avanzando en los trabajos para la apertura de nuevos centros en España y en México.

La satisfacción de residentes y familiares es una prioridad para **Ballesol**, por eso realiza encuestas de forma regular, tanto telefónicas como presenciales que, un año más, vuelven a arrojar un elevado grado de satisfacción global, situándose en el 8,52 sobre 10. El índice de recomendación, medido por el NPS (*Net Promote Score*) se ha situado en el 45%.

Ballesol cuenta con la certificación ISO 9001:2015 de Sistema de Gestión de Calidad.

Además, a lo largo de 2025, ha recibido varios reconocimientos:

- Premio a la Innovación en Salud y Cuidado Personalizado en el III Congreso Internacional de Economía Plateada por su contribución a mejorar la calidad y eficiencia de la atención sociosanitaria.
- Premio Sociedad Madrileña de Geriátría y Gerontología 2025 por el Mejor Caso Clínico de Coordinación Sociosanitaria. Este reconocimiento destaca un modelo de trabajo que impulsa la continuidad asistencial y la comunicación fluida entre los equipos sanitarios, siempre con un objetivo: ofrecer a las personas mayores la mejor atención posible.
- Tercer premio del concurso "Cultivando el Huerto 2025", organizado por la Comunidad de Madrid, que pone en valor proyectos educativos, sostenibles y comunitarios que fomentan la participación y el cuidado del entorno.
- Premio SENDA al Profesional del Año a Ignacio Vivas, presidente de **Ballesol**, por una trayectoria marcada por la innovación, el compromiso y el liderazgo en el desarrollo de un modelo de atención centrado en la persona dentro del sector de los cuidados de larga duración.

GRUPO ALBIA

Grupo empresarial de referencia en el mercado funerario español dedicado a la organización, gestión y realización integral y personalizada de servicios funerarios. En 2025 ha atendido 83.436 servicios, garantizando tanto una operativa excelente como un buen acompañamiento emocional.

Desde 2019, cuenta con las certificaciones ISO 9001:2015 de Sistema de Gestión de Calidad y UNE-EN 1507:2006 de servicios funerarios, que garantizan los criterios más exigentes de calidad y alto desempeño en todas sus instalaciones y procesos.

Grupo Albia se caracteriza por unos elevados estándares de calidad en la atención, que se refleja en el índice de recomendación medido por el NPS. En 2025 se acerca al 84%, cifra superior a la media del sector funerario en España (78,8%).

En línea con su interés por preservar y mejorar la calidad, en 2025 ha lanzado iniciativas de Atención Emocional para las familias como terapia asistida con animales o defunciones por circunstancias tan especiales como el suicidio, entre otras. Además, ha lanzado una nueva web, con navegación más sencilla y accesible y nuevas funcionalidades.

PRINCIPALES MAGNITUDES

290 M€
INGRESOS
CONSOLIDADOS

28,1 M€
EBITDA

1.392
EMPLEADOS

83.436
SERVICIOS ANUALES
ATENDIDOS

83,8%
NPS



LA VOCACIÓN DE SERVICIO DEL GRUPO SE PONE DE NUEVO DE RELIEVE EN LOS DATOS DE NPS DE LAS COMPAÑÍAS DEL NEGOCIO ASISTENCIAL.

2.4.5. NEGOCIO DE OPERACIONES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Negocio enfocado en ofrecer diversos servicios al cliente, como Contact Center, tramitación de siniestros, gestión contable y fiscal, administración del personal, así como asesoría jurídica y actuarial.

IRIS GLOBAL SOLUCIONES

Presta servicios de asistencia en viaje, jurídicos y de salud y bienestar, tramita siniestros de seguros de Decesos y Patrimoniales y ofrece una gestión integral de servicios de Hogar y Decesos tanto a **Grupo Santalucía** como al mercado.

SERVICIOS GENERALES SANTALUCÍA

Presta servicios de gestión contable, gestión fiscal, de nóminas y de administración de personal, control financiero y reporting, así como gestión de relaciones mercantiles a las empresas del Grupo.

SANTALUCÍA DESARROLLO INTERNACIONAL

Plataforma del Grupo a través de la que se canaliza e impulsa la estrategia internacional.

SANTALUCÍA SERVICIOS COMPARTIDOS

Ofrece a sus socios servicios de soporte financiero, de inversiones, actuarial, de asesoría jurídica, de gestión de riesgos, tramitación de siniestros, tecnología y gestión de recursos humanos, así como diseño y conceptualización de productos.

SIS. SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN SANTALUCÍA

Agrupar el negocio telefónico de distribución del Grupo para garantizar un asesoramiento cercano a sus clientes y potenciales clientes, de persona a persona.

IRIS GLOBAL

Dentro del Negocio de Operaciones y Prestación de Servicios, se encuentra **Iris Global Soluciones**. No solo es la compañía de asistencia de **Grupo Santalucía**, sino que se está convirtiendo en un referente en el mercado gracias a su infraestructura, su saber hacer y a la mejora continua de su propuesta de valor que le permiten ofrecer una gestión diferencial basada en el conocimiento del cliente.

En 2025, **Iris Global** ha reafirmado su compromiso con la excelencia y la gestión centrada en las personas mediante la renovación de certificaciones clave que avalan su calidad y responsabilidad corporativa. La compañía ha renovado la ISO 9001 (calidad), la ISO 14001 (gestión ambiental), la ISO 31000 (gestión de riesgos para Iris Global Soluciones de Protección) así como los reconocimientos *Top Employer* y EFR. Además, este año ha obtenido la certificación ISO 31000 para la empresa de servicios, lo que refuerza su enfoque en la gestión de riesgos, consolidando su liderazgo en buenas prácticas empresariales.

Por su parte, la aseguradora **Iris Global Soluciones de Protección** ha recibido varios reconocimientos a lo largo de 2025. El seguro de Asistencia en Viaje obtuvo el primer puesto de su categoría en el Barómetro ADECOSE, mientras que el seguro de Defensa Jurídica ocupó la tercera posición. Además, la campaña de comunicación creada con motivo del lanzamiento de la cobertura opcional para mascotas del seguro de Asistencia en Viaje fue finalista en los Premios de Marketing y Comunicación en el Sector Asegurador 2025 de INESE.

PRINCIPALES MAGNITUDES

168,4_{M€}

INGRESOS

59,7%

NPS SINIESTROS HOGAR

1.106.595

SINIESTROS PATRIMONIALES
ATENDIDOS (APERTURADOS)

1.661

EMPLEADOS

75,0%

NPS SINIESTROS DECESOS

10.844.132

INTERACCIONES CON
CLIENTES

2.4.6. NEGOCIO DE GESTIÓN DE ACTIVOS

Santalucía Asset Management es la gestora de activos de **Grupo Santalucía**, responsable de la gestión del patrimonio del Grupo y de soluciones de inversión para clientes institucionales y particulares. Su actividad abarca fondos de inversión, gestión de inversiones de planes de pensiones y mandatos, incluyendo la gestión del balance de la aseguradora tras la reciente integración de la Dirección de Inversiones de **Santalucía** en la gestora. Con una propuesta basada en la visión de largo plazo, excelencia en la gestión de inversiones y un escrupuloso gobierno corporativo, **Santalucía Asset Management** consolida una posición de mayor escala y vocación institucional, orientada a la generación de valor sostenido y a la alineación con los objetivos financieros de largo plazo de sus clientes, tanto internos como externos.

A 31 de diciembre de 2025 gestionaba más de 12.400 millones de euros en activos a través de distintos vehículos de inversión, incluidos casi 3.700 millones en planes de pensiones y más de 7.300 millones correspondientes a mandatos de gestión de compañías de seguros.

En el ámbito de reconocimientos, destaca la incorporación al Rating FundsPeople 2025 de cuatro de sus fondos de inversión por su consistencia, interés y flujos de entrada: Santalucía Ibérico Acciones FI, Santalucía Renta Fija FI, Santalucía Selección Equilibrado FI y Santalucía Quality Acciones FI.

2.4.7. PERSPECTIVAS DE FUTURO

El presente ejercicio incorpora importantes dosis de incertidumbre como consecuencia de la situación internacional cuyos impactos aún son inciertos. Las consecuencias del ataque de EE.UU. e Israel a Irán, así como las dudas sobre la duración del conflicto, amenazan con impactar severamente en el crecimiento y la inflación, así como en los tipos de interés.

En su “Informe de Perspectivas de la Economía Mundial” de abril de 2026, el FMI ha revisado a la baja sus previsiones de crecimiento. Según su pronóstico de referencia (que parte del supuesto de que la duración, la intensidad y el alcance de la guerra sean limitados), el PIB mundial crecería un 3,1% en 2026, lo que supone una revisión a la baja de 0,2 puntos porcentuales, y la inflación aumentaría hasta el 4,4%. Esas cifras se sitúan en el 2,5% y el 5,4%, respectivamente, en un escenario desfavorable, y en el 2% y el 6%, en un escenario más grave.

En el caso de la zona euro, que es una de las regiones con mayor debilidad en su actividad económica, se espera un descenso del crecimiento, desde el 1,4% en 2025 hasta el 1,1% en 2026, según el pronóstico de referencia del FMI. El débil dinamismo, la escasa confianza de los consumidores y la volatilidad en los precios de la energía son algunas de las causas de este comportamiento.

En nuestro país, según el Banco de España, las proyecciones sitúan el crecimiento del PIB en el 2,3% en 2026 y en el 1,7% en 2027. Este patrón de desaceleración responde, entre otros factores, a la normalización del

consumo tras varios trimestres de fuerte dinamismo, al menor empuje de la inversión conforme se diluye el efecto del programa europeo Next Generation EU, al comportamiento más moderado de la economía global y al impacto en los precios de la energía derivado de la guerra en Oriente Medio.

SOLIDEZ Y RETOS DEL SECTOR ASEGURADOR

El Sector Asegurador ha demostrado una notable solidez y capacidad de resiliencia, lo que resulta especialmente relevante en el actual escenario macroeconómico caracterizado por incertidumbre y riesgos crecientes. Esta fortaleza posiciona al sector como un actor fundamental para afrontar los desafíos del entorno económico a corto plazo, donde los riesgos tienden al alza y existe una especial sensibilidad respecto a la evolución de los tipos de interés, especialmente en lo referente al negocio de Vida.

Más allá de los factores estrictamente económicos, el Sector Asegurador debe considerar una serie de cuestiones adicionales que tienen un impacto directo en su operativa y en su capacidad de adaptación. Entre ellas destaca el aumento tanto en la frecuencia como en la intensidad de los eventos climáticos extremos, que obliga a las compañías a redoblar sus esfuerzos en gestión de riesgos y previsión. Asimismo, el marco regulatorio se muestra cada vez más exigente, lo que requiere una constante actualización y adecuación de los procesos internos para cumplir con las nuevas normativas.

Por otro lado, persiste una brecha de aseguramiento en ámbitos clave, como el ahorro, la dependencia y la exposición a riesgos climáticos. Esta situación supone un reto para el sector, que debe trabajar en el diseño de productos y soluciones inclusivas que permitan cubrir dichas necesidades y así contribuir a la protección y bienestar financiero del conjunto de la sociedad.

El informe Sigma del “*Swiss Re Institute*” estima que el crecimiento de las primas de seguros a nivel mundial (no vida + vida) se ralentice hasta una media del 2,3% en términos reales en 2026 y 2027. En el caso del Sector Asegurador español, según el informe “*Perspectivas de cierre del Sector Asegurador 2025*” publicado por INESE, en 2026 experimentaríamos un crecimiento algo más lento en los ingresos totales por primas con respecto a 2025 estimado en un 3,9%, siendo especialmente sustentado por el ramo de No Vida, que tendría un crecimiento estimado del 5,6% en primas, mientras que el negocio de Vida se mantendría prácticamente estable, con una estimación del porcentaje de crecimiento del -0,1%.

Nuestro Grupo, por su parte, continuará en 2026 con su actual hoja de ruta, el Plan Estratégico CONTIGO2028, que contribuye a nuestro propósito de estar cerca de las personas para cuidarlas a lo largo de toda su vida. Somos conscientes de que desarrollamos nuestra actividad en un entorno en constante cambio, más digital y con clientes más exigentes que hace necesario redoblar los esfuerzos en transformación, innovación y captación y retención de talento, para perdurar en el tiempo. En este contexto, miramos hacia el futuro con el firme compromiso de continuar ofreciendo bienestar, protección, soluciones de ahorro y apoyo a las familias, sin olvidarnos del papel que desempeña la sostenibilidad para la supervivencia a largo plazo.

3

PLAN
ESTRATÉGICO
CONTIGO2028

Nuestra hoja de ruta para el periodo 2025-2028, el Plan Estratégico CONTIGO2028, finaliza su primer año con avances en los tres ejes en los que se articula: +Diversificados, +Competitivos y +Digitales. A través de ellos, y de las palancas en las que se apoyan, evolucionamos para responder a un entorno cambiante, generar valor sostenible y consolidar una posición sólida en los mercados en los que operamos.

3.1 CONTIGO2028

EN UN ENTORNO MARCADO POR LA INCERTIDUMBRE MACROECONÓMICA, LA ACELERACIÓN TECNOLÓGICA Y LA CRECIENTE EXIGENCIA REGULATORIA, HEMOS AVANZADO EN LA EJECUCIÓN DEL NUEVO **PLAN ESTRATÉGICO CONTIGO2028**.

Un Plan que tiene una ambición clara: convertirnos en un ecosistema de referencia en el cuidado, la seguridad y el bienestar de las personas, que crece de manera sostenible y sitúa en el centro a todas ellas (clientes, empleados y proveedores).

En el Negocio Asegurador, nuestro objetivo es ser la compañía aseguradora preferida por las familias.

Reafirmamos así nuestro compromiso con clientes, empleados, accionistas y la sociedad en su conjunto generando valor a largo plazo.

Los grandes compromisos marcados en el Plan CONTIGO2028 son:



Alcanzar unos niveles de **RENTABILIDAD del Grupo** en términos de ROE, del 10,7%.



Situar el **RATIO COMBINADO DE HOGAR** en el 97,5% en 2028.



Ser líderes en **EXPERIENCIA DE CLIENTE**.



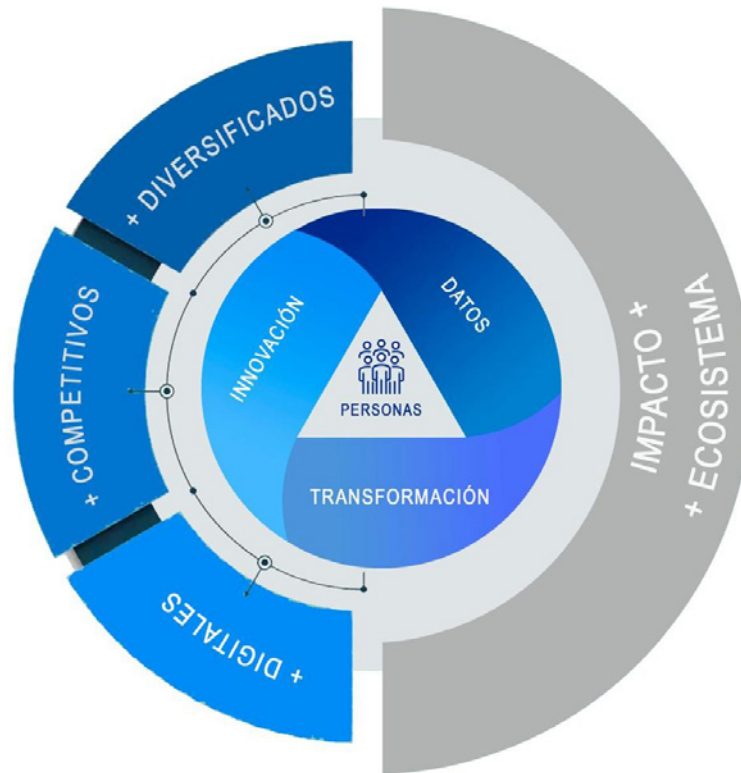
Crecer en volumen de **AHORRO GESTIONADO** hasta 13.200 millones de euros.



RATING FINANCIERO de Grupo. Calificación A o superior.

Además, en este ciclo estratégico 2025-2028 esperamos aumentar nuestra **GENERACIÓN DE VALOR** por encima del 25%.

CONTIGO2028 se articula sobre tres ejes estratégicos y cuatro palancas que marcan la actuación del Grupo en el ciclo 2025-2028:



Este primer año del actual ciclo estratégico ha estado centrado en la consolidación de iniciativas ya puestas en marcha en el anterior, especialmente las relacionadas con la renovación tecnológica de nuestros sistemas COREs, como pieza clave de nuestra apuesta por la digitalización y la modernización tecnológica y catalizador del proceso de transformación de la compañía.

A continuación, se detallan las principales acciones que se han llevado a cabo en los ejes y palancas estratégicos durante 2025.

+DIVERSIFICADOS

LLEGAR A MÁS CLIENTES Y NUEVAS GEOGRAFÍAS AMPLIFICANDO Y DESARROLLANDO NUESTRA CAPACIDAD DE DISTRIBUCIÓN CON UNA PROPUESTA DE VALOR RENOVADA, AMPLIADA Y MÁS PERSONALIZADA PARA SATISFACER NECESIDADES DE PROTECCIÓN Y DE SERVICIO EN UN ENTORNO EN CONSTANTE CAMBIO.

En este ejercicio, hemos mantenido nuestra apuesta por un crecimiento equilibrado, actualizando y renovando nuestra propuesta de valor y explorando nuevas oportunidades. Durante 2025, se ha trabajado en la identificación de nuevas palancas de crecimiento que permitan diversificar nuestras fuentes de ingresos y fortalecer la resiliencia de nuestro modelo de negocio.

Seguimos apostando con firmeza por el ahorro, incrementando nuestra capacidad de distribución especializada a través de gestores de ahorro, agentes financieros y corredores.

También hemos avanzado en nuestra expansión hacia nuevos mercados, con un desarrollo muy sólido en **Ballesol** tanto a nivel nacional como en México y grandes avances en el sector funerario de mascotas a través de Artemis (**Grupo Albia**) con la integración de Cresma.

ENTRE LOS PRINCIPALES LOGROS ALCANZADOS DESTACAN:

EN EL ÁMBITO ASEGURADOR

- Renovación de nuestros productos de Decesos, Ahorro, Vida Riesgo y Mascotas.
- Presencia en Italia a través del seguro de Asistencia en Viaje de Iris Global Soluciones de Protección.
- Renovación del acuerdo con Sanitas, líder en el ramo de salud, que nos permitirá reforzar nuestras capacidades en este ramo.

EN EL ÁMBITO ASISTENCIAL

- **Grupo Albia** ha implantado con éxito su departamento comercial y call center y ha incrementado el número de asesores familiares mejorando su especialización.
- **Ballesol** mantiene su plan de mejora y apertura de centros, tanto en España como en México, de la mano de Grupo Presidente, en donde está construyendo una nueva residencia.

PARA ESTAR MÁS CERCA DE LOS CLIENTES HEMOS...

- Mejorado nuestra web y app.
- Desarrollado mayores puntos de escucha para una mayor adaptación de nuestros productos a sus necesidades.
- Abierto nuevas agencias en el Canal de Agentes Exclusivos.
- Impulsado el Canal Corredores dotándole de mayor conectividad, una oferta integral, formación y un modelo relacional sólido.
- Evolucionado el Canal Agencial a través del Plan Suma y Sigue como pilar de la omnicanalidad, mejorando la agilidad y la calidad del servicio.

Todos estos avances nos permitirán responder a la transformación de los hábitos de nuestros clientes y a la aparición de nuevas necesidades, así como a mejorar la calidad en la relación que mantenemos con ellos.

+COMPETITIVOS

IMPULSAR UN ENFOQUE DE GENERACIÓN DE VALOR EN TODAS NUESTRAS ACTUACIONES PARA PROTEGER Y AUMENTAR NUESTRA CAPACIDAD COMPETITIVA Y ASÍ MEJORAR NUESTRA SOLVENCIA.

En 2025 hemos continuado adoptando un enfoque decidido hacia un modelo más ágil y resiliente en el que la eficiencia se convierte en motor de competitividad y generación de valor a largo plazo.

En un entorno de creciente presión competitiva, hemos reforzado el compromiso con una gestión rigurosa de los recursos orientando esfuerzos hacia iniciativas que maximicen nuestro impacto, lo que ha permitido avances significativos en la eficiencia de los procesos clave, especialmente en el área de Prestaciones. Este progreso se ha complementado con un impulso decidido hacia la digitalización documental y la optimización del rendimiento digital. Asimismo, se ha fortalecido la disciplina de automatización inteligente, cuyo modelo industrializado impulsa cada vez más la eficiencia operativa del Grupo. Estas iniciativas nos ayudan a tener una operativa más ágil, escalable y eficiente, impactando directa y positivamente en la experiencia del cliente y en nuestra posición competitiva.

La transformación de la función financiera en este proceso es decisiva. Hemos reforzado la transversalidad de esta función, además de realizar las adaptaciones necesarias para cumplir con las exigencias regulatorias. En este ámbito, la gestión eficiente y eficaz de los ingresos financieros está contribuyendo de forma decisiva a la consolidación de la fortaleza financiera del Grupo.

ENTRE LOS PRINCIPALES LOGROS ALCANZADOS DESTACAN:

- Implantación de mecanismos para aumentar la adopción de tele-peritaje.
- Incremento del uso de firma digital en las nuevas pólizas contratadas.
- Mejora de las herramientas de apoyo para la detección del fraude.
- Despliegue de nuevas funcionalidades a través de WhatsApp.
- Comienzo de la implantación de una plataforma agéntica mediante IA generativa en **Iris Global**.
- Avance en la instalación de cargadores eléctricos, filtros de hornos y placas fotovoltaicas en **Grupo Albia**.

+DIGITALES

CONSEGUIR UNA MAYOR CONEXIÓN, AGILIDAD E INTELIGENCIA EN NUESTRA MANERA DE OPERAR APALANCÁNDONOS EN LA TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA EN UN ENTORNO SEGURO.

La digitalización ha seguido siendo uno de nuestros principales motores de transformación. En el Grupo entendemos la digitalización como adquirir las capacidades necesarias para ser más inteligentes, ágiles y estar más conectados, manteniendo elevados estándares de seguridad como elemento esencial para la generación de relaciones basadas en la confianza.

El impulso digital que se recoge en el Plan Estratégico ayuda a redefinir el modelo de relación con el cliente y evolucionará la forma de operar en un entorno crecientemente tecnológico con un enfoque claro en la generación de valor para todos nuestros grupos de interés.

Durante 2025 hemos continuado dando pasos importantes en la construcción de una arquitectura tecnológica más robusta, flexible y escalable, capaz de soportar nuevas soluciones y adaptarse con rapidez a las demandas del negocio. Hemos mejorado la conectividad, la capacidad de integrar nuevas herramientas y reducir las limitaciones de entornos heredados.

Avanzamos decididamente en la incorporación de Inteligencia Artificial y Analítica Avanzada tradicional, evolucionando hacia un modelo industrializado, con impacto directo en la eficiencia, la productividad y la toma de decisiones. Este desarrollo se apoya en un refuerzo significativo de los principios de seguridad y cumplimiento normativo, como elementos críticos para garantizar la confiabilidad y la sostenibilidad del modelo.

Como resultado de nuestra capacidad para ofrecer soluciones digitales avanzadas, anticiparnos a las tendencias del mercado y mejorar la experiencia del cliente, **Santalucía** ha alcanzado la segunda posición en el ranking del Índice Español de Innovación, elaborado por la Universidad Carlos III de Madrid y Neovantas a partir de más de 25.000 encuestas a consumidores.

ENTRE LOS PRINCIPALES LOGROS ALCANZADOS DESTACAN:

- Lanzamiento de nuevos casos de uso de automatización inteligente para la gestión de siniestros, reduciendo plazos y mejorando la satisfacción del cliente.
- Mejora de la conectividad con las principales plataformas de corredores.
- Implantación de una nueva arquitectura de monitorización de seguridad de Cloud Azure.
- Implantación del agente de IA RAFA en **Albia** como apoyo a consultas sobre la operativa del negocio.

PERSONAS

POTENCIAR LA EXCELENCIA EN LA EXPERIENCIA, EL TALENTO, EL BIENESTAR Y EL DESARROLLO DE LAS PERSONAS (CLIENTES, EMPLEADOS O PROVEEDORES) PARA AFIANZAR NUESTROS ATRIBUTOS CLAVE DE MARCA.

Este Plan Estratégico tiene un foco claro en las personas, entendidas en sentido amplio: clientes, empleados, colaboradores y proveedores. Trabajamos para reforzar una visión integral que genere confianza, aporte valor y construya sólidos vínculos en el tiempo.

En línea con el compromiso que mantenemos con las personas que trabajan en el Grupo, hemos acometido un proceso de revisión integral, definido e iniciado la renovación de nuestra propuesta de valor al empleado, del modelo organizativo y de nuestra cultura corporativa, con el objetivo de reforzar la relación.

Seguimos fortaleciendo nuestra posición de marca, apoyándonos en la tecnología más avanzada para mejorar la experiencia de nuestros clientes.

ENTRE LOS PRINCIPALES LOGROS ALCANZADOS DESTACAN:

- Obtención de la Certificación AENOR de Excelencia en la Experiencia de Cliente y Servicio Prestado.
- Desarrollo para la implantación de firma digital y onboarding de nuevos empleados en **Ballesol** e implantación de un nuevo sistema digital de gestión y seguimiento de candidatos.
- Diseño y lanzamiento de nuevas comunicaciones desde **Iris Global** hacia ciertos colectivos y las primeras encuestas a sus proveedores para conocer su grado de satisfacción.
- Impulso del posicionamiento reputacional de la compañía mediante la activación de iniciativas de visibilidad externa.

INNOVACIÓN

IMPULSAR LA COMPETITIVIDAD FOMENTANDO EL DESARROLLO DE NUEVAS SOLUCIONES DE NEGOCIO.

Abordamos la innovación como un motor de creación de capacidades directamente vinculadas al negocio. Estamos construyendo un modelo que nos permita identificar oportunidades con impacto real, testarlas de manera controlada y desplegar rápidamente aquellas que puedan generar crecimiento, mejorar nuestra propuesta de valor y fortalecer las ventajas competitivas.

Hemos continuado reforzando nuestra conexión con el ecosistema externo para acelerar el aprendizaje y la transferencia de conocimiento. Buscamos convertir ideas en oportunidades tangibles, generando valor para hacer que la innovación sea un motor permanente de crecimiento y competitividad.

Avanzamos de forma decidida en la industrialización de nuestro modelo de innovación, con foco en el desarrollo de nuevas soluciones. Por ejemplo, estamos progresando rápidamente en la definición y puesta en marcha de los nuevos vehículos de *Corporate Venture Capital* (CVC) y *Venture Building* (VB), concebidos como palancas clave para acelerar la innovación, escalar capacidades y generar nuevas oportunidades e impacto real en el negocio.

Los principales logros alcanzados en este ámbito se recogen en el apartado 3.2.



LA INNOVACIÓN SE CONSOLIDA COMO MOTOR ESTRATÉGICO PARA CREAR VALOR, IMPULSAR EL CRECIMIENTO Y DESARROLLAR NUEVAS OPORTUNIDADES CON IMPACTO REAL EN EL NEGOCIO.

TRANSFORMACIÓN

PALANCA DE CRECIMIENTO Y ADAPTACIÓN A UN ENTORNO EN CONSTANTE EVOLUCIÓN.

Este año ha sido especialmente relevante en el avance del mayor proyecto de renovación tecnológica acometido por nuestro Grupo y que actúa como catalizador de la transformación, clave para la adaptación al nuevo entorno digital: los programas CORE iniciados en el ciclo estratégico anterior. Esta renovación tecnológica se está extendiendo para llegar a más ramos y más áreas de actividad. Estos programas están permitiendo reducir el time to market, ganar agilidad en la ejecución y acelerar la adaptación del negocio a un entorno marcado por el cambio, la digitalización y la disrupción tecnológica.

LAS PRINCIPALES ACCIONES DESARROLLADAS EN ESTE ÁMBITO HAN SIDO:

- Puesta en marcha de la nueva solución tecnológica para el ramo de Decesos e inicio de las actividades de renovación tecnológica para el ramo de Hogar.
- Comienzo del CORE Asistencia y CORE PMP (Plan Multiprotección).
- Avances en la transformación tecnológica de la plataforma CORE que soporta los productos del Negocio de Vida.
- Selección de una nueva solución operacional de gestión de clientes.
- Definición del modelo económico financiero corporativo que acompañe todo el proceso de transformación financiera.
- Implantación de tarjetas inteligentes en varios centros **Ballesol**.

En síntesis, el Plan Estratégico CONTIGO2028 ha evolucionado favorablemente en este ejercicio, demostrando su capacidad de avanzar en un entorno complejo. Este plan establece un marco dinámico que evoluciona en función del entorno y de las capacidades de la organización. Los avances realizados en este ejercicio lo confirman.

3.2 NUESTRO MODELO DE INNOVACIÓN

LA INNOVACIÓN ES UNA DE LAS PALANCAS ESTRATÉGICAS DE NUESTRA HOJA DE RUTA PARA LOS PRÓXIMOS CUATRO AÑOS. EN SU DESARROLLO JUEGAN UN PAPEL MUY RELEVANTE SANTALUCÍA IMPULSA, EL ECOSISTEMA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN ABIERTA DEL GRUPO, Y LA COMUNIDAD DREAMERS, QUE UNE Y APOYA A EMPLEADOS CON VOCACIÓN INNOVADORA.

3.2.1. SANTALUCÍA IMPULSA

Este ecosistema permite unir a diferentes agentes internos y externos (emprendedores, empleados, mentores, universitarios y expertos) que aprenden, colaboran y trabajan en la creación de propuestas de valor futuras para afrontar con éxito los importantes retos a los que se enfrenta nuestro Grupo, el sector y la sociedad en general.

SANTALUCÍA IMPULSA STARTUPS – INSURCHALLENGERS

En 2025 se ha celebrado la VIII edición de este programa corporativo de aceleración de proyectos innovadores, especializado en Insurtech, en la que han participado tres startups: Vidiv, SegurosIA y Auro.

SANTALUCÍA IMPULSA EMPLEADOS – INTRAEMPRENDIMIENTO

En este programa corporativo de incubación de ideas innovadoras, el talento interno de los empleados se combina con el talento emprendedor externo. El proyecto ganador de la VII edición celebrada en 2025 ha sido *SLAIF*, un ecosistema digital de acompañamiento al ahorro que ayuda a crear hábitos financieros sin renunciar al estilo de vida.

SANTALUCÍA IMPULSA UNIVERSIDADES

Este programa trata de potenciar el talento y el desarrollo universitario mediante proyectos de emprendimiento e innovación entre los estudiantes. El proyecto ganador de su IV edición ha sido *SeparApp*, de la Universidad de San Jorge de Zaragoza, orientado a facilitar soluciones para personas en proceso de separación.

**SANTALUCÍA IMPULSA
PODCAST**

Esta iniciativa analiza tendencias clave y su impacto e invita a reflexionar en torno a las oportunidades que supone el conocimiento de las tendencias que determinarán el cambio y devenir de la sociedad y su evolución, más allá de la tecnología o de los negocios. En los distintos episodios se invita al oyente a reflexionar en torno a temas de actualidad que despierten curiosidad y ganas de saber más, alineando la innovación con los avances más actuales y de la mano de personas expertas que acompañan esta reflexión. Tras la publicación de 9 episodios en 2024 y 6 en 2025, el programa evolucionará en 2026 hacia un formato de videopodcast.

En 2025, Santalucía Impulsa:

- Ha publicado el Informe Insurtech Anual 2025, en colaboración con el diario El Referente.
- Ha celebrado la VIII edición del Evento Santalucía Impulsa INNDAY.

Más información en www.santaluciaimpulsa.es.

PRINCIPALES MAGNITUDES DEL ECOSISTEMA SANTALUCÍA IMPULSA HASTA 2025

+3.000

EMPRENEDORES CONTACTADOS

+2.000

PROYECTOS ANALIZADOS

77

PROYECTOS ACELERADOS E INCUBADOS

168

INTRA-EMPRENEDORES

+17.000

SEGUIDORES EN RRSS

9,1 SOBRE 10

RECOMENDACIÓN

+24,3 M€

DE FINANCIACIÓN CONSEGUIDA POR LAS STARTUPS

3.2.2 COMUNIDAD DREAMERS

Esta iniciativa de **Grupo Santalucía** nació en 2022 con la vocación de impulsar la transformación interna a través de la innovación, conectando y apoyando a los empleados con un ADN innovador que quieran compartir experiencias, participar en ecosistemas innovadores externos y aportar valor al negocio. Su objetivo es crear una red de empleados creativos, potenciar su capacidad en el plan corporativo de innovación, fidelizar el talento interno y atraer nuevo talento, impactando directamente en las áreas estratégicas de la organización.

Esta comunidad se convierte en una herramienta de aprendizaje social que fomenta la transversalidad, la colaboración, las sinergias y la innovación entre personas con un interés común.

Desde su creación, más de 1.000 empleados han querido formar parte de esta comunidad innovadora, en la que han contado con más de 1.460 horas de formación teórica y práctica aplicada a proyectos de innovación o desarrollo de perfiles creativos, entre otros.

El índice de satisfacción medio de los participantes de las ediciones finalizadas es de 3,73 sobre 4, lo que avala la estructura general del programa y la calidad de las actividades formativas y de las herramientas proporcionadas.

3.2.3. ESPACIO FUTURO

En 2025, Espacio Futuro se ha consolidado como el think tank de referencia de **Grupo Santalucía** para comprender los grandes cambios sociales, anticipar tendencias y activar oportunidades estratégicas para los negocios.

La línea de trabajo elegida este año ha sido “El Bienestar Extendido”, que pone el foco en una realidad emergente: el bienestar ya no es un estado, sino un proceso vivo, tensionado por cambios demográficos, tecnológicos, culturales y psicológicos. Mediante un enfoque metodológico riguroso que conecta a expertos académicos, ejecutivos del Grupo, instituciones y ciudadanía, se investigó cómo las personas redefinen lo que significa “estar bien” en cada etapa vital y cómo estos cambios abren nuevos retos —y también nuevas oportunidades— para un grupo asegurador que acompaña a las personas a lo largo de toda su vida.

El impacto alcanzado en 2025 gira en torno a varios ámbitos:

1. GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO

- Informe “Bienestar Extendido. Tendencias, visiones y retos para 2040”.
- Informes Públicos de Tendencias (uno por cada etapa vital): senior, adulto, adolescente e infantil.

Estos informes refuerzan nuestra vocación de aportar conocimiento abierto y accesible. Están disponibles en www.santalucia-espaciofuturo.es/informes?year=2025.

2. COMUNICACIÓN, MARCA Y RRSS

2025 ha supuesto un salto relevante en notoriedad pública y alcance digital:

- Consolidación de redes sociales (*Instagram, TikTok, Facebook*): +30.000 seguidores únicos.
- Crecimiento de la web corporativa: +23.000 visitas únicas.
- Newsletter: +600 nuevos suscriptores.
- Refuerzo de la relación con medios, con presencia en: El País Semanal, Ethic, Business Insider, La Vanguardia, Entremayores, Corresponsables, entre otros.

Espacio Futuro se posiciona así como un referente de conversación pública sobre bienestar y futuros sociales.

3. TANGIBILIZACIÓN DE RETOS - APLICACIÓN DEL INFORME FUTURO 2024

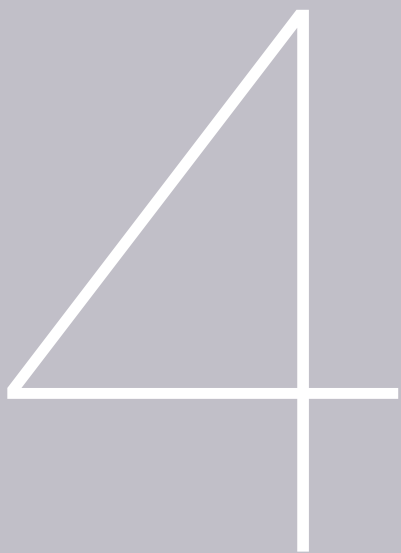
Además de investigar y divulgar, Espacio Futuro busca activar proyectos reales derivados de sus conclusiones. Durante 2025:

- Se trabajó con la Escuela de Personas y Liderazgo de Campus Santalucía y el programa Leadership Challenge, generando 10 proyectos basados en las oportunidades del informe 2024.
- Se seleccionaron dos proyectos finalistas para su industrialización y escalado mediante los vehículos de Innovación del Grupo.
- Se desarrollaron dos experimentos para testar riesgos emergentes: ciberseguridad y legado.

4. PREMIOS SANTALUCÍA ESPACIO FUTURO

Más de 100 candidaturas optaron a uno de los tres premios de esta primera edición, cuyo objetivo es reconocer a personas e iniciativas que generan un impacto extraordinario en la sociedad con su acción transformadora:

- **PREMIO COMUNICACIÓN:** "Narrativas que transforman". Reconoce la divulgación de noticias inspiradoras y constructivas. Se ha otorgado al proyecto AMIBOX, de la Fundación Atresmedia, que ayuda a los menores a comprender y gestionar la información y el entorno digital de forma crítica y responsable.
- **PREMIO INSPIRACIÓN:** "Referentes del Futuro", dirigido a ciudadanos anónimos que generan cambios significativos en sus comunidades. Se concedió a Pepe "Pela Palmeras", que cocina diariamente para entre 60 y 100 personas vulnerables de la localidad de Algeciras.
- **PREMIO PROYECTO:** "Líderes del mañana", que reconoce a proyectos internos dentro del Grupo.



COMPROMETIDOS
CON LAS
PERSONAS

Grupo Santalucía sitúa a las personas en el centro de su estrategia consciente de que solo las personas pueden generar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. Con esta prioridad, afrontamos el futuro con determinación y con la ambición de seguir consolidando nuestro posicionamiento como grupo asegurador de referencia.

4.1 SIEMPRE AL LADO DE NUESTROS CLIENTES

GRUPO SANTALUCÍA APUESTA DE FORMA DECIDIDA POR OFRECER LAS MEJORES SOLUCIONES Y UN SERVICIO DE ALTA CALIDAD CON EL FIN DE GARANTIZAR LA MEJOR EXPERIENCIA DE CLIENTE, UNO DE LOS EJES QUE GUÍA LA ACTIVIDAD DE TODAS LAS EMPRESAS DEL GRUPO.

4.1.1. PRINCIPALES LÍNEAS DE TRABAJO

Para conseguir ese objetivo, en 2025 hemos trabajado en diversas líneas:

1. Mejora del conocimiento que tenemos de nuestros clientes mediante la identificación de sus interacciones a través del *Customer Journey* en Vida (Ahorro y Riesgo), Decesos y Salud, con el objetivo de conocerlos mejor para superar sus expectativas en cada momento de su relación con nosotros.
2. Implantación de nuevas funcionalidades en el área privada del cliente en la web para monitorizar sus hábitos de navegación con el fin de identificar puntos de mejora de este espacio.
3. Aumento del número de llamadas entrantes de clientes que se analizan a través de procesos de *speech analytics*, para ser cada vez más ágiles en nuestra respuesta y en su grado de adecuación a las necesidades del cliente.
4. Actualización de datos de contacto de los clientes con el objetivo de potenciar una comunicación más ágil, directa y personalizada con ellos, especialmente a través de canales digitales.
5. Impulso del proceso de recogida de consentimientos de clientes a través de un tercero de confianza, reforzando la transparencia y la seguridad en la gestión de los datos, y garantizando que los clientes puedan decidir de forma clara cómo desean relacionarse con nosotros.
6. Mejora de los procesos de fidelización y diseño de acciones más eficaces de retención.
7. **Iris Global**, como compañía de asistencia del Grupo, ha trabajado en distintas líneas para asegurar la excelencia en la prestación de los servicios:
 - a. Creación de la figura del Formador Especializado en Primera Línea, profesional dedicado a identificar brechas formativas, mejorar la curva de aprendizaje y capacitar equipos para situaciones críticas. De esta forma se eleva la calidad de las gestiones y facilita la redistribución de cargas cuando se produce un aumento extraordinario de la actividad.

4.1.2. PROPUESTA DE VALOR

En 2025 hemos seguido ampliando y mejorando nuestra propuesta de valor para cumplir con el compromiso de ofrecer soluciones a las necesidades de protección, previsión y prevención a lo largo de toda la vida de nuestros clientes.



Santalucía ha lanzado una nueva propuesta de valor en Decesos integrada por tres productos (Family Flex, Tranquilidad Senior y Decesos Colectivo) que se caracteriza por la flexibilidad y la adaptabilidad a las necesidades de los clientes. Además, ha seguido ofreciendo alternativas de ahorro adaptadas al contexto de mercado con nuevas emisiones del MaxiPlan Inversión Premium y el lanzamiento de un nuevo seguro garantizado (MaxiPlan Garantizado).



Santalucía Asset Management ha lanzado Santalucía Pagarés, F.I., un fondo de renta fija a corto plazo que busca batir a la inflación con un riesgo muy contenido.



Iris Global ha reforzado su propuesta de valor con foco en tres ámbitos: mascotas, internacionalización y diversificación:

- Para mascotas, ha incluido una nueva cobertura opcional en el seguro de Asistencia en Viaje que cubre a perros y gatos durante un viaje internacional. Además, ha creado una amplia red de clínicas veterinarias en España para dar servicio tanto a asegurados de viajes internacionales como a cualquier otro cliente que quiera agregar esta prestación a su acuerdo con **Iris Global**.
- Dentro del ámbito de internacionalización, se ha unido a IAG (*International Assistance Group*) como *Core Partner inbound y outbound*. También ha iniciado su actividad en Italia con el seguro de Asistencia en Viaje.
- Y como parte de su estrategia de diversificación de productos, ha lanzado el seguro de Pérdidas Pecuniarias para grandes eventos y conciertos, como, por ejemplo, el Icónica Santalucía Sevilla Fest.

4.1.3. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

El indicador utilizado para medir la satisfacción y lealtad de los clientes, el NPS (*Net Promote Score*), se situó a nivel global en el 42,5%, una cifra récord 5 puntos porcentuales superior a la de 2024.

Iris Global ha mantenido su compromiso con la satisfacción de los clientes. El NPS resultante de medir su satisfacción en la resolución de siniestros de seguros de Hogar es de un 59,7% y en la gestión de siniestros de Decesos se situó en el 75,0%, en línea con las cifras alcanzadas el año anterior.

Grupo Albia ha seguido trabajando para prestar un servicio operativo y emocional excelente a las familias. Su NPS se situó en 2025 en el 83,8%, frente al 78,8% del Sector Funerario en España.

En **Ballesol**, el grado de satisfacción global de familias y residentes durante 2025 ha alcanzado un 8,52 sobre 10. Los aspectos mejor valorados son: "Fisioterapia y Rehabilitación", con un 9,12, y "Trato y servicio de las gerocultoras" e "Instalaciones", con una cifra cercana al 9. El NPS se sitúa en el 45%.

4.1.4. RECONOCIMIENTOS

El compromiso del Grupo con sus clientes ha recibido en 2025 diversos reconocimientos, entre los que destacan los siguientes:



Santalucía ha obtenido la Certificación AENOR de Excelencia en la Experiencia de Cliente y Servicio Prestado.

El Desafío Santalucía Seniors ha recibido el Premio INESE de Comunicación y Marketing a la mejor campaña de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Y su documental, titulado "La Huella y el Tiempo", ha obtenido el premio al Documental más social en la 29ª edición del Festival de Málaga.

Además, la campaña "Una Vida Contigo" ha recibido importantes premios a lo largo del año:

- Oro en los Premios Eficacia, el galardón más prestigioso de la publicidad en España, en la categoría Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente.
- Dos bronce en los Premios Nacionales de Creatividad 2025.
- Tres Soles en el Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria- El Sol 2025.
- Premio a la mejor campaña corporativa en el Encuentro de Marketing y Comunicación en el sector asegurador-INESE.

Bajo el lema «No es el destino. No es el viaje. Es la compañía», esta campaña refleja nuestro compromiso de acompañar, ayudar y ser relevante en la vida de los clientes. Recuerda que nuestra misión va más allá de los productos: se trata de estar presentes y comprometidos a lo largo del camino. Este es el compromiso que ofrecemos a nuestros clientes. Para ello, contamos con todos los seguros de protección familiar que se adaptan a las diferentes etapas de la vida. La campaña refuerza nuestra empatía, nuestro cuidado, nuestro conocimiento, nuestro compromiso con las personas y nuestra vocación de servicio.



En 2025, **Iris Global** ha recibido premios y reconocimientos en distintas áreas, que demuestran que la excelencia es un valor transversal en toda la compañía. Destaca el premio *IAG Collaboration Award 2025*, otorgado por *International Assistance Group*, en la categoría “Repatriación de familiares fallecidos asegurados” por su compromiso con la excelencia, la empatía y la profesionalidad.



Ballesol ha sido galardonada en el III Congreso Internacional de Economía Plateada por su contribución a mejorar la calidad y eficiencia de la atención sociosanitaria, impulsando modelos de cuidado basados en la prevención, la autonomía y la personalización.

Además, el centro Ballesol Tres Cantos fue premiado por el Mejor Caso Clínico de Coordinación Sociosanitaria por la Sociedad Madrileña de Geriatría y Gerontología (SMGG) que reconoce cada año la excelencia profesional en el ámbito del envejecimiento activo y la atención sociosanitaria.



La publicación especializada en gestión de activos financieros FundsPeople ha incorporado a su reconocido Rating FundsPeople 2025 cuatro fondos de inversión de **Santalucía Asset Management** por su consistencia, interés y flujos de entrada: Santalucía Ibérico Acciones FI, Santalucía Renta Fija FI, Santalucía Selección Equilibrado FI y Santalucía Quality Acciones FI.

4.1.5. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SISTEMA DE RECLAMACIONES

Grupo Santalucía cuenta en su Negocio Asegurador y de Gestión de Activos con un Servicio de Atención al Cliente (SAC) para cada una de las sociedades que conforman estos segmentos de negocio, con el fin de mantener una estructura que permita dar servicio y prestar atención personalizada a cada uno de los clientes.

El objetivo de este servicio es atender y resolver todas las quejas y reclamaciones que presente cualquier persona, física o jurídica, relacionadas con sus intereses y derechos legalmente reconocidos, basando sus resoluciones en lo establecido en el contrato y en la Ley de Contrato de Seguro, así como utilizando los principios de transparencia, protección del cliente, buenas prácticas aseguradoras y actuando con total autonomía sobre el resto de departamentos, garantizando de este modo la independencia en su toma de decisiones.

Los servicios de Atención al Cliente y del Defensor del Cliente se rigen por la siguiente regulación:

- Orden ECO 734/2004, de 11 de marzo, sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y el defensor del cliente de las entidades financieras.
- Ley 44/2022, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero.
- Ley 10/2025, de 26 de diciembre, por la que se regulan los servicios de atención a la clientela.

Las quejas y reclamaciones recibidas y gestionadas a cierre de 2025 y de 2024, se muestran a continuación.

QUEJAS Y RECLAMACIONES	2025	2024
Nº DE QUEJAS Y RECLAMACIONES RECIBIDAS Y GESTIONADAS	14.022	11.985
PLAZO MEDIO DE RESOLUCIÓN (PROMEDIO DE DÍAS)	14,62	10,02

El incremento se produce en un contexto de mayor complejidad operativa que tiene su reflejo en un mayor volumen total de expedientes tramitados. Esta tendencia se observa en el conjunto del sector, tal y como pone de manifiesto el Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

4.2 LOS PROVEEDORES, ALIADOS ESTRATÉGICOS

LOS PROVEEDORES, DIRECTOS E INDIRECTOS, CONSTITUYEN UN ESLABÓN FUNDAMENTAL EN LA CADENA DE SERVICIO AL CLIENTE Y UNA PIEZA CLAVE PARA GENERAR UN IMPACTO POSITIVO EN LA SOCIEDAD.

En este sentido, en **Grupo Santalucía** contamos con diversas acciones para promover prácticas responsables por parte de nuestros proveedores y mantenemos un firme compromiso con el cumplimiento de las normativas laborales internacionales y nacionales, asegurando que todos ellos cumplan con los más altos estándares éticos y legales en materia de derechos humanos y laborales. Además, exigimos su adhesión al Código Ético y de Conducta del Grupo, si no dispone de uno propio, donde se prohíben este tipo de conductas.

Distinguimos entre proveedores directos y proveedores indirectos:

PROVEEDORES DIRECTOS	PROVEEDORES INDIRECTOS
<p>Aquellos que tienen una relación directa con los clientes del Grupo o que participan en la cadena de prestación de servicios y, por lo tanto, pueden impactar en los tiempos de respuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes funerarias. • Gabinetes periciales. • Empresas reparadoras. • Despachos jurídicos. • Despachos de salud y bienestar. • Residencias geriátricas. • Asistencia en traslados y viajes. • Servicios digitales. • Otras empresas especializadas en diversas materias. 	<p>Todo tercero que sirve un producto o presta un servicio que no tiene relación con la actividad principal de cada compañía, pero que contribuye a su funcionamiento general.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios informáticos. • Servicios de marketing. • Servicios profesionales (consultoría, auditoría...). • Instalaciones. • Viajes. • Energía. • Servicios postales. • Equipamientos informáticos. • Mantenimiento / Seguridad / Limpieza.

En los últimos ejercicios hemos trabajado en iniciativas vinculadas con la gestión responsable de los proveedores, como el proceso de homologación, que se lleva a cabo a través de la herramienta de la Dirección Corporativa de Compras.

1. PROVEEDORES DIRECTOS

En el caso de los proveedores directos, contamos con el Protocolo de Gestión de Redes de proveedores directos que unifica los criterios de las diferentes empresas del Grupo para homologar, contratar o prescribir a proveedores que sean responsables con el medioambiente mediante su aceptación y adhesión al Código Ético de **Grupo Santalucía**.

Desde 2021, las homologaciones de empresas reparadoras incorporan normativa específica sobre su gestión de residuos (ISO 14001), que implica cumplir la normativa ambiental que resulte de aplicación (comunitaria, estatal, autonómica y municipal) a fin de asegurar la protección y preservación del medioambiente y, en especial, la gestión de los residuos de conformidad con la normativa de residuos y suelos contaminados. A estos efectos, se exige al reparador toda la documentación relativa al puntual cumplimiento de dicha normativa.

Por otro lado, el Código de Conducta Funerario, incorporado en 2021 a la homologación relativa al Negocio Asistencial, establece la obligatoriedad de aportar informes de medición de hornos crematorios conforme a la legislación vigente.

2. PROVEEDORES INDIRECTOS

Contamos con una Política Corporativa de Compras que unifica los criterios para homologar y contratar a proveedores indirectos.

En este marco de actuación, y principalmente para el Negocio Asegurador del Grupo, se exige a los proveedores indirectos estar homologados mediante el registro de la información en la plataforma de compras (gestionada por la Dirección Corporativa de Compras), en la que deben indicar datos medioambientales y sociales. En términos medioambientales, el proveedor indirecto debe detallar si cuenta con una Política Medioambiental, cómo funciona su sistema de gestión, cuáles son sus resultados y qué certificaciones tiene. En términos sociales, se solicita información sobre salud y seguridad en materia de prevención de riesgos laborales, si dispone de un plan de igualdad y si cuenta con una política para la gestión del respeto a los Derechos Humanos.

Este proceso se lleva a cabo con los representantes legales de los proveedores, los datos se registran en la Plataforma de Compras del Grupo y tienen una vigencia de un año.

También trabajamos para cuidar y fortalecer nuestra red de proveedores y garantizar un servicio de calidad. Ejemplo de ello es la puesta en marcha por parte de **Iris Global** de algunas iniciativas como:

- Capacitación y certificación de proveedores para garantizar la calidad en las reparaciones.
- Expansión de la red de profesionales para reducir tiempos de espera.
- Realización de encuestas siguiendo la metodología NPS (*Net Promote Score*) a proveedores (pNPS).
- Estudio de mercado de modelos relacionales.
- Estudio de baremos.



GRUPO SANTALUCÍA TRABAJA ACTIVAMENTE EN LA IMPLEMENTACIÓN DE MEDIDAS PARA GENERAR IMPACTOS POSITIVOS EN TODA SU CADENA DE VALOR.

4.3 NUESTROS EQUIPOS, EL MOTOR DEL NEGOCIO

FIELES A NUESTRO PROPÓSITO DE ESTAR CERCA DE LAS PERSONAS PARA CUIDARLAS A LO LARGO DE TODA SU VIDA, EN **GRUPO SANTALUCÍA** HEMOS PUESTO EN MARCHA DIFERENTES ACCIONES E INICIATIVAS DESTINADAS A MATERIALIZAR ESTE COMPROMISO EN RELACIÓN CON NUESTROS EQUIPOS.

1. MODELO DE VOZ

ECO es nuestro modelo de escucha al empleado y permite conocer cómo es la experiencia de los profesionales del Grupo a través de un sistema de encuestas periódicas. Este modelo se gestiona desde el área de Experiencia del Empleado, dentro de la Dirección de Personas. Desde su implantación en 2023, se ha logrado medir la satisfacción del empleado en cada momento del ciclo de vida (proceso de incorporación, evaluación del desempeño, revisión salarial, ...), el ambiente de trabajo y las prioridades que trasladan los empleados; todo ello de forma sencilla, ágil y totalmente anónima.

ECO se ha consolidado como la palanca para basar las decisiones en métricas y explicar con datos lo que viven y sienten los empleados. Para ello:

- Se han lanzado diferentes encuestas segmentadas por colectivos.
- Se han registrado 15.849 respuestas procedentes de todas las empresas del Grupo.

En 2025 hemos obtenido un eNPS (*Employee Net Promote Score*) de 28,4 sobre 100 y la satisfacción de las personas trabajadoras es elevada en la mayoría de los momentos vividos tal y como se refleja en el gráfico siguiente:



2. LIDERAZGO PRÁCTICO

El papel del manager es fundamental para conseguir el compromiso de las personas. Conscientes de ello, en **Grupo Santalucía** hemos seguido desarrollando la iniciativa de Liderazgo Práctico con el propósito de acompañar a nuestros directivos en los procesos de gestión de personas y desplegar, en todos los niveles de responsabilidad, un modelo de liderazgo capaz de inspirar, construir y definir oportunidades para todos los equipos.

3. CAMPUS SANTALUCÍA

Contamos con el apoyo de Campus Santalucía, nuestra Universidad Corporativa, que se está convirtiendo en el vector de innovación y de transformación del Grupo. Un punto de encuentro físico y virtual para la formación y el aprendizaje en el que la experiencia de las personas se convierte en absoluta protagonista.

4. COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS

El objetivo de **Grupo Santalucía** es que la retribución siga siendo una herramienta eficaz que ayude a fidelizar y a atraer el mejor talento, así como servir de palanca para la consecución de los objetivos estratégicos del Grupo. Por ese motivo, en 2025 se han actualizado las referencias retributivas, para alinearlas con las del mercado en cada negocio, nivel de responsabilidad y de contribución a los resultados del Grupo.

La reducción del gap de género, así como el foco en el talento joven, siguen siendo fundamentales en la política de remuneración. En la revisión retributiva anual, además del desempeño y la posición en la banda salarial, se tiene muy presente la variable género en las pautas para la toma de decisiones.

Además, **Santalucía** apuesta por la mejora de la experiencia del empleado y la digitalización de los procesos clave de compensación y beneficios para aumentar su eficacia, como la revisión retributiva, la retribución variable y los beneficios sociales. A lo largo de 2025 se ha acometido un proyecto enmarcado dentro del plan estratégico para mejorar en todos estos aspectos.

Las distintas acciones puestas en marcha en estos ámbitos en los últimos años han obtenido los siguientes reconocimientos:

- Según el Ranking Merco Talento 2025, **Santalucía** está entre las 100 empresas españolas que mejor atraen y fidelizan el talento, en la posición 58 de la clasificación general y en la 4ª sectorial.
- También ha obtenido el reconocimiento *Top Employer* por tercer año consecutivo y el *Top Wellness Company 2025*, una distinción que se otorga a las 40 empresas en España con mejores prácticas en salud laboral y bienestar corporativo.



TODO ELLO SUBRAYA EL COMPROMISO DEL GRUPO CON LA CREACIÓN DE UN ENTORNO LABORAL EXCEPCIONAL Y EQUITATIVO PARA TODAS LAS PERSONAS QUE FORMAN PARTE DE ÉL.

4.3.1. NUESTRO COMPROMISO CON EL EMPLEO

I. DATOS A CIERRE DE EJERCICIO

A cierre de 2025, el número de personas que trabajan en **Grupo Santalucía** asciende a 9.708, lo que supone un incremento del 4,3% respecto a 2024.

Tal y como muestran los datos siguientes, el 72,4% son mujeres y el 27,6% hombres.

NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS A CIERRE DESGLOSADO POR GÉNERO			
Año / Género	Femenino	Masculino	Total
2025	7.027	2.681	9.708
2024	6.675	2.634	9.309
Δ 25/24	352	47	399
Δ% 25/24	5,3%	1,8%	4,3%

El 36,7% de la plantilla tiene 40 años o menos y un 31,7% pertenece al segmento senior (51 años o más) manteniéndose así el equilibrio entre el talento joven y el talento senior.

NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS A CIERRE DESGLOSADO POR EDAD						
Año / Edad	≤ 30 Años	Entre 31 y 40 años	Entre 41 y 50 años	Entre 51 y 60 años	> 60 años	Total
2025	1.478	2.083	3.068	2.503	576	9.708
2024	1.375	2.091	2.997	2.335	511	9.309
Δ 25/24	103	-8	71	168	65	399
Δ% 25/24	7,5%	-0,4%	2,4%	7,2%	12,7%	4,3%

En relación con la modalidad de contratación, los datos avalan la apuesta clara de nuestro Grupo por la contratación indefinida. A cierre de 2025, el 86,8% de los contratos pertenecen a esta categoría:

NÚMERO TOTAL Y DISTRIBUCIÓN DE MODALIDADES DE CONTRATO DE TRABAJO					
Año / Contratos	Indefinidos (TC)	Indefinidos (TP)	Temporal (TC)	Temporal (TP)	Total
2025	7.533	894	1.148	133	9.708
2024	7.168	857	1.126	158	9.309
Δ 25/24	365	37	22	-25	399
Δ% 25/24	5,1%	4,3%	2,0%	-15,2%	4,3%

2. DISCAPACIDAD

El número de empleados con discapacidad en el Grupo ha aumentado un 4% en 2025:

NÚMERO DE EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD A CIERRE	
2025	130
2024	125
Δ 25/24	5
Δ% 25/24	4,0%

4.3.2. NUESTRO COMPROMISO CON EL DIÁLOGO SOCIAL

El modelo de gestión de relaciones laborales se caracteriza por mantener un enfoque proactivo y un diálogo fluido con los agentes sociales tanto a nivel de sindicato, a través de las coordinadoras sindicales, como con las distintas secciones sindicales y la Representación Legal de las Personas Trabajadoras (RLPT). El objetivo es fortalecer la comunicación y la comprensión mutua como punto de partida para el mantenimiento de un ambiente laboral constructivo en el que se fomente el cumplimiento de las normativas laborales vigentes.

En este sentido, el modelo de diálogo social de **Grupo Santalucía** se estructura en función del alcance de cada materia, fomentando la participación en temas como las condiciones laborales, la igualdad y el desarrollo profesional:

- Sindicatos. Se mantienen conversaciones periódicas para avanzar en proyectos que impacten en el empleo en el Grupo a través de las Coordinadoras de los sindicatos más representativos como la Unión General de Trabajadores (UGT) y la Confederación Sindical de Comisiones Obreras (CCOO).
- Secciones Sindicales. Ostentan la legitimación negociadora para todas las empresas del Grupo.
- Comités de Empresa/Delegados de Personal. Ostentan la representación de las personas trabajadoras en los centros de trabajo.

Grupo Santalucía no dispone de acuerdos de representación laboral a nivel europeo, como por ejemplo con el Comité de Empresa Europeo (CEE), el Comité de Empresa de *Societas Europaea* (SE) o el Comité de Empresa de *Societas Cooperativa Europaea* (SCE) ya que, al situarse los empleados del Grupo en España, cuentan con convenios colectivos de representación laboral a nivel nacional.

4.3.3. NUESTRO COMPROMISO CON LA IGUALDAD

En **Santalucía**, así como en la mayoría de las empresas del Grupo que cuentan con una plantilla superior a 50 personas, contamos con un Plan de Igualdad. El III Plan de Igualdad, aprobado en 2023, se articula en torno a doce ejes y tiene como objetivos principales:

- Promover la corresponsabilidad familiar y el acceso de la mujer a posiciones donde está subrepresentada.
- Actualizar el protocolo de acoso por razón de género y sexo.
- Incluir nuevos modelos de familia.

A continuación, se recogen algunas de las medidas más destacadas:

MEDIDAS RELACIONADAS CON “SELECCIÓN - PROMOCIÓN - INFRARREPRESENTACIÓN”



REPRESENTACIÓN FEMENINA EN CANDIDATURAS

procurando que al menos el 50% de las candidaturas sean de mujeres.



PRIORIDAD EN LA INCORPORACIÓN DE MUJERES

a puestos con infrarrepresentación (a igualdad de condiciones y cumpliendo requisitos del puesto).



ALIANZAS con universidades y aceleradores tecnológicos para encontrar trabajadoras con perfil STEM.



ACCESO A PUESTOS DIRECTIVOS

facilitando a las mujeres capacitación y priorizándolas en los procesos de promoción.

Objetivo, 40% de mujeres en puestos directivos a la finalización del Plan.

MEDIDAS RELACIONADAS CON
“CORRESPONSABILIDAD EN LA CONCILIACIÓN”

01

TELETRABAJO DEL 100% para padres y madres con hijos menores de 13 años durante vacaciones escolares, o quienes acrediten convivencia con un ascendiente dependiente.

02

EN PERIODO ESTIVAL, REDUCCIÓN DE JORNADA DURANTE 1 MES con menor reducción del salario para padres y madres con hijos de entre 3 y 12 meses.

03

COMPRA DE VACACIONES POR MATERNIDAD/ PATERNIDAD, hasta 22 días laborables, o **POR GUARDA LEGAL**, hasta 15 días laborables.

04

EXCEDENCIA DE 1 MES SIN BAJA EN LA SEGURIDAD SOCIAL por motivos personales o familiares.

05

CRÉDITO DE 20 HORAS AL AÑO para consulta médica y/o escolarización de hijos menores de 18 años y médico especialista para el cónyuge y ascendientes dependientes.

30 horas si la persona que acude al especialista tiene una discapacidad o enfermedad grave.

06

3 HORAS AL DÍA para acudir a consulta médica.



NUESTRO PLAN DE IGUALDAD SE ARTICULA EN TORNO A 12 EJES Y PROMUEVE EL ACCESO DE LA MUJER A POSICIONES EN DONDE ESTÁ INFRARREPRESENTADA Y LA CORRESPONSABILIDAD FAMILIAR, TENIENDO EN CUENTA LOS NUEVOS MODELOS DE FAMILIA.

MEDIDAS RELACIONADAS CON
“CONCILIACIÓN EN FAMILIAS MONOPARENTALES”



**CRÉDITO DE
25 HORAS AL AÑO**

Consulta médica y/o escolarización de hijos menores de 18 años.

Médico especialista para ascendientes dependientes.

30 horas si el ascendiente tiene una discapacidad o enfermedad grave.



**PERMISO POR ACCIDENTE O
ENFERMEDAD GRAVE**

Hasta 5 días laborables (3 más de lo establecido en el Convenio) por hospitalización, accidente, enfermedad grave que precise reposo domiciliario de menores.



**AMPLIACIÓN PERMISO
PATERNIDAD/MATERNIDAD**

2 semanas, con el 100% del salario de convenio.

4.3.4. NUESTRO COMPROMISO CON LA DIVERSIDAD

En **Grupo Santalucía** somos conscientes de la aportación real que ofrece un equipo diverso, por eso abordamos la diversidad desde tres ópticas:

- **Diversidad generacional:** fomentamos la aportación de valor de todas las generaciones, somos una empresa plurigeneracional y eso, en sí mismo, es un valor.
- **Diversidad de género:** impulsamos el talento femenino y fomentamos su acceso a posiciones directivas.
- **Diversidad funcional:** buscamos normalizar lo diferente como una ventaja competitiva. Lo que nos hace únicos es la gestión de la diferencia.

Nuestra estrategia DEI (Diversidad, Equidad, Inclusión) está plenamente integrada en el Plan Estratégico CONTIGO2028 y en los pilares de sostenibilidad del Grupo, con indicadores concretos y seguimiento a través del Comité de Sostenibilidad. En 2025 hemos reforzado este compromiso con nuevas acciones transversales y la obtención de la certificación *Top Diversity Company 2025*, que nos reconoce entre las 50 mejores empresas de España por nuestras prácticas en materia de diversidad, equidad e inclusión.

1. DIVERSIDAD GENERACIONAL

Las cifras destacadas anteriormente en cuanto a distribución por edades de la plantilla dejan clara la relevancia que tiene la diversidad generacional para el Grupo. Fruto de ello es el reconocimiento *MasTalentoSenior* obtenido en 2024, y vigente en 2025, un reconocimiento a aquellas organizaciones que realizan una firme y decidida apuesta por el talento senior en respuesta a la coyuntura social, económica y laboral que se produce en España y en otros países de nuestro entorno.

Asimismo, en 2025 hemos impulsado el programa *Conectando Generaciones*, una iniciativa destinada a fomentar el aprendizaje bidireccional entre profesionales de diferentes edades, reforzando la colaboración, la transferencia de conocimiento y el valor que aporta un equipo verdaderamente plurigeneracional.

2. DIVERSIDAD DE GÉNERO

En relación con la diversidad de género, en 2025 destacan las siguientes acciones por empresas:



- Lanzamiento de Women Up, un programa de liderazgo femenino cuya finalidad es identificar, visibilizar, empoderar y desarrollar a mujeres con alto potencial dentro de **Grupo Santalucía**, ofreciéndoles formación avanzada, espacios de networking y acompañamiento en su desarrollo. Parte de un proceso riguroso de selección y responde al compromiso corporativo con la igualdad y el liderazgo inclusivo.
- Forma parte de la Alianza CEO por la Diversidad cuyo objetivo es impulsar la innovación en estrategias de diversidad, equidad e inclusión en las empresas españolas.
- Adhesión a Red EWI, una red de compañías y profesionales del Sector Asegurador con un objetivo común: impulsar la presencia de mujeres en el ámbito directivo.



Cuenta con el Programa Talento Femenino del que forman parte las siguientes acciones:

- Nueva edición del Comité Talento Femenino, cuya finalidad es ofrecer una mayor visibilidad y un espacio de reflexión y fortalecimiento a todas las mujeres de la organización.
- Cuatro estaciones, cuatro mujeres. Vídeos inspiradores de mujeres en puestos de responsabilidad en empresas.
- Quinta Edición del programa Atenea, de mentoring interno.

Además, se llevan a cabo acciones de sensibilización a toda la organización en ocasiones como el Día Internacional de la Mujer o el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.



- Firma de su tercer Plan de Igualdad, que abarca hasta 2028.
- Despliegue de la formación en el Plan de Igualdad a nivel nacional.
- Celebración del Día Internacional de la Mujer a través de distintas campañas de comunicación.
- Campaña de concienciación contra la violencia de género.



- Publicación de contenidos en prensa y Redes Sociales con motivo del Día Internacional de la Mujer para poner en valor la posición de las mujeres que forman parte de **Iris Global**, a las que se les entregó un detalle en colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer.
- Publicación de contenidos divulgativos de igualdad de género en el portal interno.
- Elaboración de píldoras informativas sobre diversidad, inclusión y conciliación para el Plan de Bienvenida.
- Comunicaciones internas y externas con motivo del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.
- Implantación de iniciativas de sensibilización sobre sesgos inconscientes.

3. DIVERSIDAD FUNCIONAL

En este ámbito, hemos seguido trabajando para fomentar la inclusión de las personas con discapacidad mediante distintas vías:

1. A través de la contratación de personas con discapacidad compatible con el puesto que van a ocupar.
2. Trabajando para el afloramiento de la discapacidad con el apoyo del Plan Aflora, que se realiza con la Fundación Adecco. Este plan proporciona información en materia de discapacidad y articula los medios necesarios para gestionar el certificado acreditativo de la misma, con el fin de que puedan optar a los posibles beneficios de contar con el reconocimiento de la discapacidad.
3. Apoyando el proyecto de inclusión sociolaboral de la Asociación Talismán “Creando oportunidades” que proporciona un programa formativo para personas con discapacidad intelectual, en el que colaboran diferentes empresas y fundaciones. También se llevan a cabo otras medidas, como compras a centros especiales de empleo y donaciones.
4. Lanzando programas de sensibilización específicos dirigidos al equipo directivo del Grupo, como píldoras formativas y charlas, que complementan otras acciones destinadas a todos los colectivos, como la difusión de un manual de trato adecuado a personas con discapacidad o noticias y contenidos en fechas destacadas como el 3 de diciembre, Día Internacional de la Discapacidad.
5. En 2025 hemos reforzado nuestro compromiso con la inclusión ampliando las acciones de sensibilización hacia la neurodiversidad, con el objetivo de fomentar una comprensión más profunda de las distintas formas de procesar la información, comunicarse y relacionarse. A través de sesiones formativas, recursos divulgativos y espacios de diálogo, estamos promoviendo que líderes y equipos identifiquen sesgos, adapten dinámicas de trabajo y desarrollen entornos más accesibles para personas neurodivergentes, favoreciendo así una cultura que reconoce, respeta y potencia la diversidad cognitiva.

Por otra parte, desde el punto de vista de la accesibilidad, todos nuestros inmuebles están adaptados a las condiciones básicas de accesibilidad en los edificios establecidas regulatoriamente e incorporadas al Código Técnico de la Edificación (CTE). En este sentido, se entiende por “accesibilidad” no solo que se puede acceder a las instalaciones sino también que, una vez en ellas puedan hacer un uso razonable de los servicios proporcionados. Únicamente no se ha optado por la adaptación del edificio cuando existe una imposibilidad técnica absoluta por dificultades estructurales o protección arquitectónica de adaptación del inmueble o de sus instalaciones a personas con discapacidad.

Además, en todos aquellos inmuebles que tienen aparcamiento asociado al mismo, existen plazas reservadas para personas con discapacidad, en concreto, una plaza para usuarios de silla de ruedas por cada cien plazas o fracción.

4.3.5. NUESTRO COMPROMISO CON LA CONCILIACIÓN Y EL BIENESTAR

Desde que **Santalucía**, empresa matriz del Grupo, obtuviera la certificación EFR de la Fundación Másfamilia en 2017, no ha dejado de trabajar para ampliar las medidas destinadas a mejorar la conciliación y el bienestar, medidas recogidas en el catálogo EFR.

Otras empresas del Grupo han seguido sus pasos. Es el caso de **Iris Global Soluciones**, que obtuvo esta certificación por primera vez en 2023, y **Servicios Generales Santalucía, Unicorp Vida y Pelayo Vida**, que la han obtenido en 2025.

Por otra parte, entre las medidas vigentes en algunas de las empresas del Grupo para facilitar la conciliación destacan las siguientes:

01

TELETRABAJO EXCEPCIONAL por cierre de centros escolares durante las vacaciones de Navidad, Semana Santa y verano.

02

LIBRE ELECCIÓN DE JORNADA continuada o partida de lunes a jueves. En este caso, se recibe una tarjeta restaurante para compensar el coste de la comida.

Horario continuado del 1 de julio al 12 de septiembre en ambos casos.

03

COMPRA DE VACACIONES en los casos de maternidad, paternidad y guarda legal.

04

FLEXIBILIDAD HORARIA de 90 minutos en la entrada y la salida.

05

PERMISO RETRIBUIDO de 15 horas anuales por persona para asistir a consulta médica por cada hijo menor de 18 años, y a médico especialista para cónyuge y ascendientes dependientes, un permiso que se ha ampliado para asistir a temas relacionados con la escolarización de los hijos.

Además, todas las compañías de **Grupo Santalucía** cumplen con la normativa actualmente vigente en materia de permisos por maternidad y paternidad.

Contamos con un paquete de ayudas económico-sociales enfocadas al bienestar de las personas entre las que destacan ayudas para formación del personal, ayudas para formación de hijos, préstamos, gratificaciones por antigüedad, acceso a seguros con descuentos, etc.

Otras de las medidas que se han puesto en marcha en este ámbito son las siguientes:

1. MOVILIDAD SOSTENIBLE Y SEGURA

Grupo Santalucía se adelantó a la Ley de Movilidad Sostenible, de diciembre de 2025, implementando en 2021 su Plan Integral de Movilidad y Seguridad Vial Sostenible del que se benefician más de 7.000 empleados y 500 centros de trabajo.

Este plan promueve una movilidad laboral segura, sostenible y saludable para empleados, clientes, proveedores y terceros vinculados al Grupo, mediante acciones como la renovación sostenible de flotas, instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos, fomento del teletrabajo, movilidad activa y compartida, y formación en seguridad vial y movilidad sostenible.

En 2025, **Santalucía** ha alcanzado la máxima acreditación del *FIA Road Safety Index (RSI)*, herramienta internacional desarrollada por la Federación Internacional del Automóvil (FIA) que evalúa cómo las organizaciones gestionan la seguridad vial dentro de su actividad. Con una puntuación de 57 sobre 60, **Santalucía** se convierte en la primera empresa española en formar parte de este programa, que reconoce su compromiso con la movilidad segura, la prevención de accidentes y la sostenibilidad corporativa.

2. DESCONEXIÓN DIGITAL

En cumplimiento de la normativa vigente, se han establecido los criterios de utilización de los dispositivos digitales respetando en todo momento los estándares mínimos de protección de la intimidad de los empleados, de acuerdo con los usos sociales y los derechos reconocidos constitucional y legalmente. En la elaboración de dichos criterios han participado los representantes de los trabajadores. Durante el ejercicio 2025 se han alcanzado acuerdos con la Representación Legal de las Personas Trabajadoras en relación con las medidas de desconexión digital y el catálogo de reuniones eficientes.

Así mismo, se han alcanzado acuerdos con la Representación Sindical con el objetivo prioritario de promover el respeto al tiempo de descanso, permisos o vacaciones mediante unas Reglas de Desconexión Digital (RDD) en las que se reconoce el derecho a no atender comunicaciones fuera de la jornada de trabajo, entre otras. Además, se ha establecido un contexto normativo, un marco de salud digital y una Comisión de Derechos Digitales que asegure el correcto cumplimiento de las medidas.

La información en estos ámbitos está a disposición de los empleados en el portal interno del Grupo.

3. SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Año tras año, nuestra compañía sigue trabajando para mejorar el bienestar y salud de las personas que forman parte de ella dando cobertura al 100% de los trabajadores en plantilla.

A través de su sistema de gestión y de conformidad a la norma ISO 45001, se garantiza el control, seguimiento y mejora continua de las condiciones de seguridad y salud de los centros de trabajo y actividades desarrolladas, realizando una completa y exhaustiva actividad técnica que, a través de sus evaluaciones de riesgos e informes técnicos específicos, garantiza el control del riesgo y desarrolla la planificación de la actividad preventiva, su seguimiento e implantación.

Conscientes de la importancia social de los riesgos derivados de la movilidad y seguridad vial, éstos se han incorporado a nuestro modelo como punto básico en la gestión del bienestar y salud de nuestros empleados. Por ello, en el marco de nuestro acuerdo con RACE (Real Automóvil Club de España) desarrollamos el Plan Integral de Movilidad y Seguridad Vial, certificado con la ISO 39001.

Desde Vigilancia de la Salud, se realizan las diferentes campañas de reconocimientos médicos acorde a los protocolos establecidos por puestos y complementados por campañas específicas para la prevención y detección precoz de enfermedades, como la de vacunación contra la gripe y campañas para el análisis de microbiota, o indicadores analíticos específicos.

En Bienestar se ha consolidado la plataforma Agenda Bienestar a través de los siguientes programas y actividades:

- **“LA RUTA DE ALIMENTACIÓN SALUDABLE”**. Ha consolidado su recorrido formativo con nuevos talleres y programas y se complementa con recursos como la publicación de menús saludables y sus recetas y un servicio individual de nutricionista.
- **“VIDA ACTIVA”**. Tiene por objetivo fomentar el ejercicio y la práctica deportiva en nuestro día a día. Incluye iniciativas como recorridos formativos, clases virtuales y planes de entrenamientos mensuales.
- **“A TULADO”**. Programa enfocado al bienestar emocional, con recorrido formativo anual y un servicio de atención psicológica para el trabajador y su familia. Se complementa con otros recursos como la escuela de relajación Relaxing-Jueves o el FamilyLAB enfocado a la gestión emocional en las relaciones familiares.
- **PROGRAMA RED**. Conscientes de la importancia de problemas sociales como el suicidio, se ha puesto en marcha este programa con el objetivo de difundir y eliminar prejuicios en la prevención de la conducta suicida.
- **PUESTA EN MARCHA DE PROGRAMAS COMO “MENOPAUSIA: CAMBIANDO LAS REGLAS”** que aborda este proceso en la mujer, gracias al estudio de necesidades con perspectiva de género y edad.

- **CLUB DEPORTIVO** con oferta de pádel, fútbol y carreras populares y el servicio de asesoramiento individual por un entrenador personal.

Estas y otras iniciativas se reflejan en la certificación de la organización como Empresa Saludable y Sostenible en Promoción de la Salud conforme al modelo de la OMS y reconocimientos como la categoría bronce otorgada por la Red Europea para la Promoción de la Salud en el Trabajo (ENWHP) siendo la única empresa privada europea que la obtiene.

4.3.6. NUESTRO COMPROMISO CON EL TALENTO

Como hemos indicado anteriormente, una pieza fundamental del desarrollo del talento interno es **Campus Santalucía**, un entorno formativo activo, diferenciador y de vanguardia en el que los profesionales del Grupo encuentran formatos basados en los principios ARTE –Aspiracional, Relevante, Transformador y Eficiente– que se articula sobre tres pilares:

ESPACIO FÍSICO	CAMPUS VIRTUAL	CAMPUS TRAINING
<p>Catálogo de contenido formativo en formato webinar de actualización mensual a disposición de los empleados para potenciar su autoaprendizaje.</p> <p>Se han realizado más de 800 horas formativas y se ha formado a más de 300 personas.</p>	<p>Espacio digital para el aprendizaje que en 2025 ha ampliado el catálogo formativo en abierto llegando a ofrecer más de 650 cursos.</p> <p>Más de 4.800 personas de todo el Grupo, activas a cierre de año, y más de 5.600 en total se han formado este año, otorgando una valoración de 3,68 sobre 4.</p>	<p>Está formado por el colectivo experto de los equipos docentes internos, asociados y externos.</p> <p>Este año hemos alcanzado la cifra de 89 trainers internos, un crecimiento exponencial respecto a los 25 del año pasado.</p>



LOS PROFESIONALES DE TODO EL GRUPO APRENDEN Y SE DESARROLLAN EN CAMPUS SANTALUCÍA CON ELEVADOS NIVELES DE SATISFACCIÓN.

Entre las acciones y programas desarrollados en 2025 destacan los siguientes:

PROGRAMA	DESCRIPCIÓN
MÁSTER FRAUDE 2025	Su objetivo es dotar a los asistentes de las herramientas necesarias para la detección de la mentira utilizando técnicas basadas en el lenguaje no verbal y el análisis de escenarios. El NPS es de 96 sobre 100.
PROGRAMA TRANSFORMARTE EXPERT	Dirigido a personas que ya han completado el nivel anterior (TransformARTE). Esta edición profundiza en estrategia, cambio, innovación, cultura organizacional, propósito y pensamiento crítico y proporciona herramientas prácticas para afrontar con éxito el actual contexto de transformación del Grupo.
PROGRAMA MIRARTE	Espacio formativo diseñado para integrar la perspectiva humanista en la transformación del Grupo, proporcionando nuevas miradas, herramientas y reflexiones que ayuden a comprender la complejidad del mundo actual y equilibrar el impacto de la tecnología (especialmente la IA) con lo humano, impulsando comportamientos más conscientes e inspirando futuros positivos tanto para las personas como para el negocio.
PROGRAMA GUIARTE	Nace con el propósito de sensibilizar, capacitar y empoderar a todas las personas del Grupo Santalucía en el uso estratégico de los datos, entendiendo el dato como un aliado clave para tomar decisiones más informadas, anticiparse al entorno y aportar mayor valor en el día a día. Contribuye al desarrollo de un pensamiento crítico, claridad y criterio en un contexto organizativo cada vez más <i>data-driven</i> .
ACOMPAÑAMIENTO Y FORMACIÓN COPILOT	El objetivo es impulsar la adopción práctica de la IA generativa en el trabajo diario, ayudando a los empleados a descubrir cómo optimizar su tiempo, mejorar la calidad de su documentación, tomar mejores decisiones y automatizar tareas.

PROGRAMAS DE LIDERAZGO	<p>Destacan los programas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Leadership Challenge</i>: impartido por IESE Business School, es una iniciativa de desarrollo directivo diseñada para fortalecer el liderazgo transversal y dotar a los líderes del Grupo de nuevas capacidades para afrontar los retos actuales y futuros de la organización. Han participado 78 directivos. • Liderazgo Práctico - Módulo IV: Desarrollo del equipo / Brindar aliento: tiene como objetivo que los gestores de equipo del Grupo aprendan a analizar las capacidades, motivaciones y necesidades de desarrollo de los miembros de sus equipos. Han participado alrededor de 300 managers. • Nuevos Gestores de Equipos (2025): diseñado para acompañar a quienes asumen por primera vez la responsabilidad de liderar, su objetivo es dotarles de las habilidades necesarias de liderazgo y de una visión integral del rol del gestor en el Grupo. Han participado 16 personas. • Nuevo Líder Comercial. Dirigido a los perfiles directivos de las áreas comerciales. Su principal objetivo es el desarrollo de habilidad sobre los diferentes canales, ventas, marketing y estrategia, entre otros.
CONCIENCIACIÓN EN SOSTENIBILIDAD	<p>La finalidad del programa, en el que han participado más de 2.600 personas, es dar a conocer, concienciar y sensibilizar sobre los objetivos marcados en este ámbito en el Plan Estratégico y enmarcados en el Plan Corporativo de Sostenibilidad 2025-2028. Además, se han puesto en marcha programas técnicos para colectivos específicos y se ha incluido una acción formativa transversal dentro del programa de formación obligatoria.</p>
PROGRAMA SUPERIOR EN PREVISIÓN SOCIAL Y DECESOS	<p>Dirigido especialmente a empleados del Negocio Asegurador, su objetivo es proporcionar los conocimientos técnicos y comerciales relacionados con el ámbito de la Previsión Social y Decesos para facilitar el asesoramiento a clientes y áreas.</p>
ACADEMIA DEL AHORRO	<p>Iniciativa dirigida a todos los empleados del Grupo y colaboradores para fomentar la cultura del ahorro y dotar de los conocimientos necesarios para afrontar los retos financieros del día a día.</p>

**PROGRAMAS ARTE
TÉCNICO**

Dirigido a colectivos específicos que por su rol o funciones necesitan profundizar en determinados contenidos relacionados con las áreas de Relaciones Laborales y Asesoría Jurídica. En 2025 solo se ha desarrollado la parte de Relaciones Laborales con dos módulos, Acoso Laboral y Expedientes Disciplinarios. Con resultados de NPS del 100 y 70 respectivamente.

**FORMACIÓN
CONTINUA
TRAINERS**

Su objetivo es mantener a los formadores internos actualizados y preparados para impartir experiencias de aprendizaje innovadoras y de calidad.

**PROGRAMA CORE
NO VIDA (NPVD)**

Debido a la renovación tecnológica de los sistemas centrales recogidos bajo la denominación Programa CORE No Vida se ha creado un programa formativo para todas las empresas y colectivos impactados con itinerarios formativos personalizados por rol, compuestos por contenidos e-learning y sesiones Webinar con expertos y formadores. Además, se ha creado una red de impulsores del cambio, AseguraCores.

TOP SALES

Iniciativa formada por varios programas dirigidos a profesionales principalmente de los Negocios Asegurador y Asistencial. Premia el talento comercial y capacita en competencias específicas a todas aquellas personas que tienen potencial para desarrollarse dentro de la compañía. En 2025 todos los programas impartidos han sumado 509 horas formativas.

En relación con los requerimientos regulatorios, políticas y herramientas destacan, entre otros, los siguientes cursos:

- Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo.
- Reglamento General de Protección de Datos.
- Certificación CIF (Certificado de Información Financiera) y CAF (Certificado en Asesoramiento Financiero), así como cursos de recertificación.

- ¡Defiéndete del Phishing!
- ¡Usa tus Recursos Tecnológicos Corporativos de Forma Correcta!
- Ciberseguridad y Gestión de crisis: claves para la continuidad del negocio.
- Compliance. Corrupción y Soborno.
- Prevención de Riesgos Laborales (PRL).
- Regulación Europea en Inteligencia Artificial (edición 2025).
- Sostenibilidad (edición 2025).

PRINCIPALES CIFRAS CAMPUS SANTALUCÍA

+180.000

**HORAS FORMATIVAS
TOTALES**

+30 HORAS

**DE PROMEDIO POR
EMPLEADO**

3,78

**ÍNDICE DE APLICABILIDAD
AL PUESTO**

+2.000

**CURSOS A DISPOSICIÓN
DE LOS EMPLEADOS/AS (EN
TODOS SUS FORMATOS)**

79

**eNPS (EMPLOYEE NET
PROMOTE SCORE)**

3,79

SATISFACCIÓN GLOBAL



MÁS DE 2.000 CURSOS Y DE 180.000 HORAS FORMATIVAS A DISPOSICIÓN DE LOS EMPLEADOS Y EMPLEADAS DEL GRUPO.

Adicionalmente, para cubrir las particularidades derivadas de su ámbito de actividad, cada negocio cuenta con formación especializada:

NEGOCIO ASEGURADOR Y GESTIÓN DE ACTIVOS

En **Santalucía** y **Santalucía Asset Management** se han realizado más de 850 acciones formativas en las que han participado más de 800 personas.

NEGOCIO ASISTENCIAL

En **Grupo Albia** destaca "Por ti", un programa de formación que acompaña la nueva estrategia comercial del Grupo, con el fin de generar otro tipo de despedidas e incrementar la cuota de mercado abierto.

Además, se consolidan los Programas de Liderazgo. En este sentido, destaca la obtención de la certificación de la Universidad Francisco de Vitoria para la promoción 24/25.

En 2025 también ha puesto en marcha el primer programa de desarrollo, crecimiento y capacitación para Managers de Centros Productivos, Desarrolla+.

En 2025, **Ballesol** ha llevado a cabo las siguientes acciones formativas:

- Digitalización del itinerario de bienvenida de la compañía.
- Formaciones médicas: Abordaje nutricional; Polifarmacia; Calidad de prescripción en centros gerontológicos.
- Formaciones en calidad y servicio asistencial utilizando nuevas metodologías y herramientas: Método tapiz; Capacitación Snoezelen; Reducción de sujeciones; Manejo de demencias.
- Formaciones regulatorias: Primeros auxilios; Control de legionela; Prevención de riesgos laborales y agresiones.
- Formaciones en habilidades: Cohesión de equipos; Ética asistencial.

NEGOCIO OPERACIONES Y PRESTACIONES DE SERVICIOS

Iris Global ha llevado a cabo programas específicos de alto valor como:

- Impulso al Talento Femenino: Programa *Women-Up, Upskilling* en comunicación y Posicionamiento para mujeres directivas.
- Programas enfocados a potenciar y alinear el estilo de liderazgo: PLP (Programa de Liderazgo Práctico) y Desarrollo de Liderazgo.
- Programas para Managers: Gestión de la energía emocional de las personas del equipo y Hábitos de Productividad para Managers.
- Nuevas metodologías aplicadas a la productividad: La Inteligencia Artificial como aliada.
- Programas focalizados en habilidades: Presentaciones de Alto Impacto y Estilos de Comunicación.
- Programa ad-hoc especializado para mejorar la experiencia de los asegurados: Atención a Asegurados en Duelo.

Además, en 2025 **Grupo Santalucía** ha celebrado 4 sesiones de la iniciativa **Corner 3.0**, un medio de divulgación y colaboración en el que figuras relevantes tanto internas como externas conversan sobre temas de interés y que permite dar voz a los profesionales.

A continuación, se detallan las horas de formación por clasificación profesional:

HORAS DE FORMACIÓN POR CLASIFICACIÓN PROFESIONAL					
Año / Rol	Dirección ⁽¹⁾	Supervisión	Técnico	Administrativo/ Auxiliar	Total
2025	19.635	13.277	45.142	103.495	181.549
2024	17.459	15.390	49.370	128.756	210.976
Δ 25/24	2.176	-2.113	-4.228	-25.261	-29.427
Δ% 25/24	12,5%	-13,7%	-8,6%	-19,6%	-13,9%

(1) Incluye Directores, Gerentes y Jefes de Proyecto

NUESTRO COMPROMISO CON LAS PERSONAS

CLIENTES

DECESOS Y ASISTENCIA



6.100.000
ASEGURADOS

+100.000
SINIESTROS
ATENDIDOS



75% NPS
en la gestión de
siniestros de DECESOS

HOGAR

1.000.000
HOGARES
ASEGURADOS



+850.000
SINIESTROS
ATENDIDOS

59,7% NPS
en la gestión de
siniestros de HOGAR



EQUIPOS

ESTABILIDAD



87%
CONTRATOS
INDEFINIDOS

DIVERSIDAD DE GÉNERO



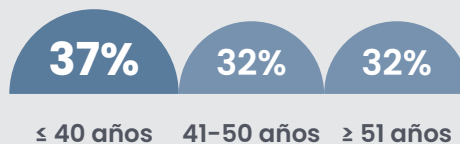
72%
MUJERES

FORMACIÓN



+180.000
HORAS

DIVERSIDAD GENERACIONAL



eNPS
28,4%



5

COMPROMETIDOS
CON NUESTRO
IMPACTO ASG

Nuestro impacto en ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza) refleja el compromiso de **Grupo Santalucía** con un crecimiento sostenible y responsable. Integramos criterios éticos en la toma de decisiones, promovemos la inclusión y reducimos nuestra huella ambiental, generando valor a largo plazo para clientes, empleados, inversores y la sociedad en su conjunto.

5.1 PLAN CORPORATIVO DE SOSTENIBILIDAD

LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DE NUESTRO GRUPO, QUE SE RECOGE EN EL PLAN CORPORATIVO DE SOSTENIBILIDAD 2025 -2028, GUÍA LAS DECISIONES CLAVE RELACIONADAS CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEMOS, LOS MERCADOS A LOS QUE NOS DIRIGIMOS Y CÓMO NOS ADAPTAMOS A LOS CAMBIOS DEL ENTORNO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL.

5.1.1. ESTRUCTURA DEL PLAN

Se sustenta sobre tres pilares, integrados por diferentes líneas de trabajo para alcanzar los objetivos estratégicos que nos hemos marcado en este ámbito:

PILARES	LÍNEAS DE TRABAJO / EJES	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
I. DESARROLLO SOSTENIBLE	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso Medioambiental <ul style="list-style-type: none"> - Huella de carbono - Ecoeficiencia energética - Economía circular - Consumo de agua 	Reducir la huella de carbono
	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora social y desarrollo de personas: <ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Empleados - Proveedores - Sociedad 	Impactar positivamente en clientes, empleados, proveedores y sociedad
	<ul style="list-style-type: none"> • Integración en el negocio <ul style="list-style-type: none"> - Inversiones sostenibles - Productos sostenibles 	Contar con una propuesta de valor sostenible

PILARES	LÍNEAS DE TRABAJO / EJES	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
II. GOBIERNO Y NORMATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Buen gobierno <ul style="list-style-type: none"> - Organización y gobierno - Gestión de riesgos - Tecnología - Cumplimiento normativo 	Establecer un modelo de gobernanza sólido y transparente
III. TRANSPARENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Buen gobierno <ul style="list-style-type: none"> - Informe de sostenibilidad - Comunicación - Cultura Corporativa 	Fortalecer la transparencia y la responsabilidad en la gestión corporativa

PILAR 1: DESARROLLO SOSTENIBLE

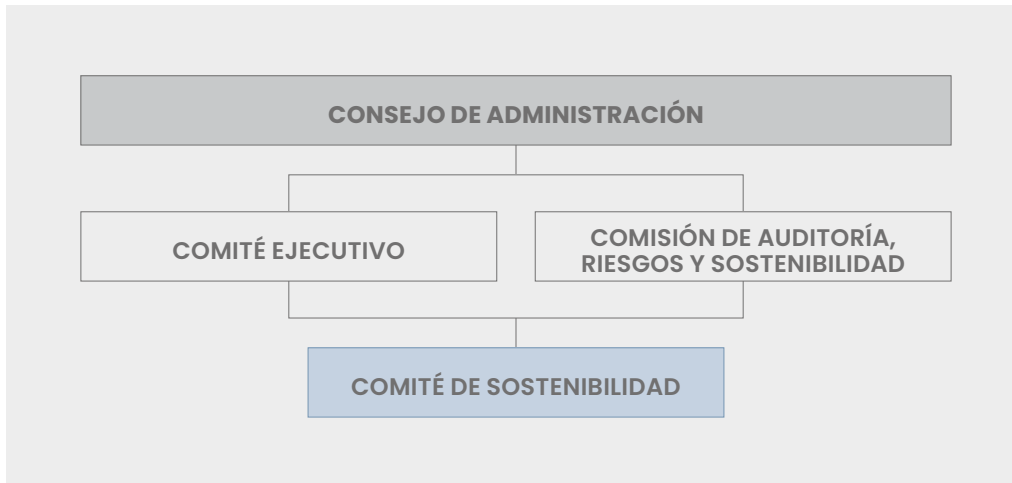
Se centra en tres líneas de trabajo claves:

- **COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL**, cuyo objetivo es reducir la huella ambiental del Grupo.
- **MEJORA SOCIAL Y DESARROLLO DE PERSONAS**, que tiene como objetivo fomentar el bienestar de los empleados, la diversidad e inclusión y la contribución a la sociedad.
- **INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL NEGOCIO**, que busca contribuir a la sostenibilidad ambiental y social adoptando prácticas sostenibles en inversiones, desarrollando nuevos productos sostenibles y adaptando los existentes.

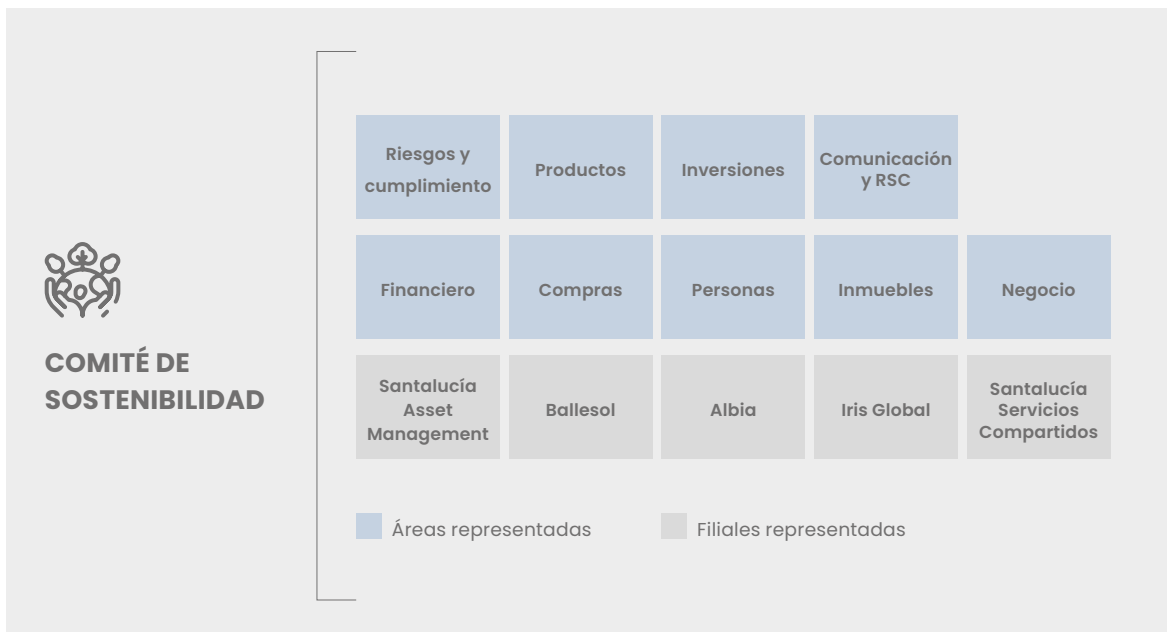
PILAR 2: GOBIERNO Y NORMATIVA

Se centra en una línea de trabajo clave: el Buen Gobierno, en la que se abordan aspectos fundamentales en materia de gobierno y normativa para el Grupo, desde la organización y gestión de los riesgos y datos ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza) hasta el cumplimiento de los requerimientos normativos vinculados con materia de sostenibilidad.

En este sentido, para asegurar una toma de decisiones efectiva, se ha establecido una estructura organizativa que identifica los órganos de gobierno involucrados en la gestión de la sostenibilidad en nuestro Grupo:



El Comité de Sostenibilidad tiene un doble objetivo: la adaptación a los requerimientos regulatorios sobre sostenibilidad en el sector financiero y actualizar la estrategia empresarial en relación con las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza. Las áreas y empresas con representación en este comité son las siguientes:



PILAR 3: TRANSPARENCIA

Este pilar también se centra en la línea de trabajo de Buen Gobierno, con foco en aspectos fundamentales en materia de transparencia para el Grupo, desde la cultura corporativa hasta la comunicación externa en el ámbito de la sostenibilidad.

5.1.2. PRINCIPALES INICIATIVAS 2025

Entre las iniciativas que se han llevado a cabo en 2025 asociadas a los diferentes pilares del Plan destacan las siguientes:

- Se continúa impulsando la obtención de certificaciones medioambientales en inmuebles propiedad del Grupo.
- Se impulsa la optimización del rendimiento energético mediante la instalación de placas fotovoltaicas, la sustitución de calderas y la instalación de sistemas de control para la monitorización de los consumos.
- Se avanza con el plan de instalación de cargadores eléctricos para vehículos híbridos o eléctricos además de impulsar la transición a flota híbrida en el caso de vehículos en renting.
- Se incorporan nuevas iniciativas en digitalización del proceso de contratación.
- Se impulsa la medición del impacto social con el objetivo de cualificar y cuantificar la transformación social que genera.
- Se establece formación obligatoria en materia de sostenibilidad para todos los empleados.

Además, **Santalucía** se ha adherido a Voluntare con el objetivo de profesionalizar el Voluntariado Corporativo, desarrollando y difundiendo conocimiento y herramientas.



NUESTRO PLAN CORPORATIVO DE SOSTENIBILIDAD SIENTA
LAS BASES PARA GENERAR UN IMPACTO POSITIVO EN LOS CLIENTES,
LOS PROVEEDORES, LOS EMPLEADOS Y EN LA SOCIEDAD EN GENERAL.

5.1.3. INDICADORES DEL PLAN CORPORATIVO DE SOSTENIBILIDAD

Para valorar la evolución del Plan, se han definido una serie de indicadores estratégicos que se han desplegado durante este ejercicio. A continuación, se destacan los más relevantes:

LÍNEA DE TRABAJO	INDICADOR
COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> • Emisiones de alcances 1 y 2 por negocio • Consumo de energía por negocio • Porcentaje de residuos reciclados • Consumo de agua de las oficinas
MEJORA SOCIAL Y DESARROLLO DE PERSONAS	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de mujeres en puestos directivos • Reducción del gap salarial de género • eNPs del Grupo • Número de personas ayudadas en proyectos de acción social • Número de participaciones de personas voluntarias • Porcentaje de proveedores indirectos homologados ASG • Posicionamiento NPS global
INTEGRACIÓN EN EL NEGOCIO	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de inversiones con criterios ASG • Rating medio ASG de la cartera • Número de nuevos productos ASG

EVOLUCIÓN PRINCIPALES INDICADORES 2025

- El porcentaje de inversiones que siguen criterios de ASG a cierre de 2025 se sitúa en el 76%, por encima del objetivo del 65% marcado para finales de 2025.
- También se supera el objetivo de inversiones, con un rating medio ASG de 69.
- Nuestro NPS global nos sitúa como líderes del benchmark.
- **Santalucía, Iris Global, Unicorp Vida y Pelayo Vida** mantienen su adhesión a los Principios de Sostenibilidad en Seguros (PSI), al igual que se conserva la adhesión a los Principios de Inversión Responsable (PRI) por parte de **Santalucía y Santalucía Asset Management**.

5.1.4. ANÁLISIS DE DOBLE MATERIALIDAD

En línea con nuestro compromiso con el desarrollo sostenible, trabajamos para reforzar aquellos aspectos de nuestra actividad empresarial que pueden tener una mayor influencia positiva sobre el entorno, a la vez que velamos por aquellos que puedan suponer un impacto o un riesgo para nuestro Grupo.

Para ello, en 2024 realizamos un análisis de doble materialidad con la finalidad de analizar e informar sobre los impactos, riesgos y oportunidades de **Grupo Santalucía** desde dos dimensiones:

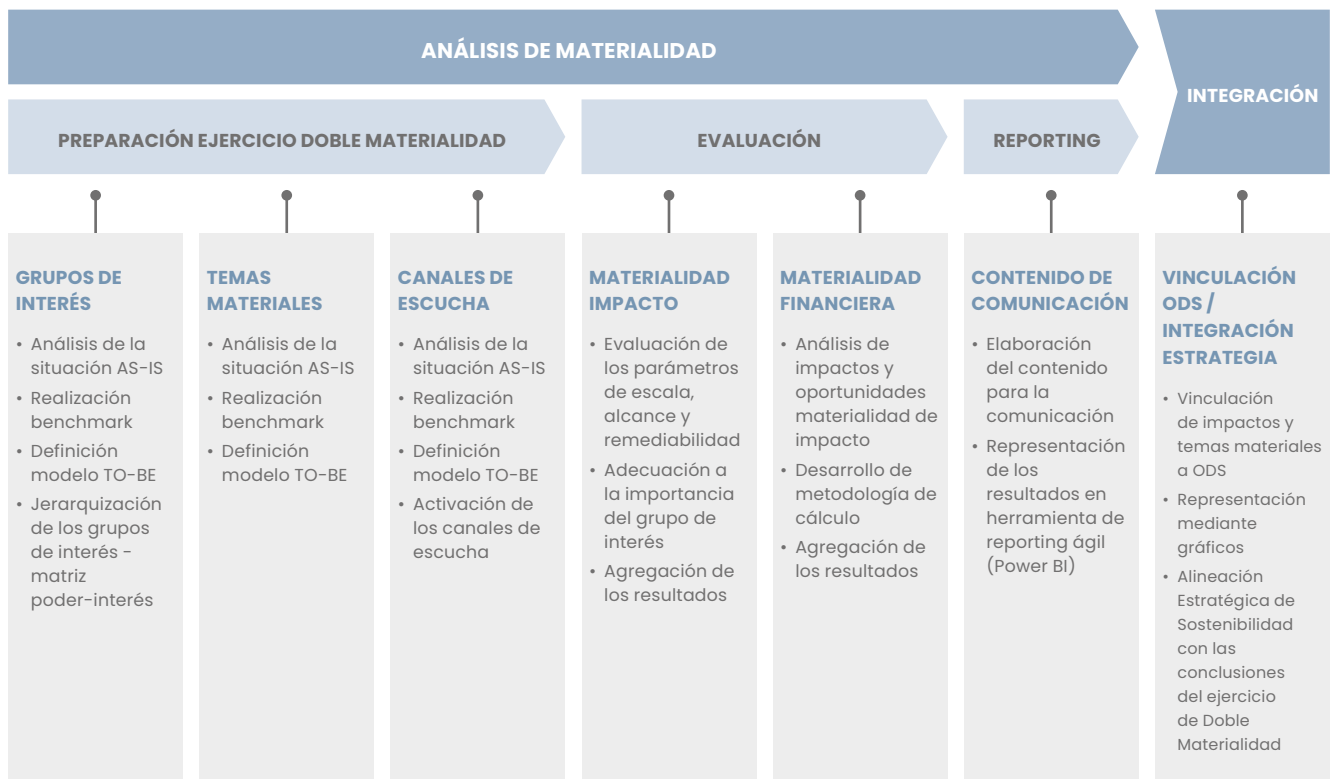
- **MATERIALIDAD DE IMPACTO:**

Recoge el impacto de las actividades de la compañía en el entorno y cómo estos impactos afectan a sus grupos de interés.

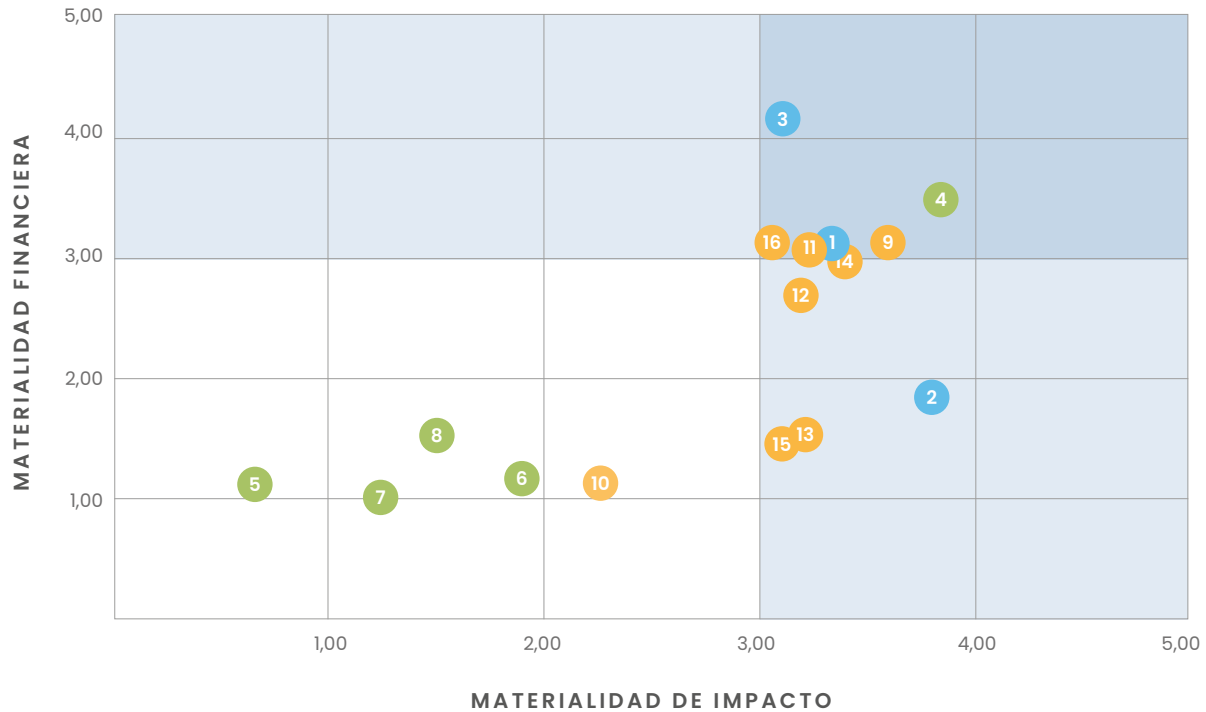
- **MATERIALIDAD FINANCIERA**

Recoge el impacto de los riesgos y oportunidades asociadas a las actividades de la compañía sobre la propia compañía.

Para realizar este análisis se sigue el proceso:



Los resultados se representan en una matriz en la que se posicionan los impactos identificados según la valoración final que han obtenido en cada una de las dimensiones: materialidad de impacto y materialidad financiera:



En las zonas sombreadas, se sitúan los temas relevantes para nuestro Grupo, que son los siguientes:

- 4 Mitigación y adaptación al cambio climático.
- 2 Ciberseguridad y protección de los datos de la empresa.
- 3 Transformación digital e innovación.
- 9 Cadena de valor responsable.
- 14 Gestión y fidelización del talento en los equipos de trabajo.
- 1 Gobierno corporativo, ética empresarial y cumplimiento.
- 11 Calidad y excelencia en la relación con los clientes.
- 12 Protección de datos sensibles y bienestar de los clientes.
- 16 Cambio demográfico.
- 13 Educación financiera e inclusión social de los consumidores.
- 15 Inclusión, diversidad e igualdad de oportunidades en los equipos de trabajo.

Los resultados de este análisis sirven como base en procesos muy relevantes para **Grupo Santalucía** desde el punto de vista estratégico, como son:

- Diseño de nuestra hoja de ruta para el período 2025-2028 teniendo en cuenta los aspectos más importantes identificados por los grupos de interés.
- Elaboración del Informe Corporativo de Sostenibilidad 2025-2028.
- Definición de los ODS relevantes.

Aunque el análisis completo se repetirá cada cuatro años, alineado al calendario de elaboración del Plan Estratégico del Grupo, en 2025 se ha llevado a cabo una actualización destinada a asegurar que el conjunto de impactos, riesgos y oportunidades identificados continúan reflejando de manera precisa la realidad del Grupo y su contexto operativo y, en caso contrario, realizar los ajustes necesarios. Esta revisión tendrá carácter anual.



COMO NO PODÍA SER DE OTRA FORMA, DADO EL PROPÓSITO QUE HA GUIADO A SANTALUCÍA DESDE SU NACIMIENTO, MUCHOS DE LOS TEMAS IDENTIFICADOS EN EL ANÁLISIS DE DOBLE MATERIALIDAD ESTÁN RELACIONADOS CON LAS PERSONAS Y EL BIENESTAR.

5.2 NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL

GRUPO SANTALUCÍA RECONOCE LA IMPORTANCIA DEL PLAN DE TRANSICIÓN CLIMÁTICA EN RELACIÓN CON EL PROCESO DE DESCARBONIZACIÓN PARA ALINEARSE CON LOS OBJETIVOS DEL ACUERDO DE PARÍS Y DAR CUMPLIMIENTO A LOS REQUISITOS REGULATORIOS. POR ESO, EL PLAN FORMA PARTE DE LAS LÍNEAS DE ACCIÓN DEFINIDAS PARA EL NUEVO CICLO ESTRATÉGICO, ALINEADAS CON EL PLAN CORPORATIVO DE SOSTENIBILIDAD 2025–2028.

Para abordar el cambio climático, nuestro Grupo ha tenido en cuenta el análisis de resiliencia, que valora cómo se puede hacer frente a los riesgos climáticos a corto, medio y largo plazo. En ese proceso de evaluación interna de riesgos y solvencia, tenemos en cuenta cómo estos riesgos climáticos podrían afectar a su situación, así como su impacto en los activos financieros, en los activos inmobiliarios y en los riesgos de suscripción de seguros de Vida y No Vida, estableciendo umbrales para cada tipo de activo.

A la hora de llevar a cabo esta evaluación, partimos de dos escenarios:

- *Net Zero*, que considera que el aumento de la temperatura será inferior a 1,5°C.
- *Nationally Determined Contributions (NDCs)* que considera que habrá un aumento de la temperatura superior a 2°C.

Ambos escenarios analizan los principales impactos que tienen los riesgos climáticos sobre la situación financiera y de solvencia del Grupo y permiten contrastar su resiliencia ante una transición acelerada hacia una economía descarbonizada, así como ante un escenario más gradual y con mayores tensiones climáticas.

Como resultado de este análisis se ha llegado a la conclusión de que los riesgos principales para el Grupo están relacionados con la suscripción de productos de seguros, concretamente de seguros de No Vida, que resultan significativos a medio y largo plazo, y los riesgos en activos financieros e inmobiliarios, que son significativos a largo plazo.

Esta conclusión confirma la necesidad de mantener un seguimiento específico de las exposiciones climáticas en las carteras de suscripción y de inversión, así como de continuar fortaleciendo las capacidades internas de análisis prospectivo en materia climática.

Para hacer frente a los riesgos del cambio climático, nuestro Grupo ha definido distintas estrategias considerando los diferentes horizontes temporales:

1. Corto Plazo (<1 año):
 - A. Reducir la huella de carbono.
 - B. Desarrollar programas de formación en materia de sostenibilidad.

2. Medio Plazo (1-4 años) y Largo Plazo (\geq 5 años):

- A.** Integrar criterios de sostenibilidad en la gestión de la cartera de activos financieros.
- B.** Integrar criterios de sostenibilidad en productos y servicios.

5.2.1. IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Para la identificación y evaluación de impactos climáticos, **Grupo Santalucía** analiza sus fuentes de emisiones de gases de efecto invernadero, procedentes tanto de activos financieros como de activos inmobiliarios, y considera tanto sus emisiones actuales como potenciales. También evalúa las emisiones en la cadena de valor, anticipando posibles incrementos de emisiones derivados de la colaboración con proveedores que tengan impacto ambiental.

En cuanto a la identificación y evaluación de riesgos, el Grupo lleva a cabo un análisis integral de los riesgos climáticos, considerando tanto los riesgos físicos como los riesgos de transición en sus activos y actividades, como los derivados de las relaciones comerciales de los proveedores intragrupo.

Para valorar los riesgos físicos, se estudian escenarios climáticos y para los riesgos de transición, se proyectan escenarios en los que se espera que exista un mayor o menor riesgo de transición según la adopción de políticas futuras que mitiguen este riesgo.

5.2.2. GESTIÓN CLIMÁTICA

En **Grupo Santalucía**, la gestión de los principales aspectos del cambio climático se rige por su Política Corporativa de Sostenibilidad, en la que se especifican, entre otros temas:

- Sus compromisos en materia de mitigación y adaptación al cambio climático.
- Las acciones del Grupo a favor de la eficiencia energética y de la incorporación de energías renovables.
- Los compromisos del Grupo para la creación de valor a largo plazo para sus principales grupos de interés mediante una actividad desarrollada de forma responsable.

Además, el Grupo cuenta con la Política de Control y Gobernanza de Productos, que define los principios y directrices necesarios para asegurar un desarrollo, gestión y control responsable de los productos.

Las principales iniciativas que se están llevando a cabo para mitigar y adaptarse al cambio climático, con indicación de su palanca de descarbonización asociada, son las siguientes:

- 1.** Reducción del consumo mediante mejoras tecnológicas y optimización de procesos, asociada a la palanca de descarbonización de eficiencia energética.

2. Sustitución de tecnologías basadas en combustibles fósiles por soluciones eléctricas, como vehículos o calefacción eléctricos, asociada a la palanca de descarbonización de electrificación.
3. Cambio a fuentes limpias como biocombustible, hidrógeno verde o gas natural, asociada a la palanca de descarbonización de sustitución de combustibles.
4. Adopción de fuentes de energía solar, eólica o hidráulica para reducir emisiones, asociada a la palanca de descarbonización de uso de energía renovable.
5. Diseño de bienes y servicios más sostenibles y con menor huella de carbono, asociada a la palanca de descarbonización de cambio de productos.
6. Colaboración con proveedores y optimización de logística para reducir emisiones indirectas, asociada a la palanca de descarbonización de la cadena de suministro.

Además, se han puesto en marcha iniciativas para fomentar prácticas responsables y generar un impacto positivo en el entorno a través de la gestión de los activos inmobiliarios, activos financieros, la creación de productos y servicios sostenibles y la gestión de proveedores:

ACTIVOS INMOBILIARIOS (NEGOCIO ASISTENCIAL)

Instalación de sensores inteligentes en diversas infraestructuras o sistemas del Negocio Asistencial para monitorizar, recopilar y analizar datos en tiempo real.

Transición a flota híbrida electrificada. Proceso de sustitución de los vehículos de combustión interna (generalmente de gasolina o diésel) por vehículos eléctricos en nuestra flota.

Instalación de paneles solares que convierten la energía solar en electricidad mediante el efecto fotovoltaico.

Continuación en la creación de grandes instalaciones solares fotovoltaicas (huerto solar) destinadas a generar electricidad a partir de la energía solar.

Incremento de producto ecológico en cremaciones.

Optimización de sistemas térmicos y de climatización.

Rediseño del cuadro de mando energético de las residencias.

Sensibilización y formación en gestión medioambiental.

ACTIVOS INMOBILIARIOS (NEGOCIO ASEGURADOR)

Instalación fotovoltaica en los inmuebles para autoconsumo.

Implantación de la certificación BREEAM en los inmuebles.

Contratación del suministro de electricidad con garantías de origen sostenible.

Sustitución progresiva de luminarias por sistemas LED de alta eficiencia para reducir consumos asociados a iluminación.

ACTIVOS INMOBILIARIOS (NEGOCIO ASEGURADOR Y ASISTENCIAL)

Monitorización de consumos eléctricos. Ampliación de los sistemas de control y monitorización en los edificios en rentabilidad para mejorar la eficiencia de los inmuebles.

Instalación de cargadores eléctricos en el edificio de Plaza de España para vehículos híbridos o eléctricos.

Contratación de energía eléctrica proveniente exclusivamente de fuentes renovables para el abastecimiento de los centros.

ACTIVOS FINANCIEROS

Mantenimiento de un rating medio y de un porcentaje de inversión con criterios ASG.

Expansión del catálogo de productos sostenibles del Grupo.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Estudio climático en el ramo de Hogar. Se analizan variables topográficas que ayudan a determinar con precisión las consecuencias de los eventos climáticos.

Estudio climático en la salud y mortalidad. Se colabora con universidades para estudiar el impacto del cambio climático en la mortalidad y salud de la población.

Oferta de productos sostenibles. Expansión del catálogo de productos sostenibles en **Santalucía**.

Personalización de la oferta aseguradora con enfoque ASG, adaptando los productos a las necesidades reales del cliente, incluyendo nuevas garantías de ayuda a la dependencia, para reforzar la protección en situaciones de vulnerabilidad.

Bienestar animal integrado en la propuesta de valor, incorporando a la mascota como asegurado en la póliza de Decesos y lanzando un seguro específico.

Modelos de alerta meteorológica. Sistemas de avisos preventivos para comunicar riesgos meteorológicos relevantes.

PROVEEDORES

Adhesión al Código Ético y de Conducta para promover el respeto al medioambiente integrando buenas prácticas medioambientales.

Compra de materiales ecológicos.

Licitación para renting de vehículos con etiqueta ECO o 0.

Adhesión al Código de Conducta Funerario. En el Negocio Asistencial se promueve entre los proveedores funerarios un trabajo eficaz y responsable con el medioambiente.

OBJETIVOS RELACIONADOS CON EL CAMBIO CLIMÁTICO

Para reafirmar el compromiso con el cambio climático, **Grupo Santalucía** se marcó los siguientes objetivos para 2025:

- Incorporar criterios de sostenibilidad en el 65% de las inversiones.
- Mantener un rating de sostenibilidad mínimo de 60 puntos porcentuales.

En el **NEGOCIO ASEGURADOR**:

- Identificar, clasificar, priorizar y resolver vulnerabilidades en sistemas de información para prevenir explotaciones y mejorar la seguridad proactivamente.

En el **NEGOCIO ASISTENCIAL**:

- Instalar 5 máquinas enfriadoras de alta eficiencia en diversas instalaciones.
- Renovación de sistemas VRV (climatización), mejorando las infraestructuras.
- Implementar 5 sistemas de monitoreo del consumo energético.
- Reemplazar 2 calderas, con la finalidad de mejorar la eficiencia y sostenibilidad de los centros.
- Incorporar energía renovable a través de placas solares en las instalaciones.
- Concienciar a los trabajadores sobre la sostenibilidad y la buena gestión energética.
- Sustituir 3 equipos de acumulación de ACS por sistema de producción simultánea.
- Instalar 8 puntos de recarga de vehículos eléctricos.



PARA LUCHAR CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS CONSECUENCIAS, LLEVAMOS A CABO ACCIONES BASADAS EN LA MITIGACIÓN, LA EFICIENCIA ENERGÉTICA Y LA GESTIÓN RESPONSABLE DE PRODUCTOS.

5.2.3. PRINCIPALES MAGNITUDES DE CAMBIO CLIMÁTICO

CONSUMO Y COMBINACIÓN DE ENERGÍA

A continuación, se presenta el consumo energético en megavatios por hora (MWh), separando por fuentes de energía utilizadas:

Indicador	Consumo		
	2025	2024	
Consumo total de energía	97.967,61 MWh	95.623,43 MWh	
Consumo total de energía fósil	71.558,59 MWh	67.382,74 MWh	
Sectores con un impacto climático elevado	Consumo de combustible procedente del carbón y derivados	-	
	Consumo de combustible procedente del petróleo crudo y de productos petrolíferos	944,54 MWh	880,15 MWh
	Consumo de combustible procedente del gas natural	-	-
	Consumo de combustible procedente de otras fuentes fósiles	-	-
	Consumo de electricidad, calor, vapor y refrigeración comprados o adquiridos procedentes de fuentes fósiles	-	-
Proporción de fuentes fósiles en el consumo total de energía	73,04%	70,47%	
Consumo total de energía nuclear	7.794,51 MWh	6.024,06 MWh	
Proporción de fuentes nucleares en el consumo total de energía	7,96%	6,30%	
Consumo total de energía renovable	18.614,52 MWh	22.216,62 MWh	
Consumo de combustible procedente de fuentes renovables	300,55 MWh	274,20 MWh	
Consumo de electricidad, calor, vapor y refrigeración comprados o adquiridos de fuentes renovables	15.333,04 MWh	18.667,30 MWh	
Consumo de energía renovable autogenerada no combustible	2.980,93 MWh	3.495,20 MWh	
Proporción de fuentes renovables en el consumo total de energía	19,00%	23,23%	
Producción de energía no renovable	-	-	
Producción de energía renovable	2.980,93 MWh	3.495,19 MWh	
Consumo total de energía de sectores con un impacto climático elevado	944,54 MWh	998,40 MWh	
Intensidad energética de los sectores con un impacto climático elevado	0,00012 MWh/€	0,00013 MWh/€	

GESTIÓN DE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

El Grupo calcula sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) para conocer su evolución y definir medidas para reducirlas. En la tabla siguiente se detallan los datos por negocios y alcance:

Alcance	Indicador	Emisiones totales (tCO ₂ e)		% de emisiones sobre el total (basado en el mercado)		% de emisiones sobre el total (basado en la ubicación)	
		2025	2024	2025	2024	2025	2024
Negocio Asegurador	Emisiones de GEI de Alcance 1	576,24	627,83	0,02%	0,03%	0,02%	0,03%
	Emisiones de GEI de Alcance 2 basado en el mercado	18,99	-	0,00%	-	-	-
	Emisiones de GEI de Alcance 2 basado en la ubicación	503,08	506,04	-	-	0,02%	0,02%
	Emisiones de GEI de Alcance 3	2.437.644,01	2.106.653,69	99,09%	99,03%	99,22%	99,16%
	- Viajes de negocios	331,18	376,03	0,01%	0,02%	0,01%	0,02%
	- Inversiones	2.437.312,83	2.106.277,66	99,08%	99,01%	99,20%	99,14%
	Total Emisiones de GEI (basado en el mercado)	2.438.239,24	2.107.281,52	99,12%	99,06%	-	-
	Total Emisiones de GEI (basado en la ubicación)	2.438.723,33	2.107.787,56	-	-	99,26%	99,21%
Negocio de Gestión de Activos	Emisiones de GEI de Alcance 1	-	-	-	-	-	-
	Emisiones de GEI de Alcance 2 basado en el mercado	-	-	-	-	-	-
	Emisiones de GEI de Alcance 2 basado en la ubicación	-	-	-	-	-	-
	Emisiones de GEI de Alcance 3	1.490,92	1.210,35	0,06%	0,06%	0,06%	0,06%
	- Viajes de negocios	5,67	7,46	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

(Sigue en página siguiente)

Negocio de Gestión de Activos	- Inversiones	1.485,25	1.203,00	0,06%	0,06%	0,06%	0,06%
	Total Emisiones de GEI (basado en el mercado)	1.490,92	1.210,35	0,06%	0,06%	-	-
	Total Emisiones de GEI (basado en la ubicación)	1.490,92	1.210,35	-	-	0,06%	0,06%
Negocio Asistencial	Emisiones de GEI de Alcance 1	12.611,53	11.847,57	0,51%	0,56%	0,51%	0,56%
	Emisiones de GEI de Alcance 2 basado en el mercado	6.648,71	6.111,84	0,27%	0,29%	-	-
	Emisiones de GEI de Alcance 2 basado en la ubicación	3.025,69	2.738,04	-	-	0,12%	0,13%
	Emisiones de GEI de Alcance 3	248,42	179,88	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
	- Viajes de negocios	248,42	179,88	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
	- Inversiones	-	-	-	-	-	-
	Total Emisiones de GEI (basado en el mercado)	19.508,66	18.139,29	0,79%	0,85%	-	-
	Total Emisiones de GEI (basado en la ubicación)	15.885,63	14.765,49	-	-	0,65%	0,69%
Negocio de Operaciones y Prestación de Servicios	Emisiones de GEI de Alcance 1	589,55	602,89	0,02%	0,03%	0,02%	0,03%
	Emisiones de GEI de Alcance 2 basado en el mercado	-	-	-	-	-	-
	Emisiones de GEI de Alcance 2 basado en la ubicación	146,13	137,71	-	0,01%	0,01%	0,01%
	Emisiones de GEI de Alcance 3	93,69	88,43	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	- Viajes de negocios	93,69	88,43	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	- Inversiones	-	-	-	-	-	-
	Total Emisiones de GEI (basado en el mercado)	683,24	691,32	0,03%	0,03%	-	-
	Total Emisiones de GEI (basado en la ubicación)	829,37	829,03	-	-	0,03%	0,04%
Emisiones de GEI Totales basado en el mercado	2.459.922,06	2.127.322,48	100,00%	100,00%	-	-	
Emisiones de GEI Totales basado en la ubicación	2.456.929,26	2.124.592,43	-	-	100,00%	100,00%	

5.3 NUESTRO IMPACTO SOCIAL

IMPULSAMOS EL IMPACTO POSITIVO A TRAVÉS DE NUESTRO PLAN DE IMPACTO EN LA SOCIEDAD, EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO SUMAMOS Y ACCIONES DE ASOCIACIÓN Y PATROCINIO ORIENTADAS A GENERAR VALOR SOSTENIBLE EN LA SOCIEDAD.

5.3.1. PLAN DE IMPACTO EN LA SOCIEDAD

En 2025 lanzamos un nuevo Plan de Impacto en la Sociedad, en línea con el Plan Corporativo de Sostenibilidad 2025-2028, para seguir creciendo como un ecosistema de empresas que integra los retos del entorno y genera confianza.

Para su elaboración se han tenido en cuenta dos aspectos fundamentales:

- Evolución de la contribución a la sociedad como Grupo con legitimidad social, en un contexto de rápidos cambios y nuevas necesidades.
- Escucha activa interna y externa del ecosistema **Santalucía**, con aliados y grupos de interés que nos permitan afrontar los desafíos actuales.

Este Plan tiene dos objetivos fundamentales:

- 1. Aumentar nuestro impacto social y nuestra visibilidad.** Contribuir a un mayor bienestar social, con especial foco en las familias y colectivos vulnerables en particular.
- 2. Medir el impacto y compromiso social.** Consolidar la evaluación del impacto social en el Grupo para una gestión más eficiente y tangibilizar los resultados que miden el valor generado.

Se articula en torno a tres ejes de actuación.

EJE 1. CAPILARIDAD SOCIAL A NIVEL INTERNO Y EXTERNO

Impulsamos la visibilidad y reputación del Grupo como agente de impacto social positivo y complementamos el Plan de Comunicación Corporativa con contenidos y formatos específicos sobre impacto social para la sensibilización interna.

EJE 2. PARTICIPACIÓN Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Potenciamos el compromiso de las personas en la participación social a través del desarrollo de programas clave como los siguientes:

“Tú eliges a quién ayudamos”. En 2025 se lanzó la XIII edición de este programa, a través del cual se define la inversión social del Grupo junto con los empleados y clientes, nominando y seleccionando proyectos sociales en línea con las temáticas de los ejes del Plan de Impacto en la Sociedad y los ODS.

En total, se sometieron a votación 67 proyectos pertenecientes a diversos ámbitos de actuación, como el cáncer, las enfermedades raras, la discapacidad, los colectivos en riesgo de exclusión, el daño cerebral y los trastornos neurológicos. Se recibieron más de 6.000 votos en las Redes Sociales y resultaron ganadoras las siguientes entidades:

FUNDACIÓN INTHEOS

Acerca a los pacientes oncológicos los últimos avances de la investigación y la medicina personalizada, acelerando el acceso a terapias y ensayos clínicos innovadores.

CRIS CONTRA EL CÁNCER

Fomenta, desarrolla y financia la investigación contra el cáncer.

FUNDACIÓN AISSE

Se centra en la neurorrehabilitación de personas con patologías neurológicas mediante programas clínicos especializados, actividades divulgativas y formación.

FUNDACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN BIOMÉDICA DEL HOSPITAL UNIVERSITARIO RAMÓN Y CAJAL

Se encarga de la gestión de programas y proyectos de investigación clínica, y otras actividades conexas en el campo de la Biomedicina.

ASPANION CÁNCER INFANTIL

Dedicada al acompañamiento integral a familias con menores con cáncer, proporcionando apoyo psicológico y social desde el diagnóstico y ofreciendo ayudas específicas. Ganadora del Premio Solidario del Seguro 2025.

“**Embajadores de los ODS**”. En 2025 se lanzó la V edición de este programa interno que nació en 2021 con el reto de implicar y sensibilizar a los empleados en el desarrollo sostenible. Un total de 56 personas del Grupo se unieron al proyecto para trabajar en diferentes iniciativas e impulsar los ODS prioritarios (ODS3, ODS5, ODS10 y ODS13).



El papel de los embajadores es inspirar, dinamizar y organizar acciones, vinculándose con el Plan de Voluntariado “Sumamos”.

Además, refuerza las alianzas para un mayor impacto positivo con foco en el bienestar de las familias. En este sentido:

- Se ha renovado el apoyo a Grandes Amigos, Adopta Un Abuelo y SECOT (Séniors Españoles para la Cooperación Técnica) para impulsar el envejecimiento activo y luchar contra la soledad en las personas mayores.
- Se mantiene la alianza con la Fundación Pasqual Maragall para facilitar un espacio de respiro y formación a cuidadores de personas con Alzheimer y personas dependientes.
- Colaboramos con la Asociación Española Contra el Cáncer y la Fundación Aladina para facilitar la atención médica y mejorar la calidad de vida de las personas con cáncer, y con Cruz Roja para promocionar el éxito de jóvenes en riesgo de exclusión.
- Formamos parte del patronato de la Fundación Orbayu y colaboramos en su función principal de concesión de microcréditos a los emprendedores más vulnerables de países en vías de desarrollo.

Enmarcado en este segundo eje, el Plan de Impacto Social profundiza en un nuevo modelo de medición de impacto, incorporando mejoras en relación con la contribución de **Santalucía**.

EJE 3. COMPROMISOS EN SOSTENIBILIDAD

A través del Plan de Impacto en la Sociedad, promovemos el apoyo al Comité de Sostenibilidad en los siguientes ámbitos:

- Comunicación y otros requerimientos ASG relevantes.
- Recertificación en sostenibilidad y contribución empresarial a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de AENOR.

Como resultado de todas estas iniciativas, **Santalucía**, matriz del Grupo, ha pasado del puesto 68 al puesto 60 en el ranking de Merco Responsabilidad ASG y mantiene la quinta posición a nivel sectorial, configurándose como una de las entidades aseguradoras más responsables del país.

Las empresas del Grupo también realizan diferentes acciones en este ámbito:

- **Iris Global** colabora con diversas asociaciones en el marco de su estrategia de Responsabilidad Social. Destacan, Tengo Hogar —para acompañar a familias vulnerables y favorecer su reintegración social— y la Fundación SEUR a través del proyecto “Tapones para una nueva vida”, que combina reciclaje y apoyo sanitario infantil. Además, ha iniciado colaboraciones con entidades dedicadas a la protección de animales abandonados, como la Fundación Animal Rescue, Dejando Huella y Héroe de 4 Patas, esta última orientada a encontrar hogar para perros de trabajo jubilados.
- **Santalucía Servicios Compartidos, Unicorp Vida y Pelayo Vida** apoyan al programa “Un euro solidario” de la Fundación Orbayu, basado en aportaciones voluntarias de los empleados a través de su nómina.
- **Ballesol** colabora con la Fundación CRIS contra el Cáncer en una campaña de recaudación de fondos para la investigación y participa en actividades de la Fundación OAFI a través del programa OAFI Space, orientado a evaluar la adecuación de espacios a la salud articular de los residentes. Además, ha realizado colaboraciones puntuales con Cruz Roja, Fundación Olivares, Fundación Diana y la Asociación AFA Parkinson y otras demencias del Corredor del Henares.
- **Grupo Albia** colabora con ASPNAIS mediante la elaboración de merchandising para favorecer la inclusión social, educativa y laboral de personas con discapacidad intelectual. También apoyo a Soulem, entidad dedicada a la integración de mujeres en situación vulnerable, y es socio de la Fundación Breogán para la promoción del deporte inclusivo.

5.3.2. PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO “SUMAMOS”

Continúa el compromiso con la sociedad a través de espacios de solidaridad, transformación social y desarrollo personal y profesional que permiten potenciar la huella social positiva en línea con los ODS de impacto directo y la estrategia de RSC.

Durante 2025 se han superado las 700 participaciones de personas, tanto empleados del Grupo como familiares y amigos, que han aportado su compromiso y su tiempo. Se han desarrollado más de 20 actividades destinadas a paliar la soledad de las personas mayores, enfermas o con discapacidad, y a dotar de recursos a familias en riesgo de exclusión.

5.3.3. ACCIONES DE ASOCIACIÓN O PATROCINIO

Grupo Santalucía sigue mostrando su apoyo al deporte y a la cultura a través del patrocinio de asociaciones y deportistas.

En el ámbito del deporte, ha patrocinado a la padelista Alejandra Salazar, número uno del ranking mundial en tres décadas distintas y situada en el TOP 3 de forma consecutiva durante los últimos 15 años.

Además, ha patrocinado el cine de verano de La Estival y el mercadillo de Navidad, La Navideña, así como la Hispanoamericana, un evento de artesanía, gastronomía y cultura de los países latinoamericanos celebrado del 25 de abril al 11 de mayo de 2025. Todos ellos tuvieron lugar en la Plaza de España, de Madrid.

En 2025 también se ha trabajado en un patrocinio de contenido: Icónica Santalucía Sevilla Fest, en el ámbito de la música.



SANTALUCÍA HA QUEDADO FINALISTA DE LOS PREMIOS *INTRAMA WELLBEING 2025* POR SU PROGRAMA DE VOLUNTARIADO, CON FOCO EN MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA Y EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS.

VELAMOS POR NUESTRO IMPACTO SOCIAL

PRINCIPALES CIFRAS



715

PARTICIPACIONES
EN ACTIVIDADES DE
VOLUNTARIADO



1.311

HORAS
DE VOLUNTARIADO



7

ALIANZAS
A LARGO PLAZO CON
ENTIDADES SOCIALES



5º

PUESTO
ENTIDADES ASEGURADORAS EN
MERCADO RESPONSABILIDAD ESG



8.127

PERSONAS
BENEFICIARIAS

ALIANZAS A LARGO PLAZO



PROGRAMA DE CUIDADOS
PALIATIVOS PARA NIÑOS Y
NIÑAS CON CÁNCER

773

BENEFICIARIOS



asociación
española
contra el cáncer

PROGRAMA DE
ESTIMULACIÓN
COGNITIVA CHEMOBRAIN

426

BENEFICIARIOS



APOYO A FAMILIARES DE
PERSONAS DEPENDIENTES Y
CON ALZHEIMER

300

BENEFICIARIOS



**GRANDES
AMIGOS**
POR UNA VEJEZ DIGNA,
SIN EDADISMO NI SOLEDAD

ACOMPANIAMIENTO A
PERSONAS MAYORES
PARA LUCHAR CONTRA LA
SOLEDAD

6.239

BENEFICIARIOS



ADOPTA
UNABUELO
.ORG



PROYECTO DE PROMOCIÓN
DEL ÉXITO DE JÓVENES EN
SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD

162

BENEFICIARIOS



IMPULSO EMPRENDEDOR
TRAS LA JUBILACIÓN

272

BENEFICIARIOS

5.3.4. DESAFÍO SANTALUCÍA SENIORS

En 2025, **Santalucía** ha lanzado la II edición de esta iniciativa, a la que se inscribieron más de 220 personas, que busca promover la longevidad positiva y el envejecimiento activo, demostrando que la edad no es un impedimento para llevar una vida plena y saludable. Volvió a contar con el copatrocinio de **Ballesol** e **Iris Global**, que proporcionó el seguro de Asistencia en Viaje para garantizar la seguridad de los participantes.

En esta ocasión, el Desafío Santalucía Seniors ha llevado a cinco personas mayores de 65 años al Ártico de Svalbard en una expedición liderada por el experto en navegación polar Álex Jara, en donde vivieron una experiencia transformadora que exigió resistencia, trabajo en equipo y adaptación a condiciones climáticas adversas. Durante la travesía, se enfrentaron a jornadas intensas, como la llegada a Pyramiden tras casi 24 horas de actividad continua entre glaciares, hielo y vigilancia por presencia de osos polares.

El logotipo del Desafío integra en esta edición símbolos que representan la aventura, la fortaleza y el legado propios de un entorno tan singular como Svalbard. Su elemento central es un oso polar, considerado guía espiritual en culturas indígenas del Ártico y símbolo de adaptación y supervivencia en condiciones extremas. El diseño incorpora también paisajes nevados y auroras boreales, que evocan la conexión entre pasado, presente y futuro, y simbolizan el legado que los seniors dejan a las nuevas generaciones. Dos huellas representan el camino recorrido durante la expedición y la huella perdurable que inspira a seguir superando retos trascendiendo los límites del hielo y del tiempo.

Esta edición ha consolidado el Desafío como una iniciativa referente en la promoción del talento senior, destacando la capacidad de superación, vitalidad y ejemplo inspirador de este colectivo.



En el mes de junio, previo a la expedición, los participantes fueron recibidos por diversas autoridades regionales y nacionales. El equipo contó con el respaldo institucional de la Presidencia del Senado de España, la Consejería de Asuntos Sociales de la Comunidad de Madrid y los Ayuntamientos de Irún, Gandía y Palencia, además del apoyo de entidades deportivas como el Centro Superior de Deportes. Este acompañamiento institucional puso de manifiesto la relevancia del Desafío Santalucía Senior, no solo como una experiencia personal de superación, sino como un símbolo del valioso aporte del colectivo senior a la sociedad.

En marzo de 2026 se estrenó el documental de esta segunda edición, una producción que recoge la inspiradora experiencia vivida por los cinco participantes durante su expedición al Ártico. El documental “La huella y el tiempo”, de la primera edición del Desafío, ganó el premio al documental más social de la 29ª Edición del Festival de Málaga 2026.

5.3.5. INSTITUTO SANTALUCÍA

El Instituto Santalucía es una palanca de actuación fundamental dentro de la política de impacto social del Grupo. Cada año, se consolida más su propuesta de valor a la sociedad.

En 2025 destacan los siguientes hitos:

- Desarrollo del Primer Concurso de Educación Financiera para jóvenes de entre 14 y 18 años, en el que han participado 107 centros educativos y casi 1.300 alumnos. Culminó con la entrega de premios a los estudiantes top 10 del concurso, que tuvo lugar el 18 de septiembre en la sede de **Santalucía** en Plaza de España (Madrid). Previamente recibieron también el reconocimiento de UNESPA en su sede.
- Coincidiendo con la Semana de la Educación Financiera celebrada del 6 al 10 de octubre, se lanzó la campaña de concienciación “La Asignatura Pendiente”, protagonizada por los ganadores del concurso. Ha tenido más de 7.600 visualizaciones.



- Celebración del evento “30 años del Pacto de Toledo”, organizado con FEDEA, una jornada que reunió a economistas, expertos y representantes institucionales para reflexionar, en clave plural y rigurosa, sobre el presente y futuro del sistema de pensiones.
- Publicación de diversos informes expertos:
 - Situación del sistema público de pensiones y proyecciones 2050, por Miguel Ángel García Díaz.
 - Guía para el diseño efectivo de un compromiso por pensiones por jubilación, por Fernando Martínez-Cue.
 - El Pacto de Toledo. Lo que fue y lo que es, por Miguel Ángel García Díaz.
 - El Pacto de Toledo en su 35º aniversario. La singularidad de una institución española, por Octavio Granados.
- Récord en visitas al espacio web alcanzando una cifra de 2.870.591 sesiones totales, lo que supone un aumento del 33%.

PRESENCIA EN SOPORTES DIGITALES

+5.021

SUSCRIPTORES
A LA NEWSLETTER

+8.750

SEGUIDORES EN
NUESTRAS REDES
SOCIALES

+530

CONTENIDOS
NATIVOS EN
REDES SOCIALES

+120

ARTÍCULOS,
VÍDEOS E
INFOGRAFÍAS

IMPACTO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN



14

NOTAS DE
PRENSA



383

IMPACTOS



5.439.131€

VALOR PUBLICITARIO



125

PUBLICACIONES
EN MEDIOS TIERTI

329.950.791

AUDIENCIA TOTAL ALCANZADA

**Valor publicitario y audiencia en base a los datos económicos obtenidos a través de la plataforma Onclusive. A falta de conocer datos económicos adicionales que no se incluyen en la propia plataforma y que impiden el cálculo exacto del valor publicitario y de la audiencia.*

5.3.6. CANALES DE RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Con el objetivo de mantener una comunicación fluida con los grupos de interés, así como para establecer un vínculo de confianza y cercanía, contamos con los siguientes canales de comunicación.

Canales de comunicación	GRUPOS DE INTERÉS					
	Clientes	Empleados	Red Comercial	Proveedores	Sociedad	Org. / Instituc.
Web	•	•	•	•	•	
Atención telefónica	•		•	•	•	
Focus Group	•	•	•		•	
Comités y reuniones		•	•	•		
Convención Anual Comercial		•	•			
Cuestionarios y encuestas	•	•	•	•	•	
Newsletter	•	•	•		•	
Email	•	•	•	•	•	
Envío postal	•					
Portal de comunicación (intranet)		•	•			
Cartelería y pantallas	•	•	•			
Encuesta Clima y Compromiso		•	•			
Tu eliges a quién ayudamos	•	•	•		•	
Portal del voluntariado	•	•	•		•	
Espacio Cliente	•					
WhatsApp	•					
Análisis Internos sobre Información sectorial						•

Adicionalmente, **Grupo Santalucía** participa, a través de sus empresas, en las siguientes redes sociales y es líder en el Sector Asegurador, tanto en volumen de audiencia como en impacto de sus campañas, y referente en acciones de *influencer marketing*.



FACEBOOK



TWITTER



INSTAGRAM



YOUTUBE



LINKEDIN



TIKTOK

5.4 NUESTRO MODELO DE GOBERNANZA

NUESTRO SISTEMA DE GOBIERNO ASEGURA EL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS, RECOMENDACIONES Y MEJORES PRÁCTICAS DE GOBIERNO APLICABLES EN LOS DIFERENTES SECTORES Y MERCADOS EN LOS QUE OPERAN LAS DISTINTAS EMPRESAS QUE COMPONEN NUESTRO GRUPO.

5.4.1. BUEN GOBIERNO Y GESTIÓN DE LA CONDUCTA EMPRESARIAL

1. BUEN GOBIERNO

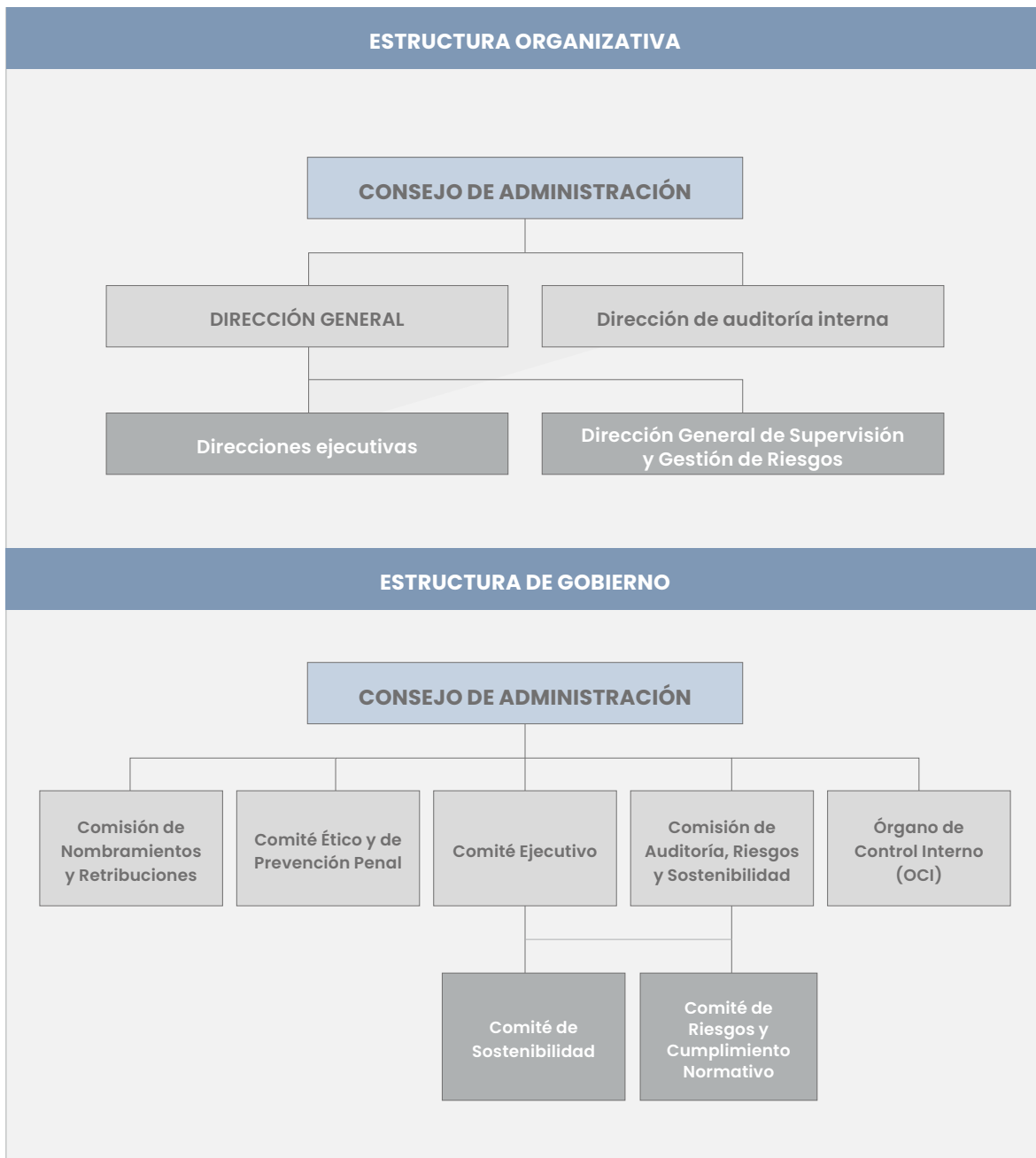
La estructura de gobierno de **Grupo Santalucía** está basada en el diálogo permanente y eficaz entre el equipo directivo, el Consejo de Administración y los accionistas como protagonistas y responsables esenciales de la creación de valor para todos los grupos de interés.

Los accionistas de la Sociedad Matriz expresan su voluntad y ejercen las funciones y derechos que les corresponden legalmente a través de la Junta General de Accionistas. Además, cuentan con el Portal del Accionista, gestionado por el Área de Gobierno de Asesoría Jurídica, para obtener información y plantear consultas, garantizando una comunicación fluida y transparente.

El Consejo de Administración, sin perjuicio de las atribuciones que corresponden a la Junta General de Accionistas, es el responsable de la estrategia, así como de la administración y representación de la Sociedad Matriz y de su Grupo. Sus integrantes poseen los conocimientos, la cualificación y la experiencia profesional en relación, entre otras, con las siguientes materias: mercado de seguros y financieros, estrategia y modelos de negocio, sistema de gobierno, análisis financiero y actuarial y marco regulatorio y gestión de recursos humanos.



NUESTRO GRUPO FOMENTA UNA CONDUCTA RESPONSABLE POR PARTE DE TODAS LAS PERSONAS QUE LO INTEGRAN A TRAVÉS DE REGLAMENTOS Y PROCEDIMIENTOS CORPORATIVOS.



Además de otros órganos y comités de naturaleza consultiva, contamos con una Comisión de Auditoría, Riesgos y Sostenibilidad y, en cumplimiento de las mejores prácticas de buen gobierno corporativo, con una Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Los miembros de estas comisiones disponen de conocimientos y experiencia adecuados a las funciones que desempeñan, y todos ellos son consejeros independientes.

El Grupo también cuenta con un Consejo Asesor de Tecnología e Innovación cuya finalidad principal es asesorar al Consejo de Administración en los proyectos del plan estratégico y toma de decisiones de naturaleza tecnológica e innovación, siendo la mayoría de sus miembros externos e independientes, con experiencia profesional relevante en transformación tecnológica e innovación.

Además, disponemos del Órgano de Control Interno en materia de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo, y del Responsable del Sistema Interno de Información, cuyos miembros son nombrados por el Consejo de Administración con el conocimiento y valoración de la Comisión de Auditoría, Riesgos y Sostenibilidad y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones en función de sus conocimientos, experiencia y honorabilidad. Su función principal es tratar de evitar y, en su caso, mitigar los riesgos penales relacionados con la prevención del blanqueo de capitales, y velar por el correcto funcionamiento del canal de denuncias del Grupo y la aplicación de los principios de la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción. De esta forma, contribuyen con su gestión al trabajo que desarrolla el Comité Ético y de Prevención Penal del Grupo y la Función de Cumplimiento, para mitigar los riesgos con trascendencia penal y aquellos otros relacionados con vulneración de principios, valores y buenas prácticas de mercado que puedan conllevar para el Grupo sanciones económicas, penales y regulatorias, así como una pérdida de reputación y de confianza por parte de clientes, empleados y resto de colaboradores. Ambos órganos dependen del Consejo de Administración y son autónomos en el ejercicio de sus funciones.

2. GESTIÓN DE LA CONDUCTA EMPRESARIAL

Grupo Santalucía fomenta una conducta responsable por parte de todas las personas que lo integran a través de políticas, reglamentos y procedimientos corporativos aprobados y revisados anualmente por el Consejo de Administración.

Destaca el Código Ético y de Conducta con el que cuenta **Santalucía**, matriz del Grupo, y al que se adhieren el resto de las empresas. Este código recoge nuestro absoluto respeto y observancia a los Derechos Humanos y Libertades Públicas que conforman la declaración Universal de los Derechos Humanos y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los Derechos Fundamentales en el

Trabajo. Promueve la igualdad de oportunidades y no discriminación y prohíbe el abuso de autoridad y cualquier tipo de acoso, ya sea físico o psicológico, así como cualquier otra conducta que pueda generar un entorno de trabajo intimidatorio, ofensivo u hostil para las personas.

Adicionalmente, las compañías del Negocio Asegurador cuentan, en su marco de supervisión regulatorio, con Políticas de Aptitud y Honorabilidad, que exigen contar con unas competencias mínimas tanto personales como profesionales, a fin de ejercer cargos asociados a las funciones fundamentales y de dirección efectiva.

Contamos también con un Canal de Denuncias integrado en el Sistema Interno de Información, que permite a empleados, proveedores y a terceros, a través de la web, presentar denuncias o informar sobre posibles conductas ilícitas o contrarias al Código Ético y de Conducta del Grupo. Estas denuncias son tramitadas e investigadas conforme a la normativa interna vigente.

3. POLÍTICA CORPORATIVA DE COMPRAS

Para prevenir y mitigar los posibles riesgos que provienen de la cadena de valor, contamos con un Protocolo de Gestión de Redes, para los proveedores directos, y con la Política de Compras Corporativa, para los proveedores indirectos. Se establecen requisitos de calidad y cumplimiento normativo aplicables a los proveedores que colaboran con cualquiera de las entidades que conforman el Grupo, entre los que figuran la adhesión al Código Ético y de Conducta de **Santalucía** y la declaración por el propio proveedor del cumplimiento de la legalidad en el desarrollo de sus operaciones.

4. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN, SOBORNO Y BLANQUEO DE CAPITALS

En materia de prevención de prácticas ilícitas vinculadas a la corrupción y el soborno, **Grupo Santalucía** dispone de la Política de la Función de Cumplimiento y de la Política de Prevención Penal Corporativa, así como de acciones de formación y concienciación en prevención del blanqueo de capitales (PBC) y riesgos penales.

Además, en la Política de Regalos y Hospitalidad se han fijado de forma clara los principios generales que deben regir la actuación de los administradores, directivos y empleados en cuanto a la aceptación o rechazo de regalos y cortesías.

En las acciones formativas que se imparten a empleados y directivos en materia de prevención penal se incluyen referencias a los delitos relacionados con la corrupción y el soborno. En 2025, se ha incorporado una píldora formativa en el Programa de Formación obligatoria de todos los empleados relacionada con estos temas.

5.4.2. MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS NO FINANCIEROS

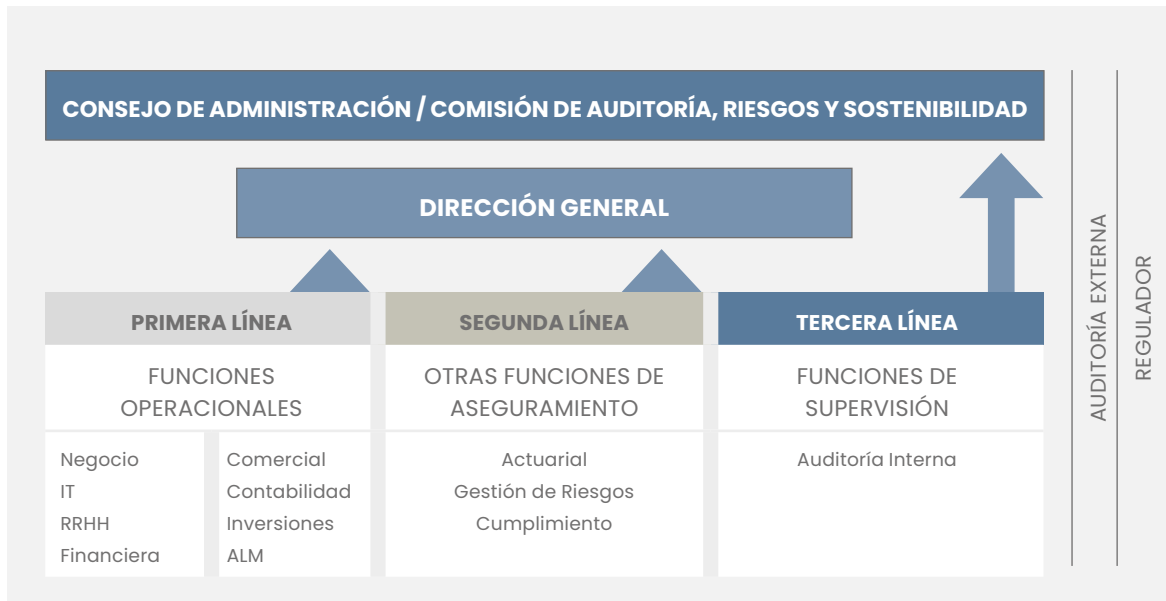
La gestión de riesgos es uno de los pilares del Sistema de Gobierno de **Grupo Santalucía**, estableciendo principios de acción que permiten regular el funcionamiento adecuado y transparente de las sociedades que lo componen, garantizando un crecimiento sostenible, diversificado y socialmente responsable.

El Consejo de Administración de **Santalucía**, como matriz del Grupo, es el órgano último de supervisión y define la filosofía, los principios y la estrategia a seguir en la gestión de riesgos, apoyándose en la Comisión de Auditoría, Riesgos y Sostenibilidad y en los diferentes comités que garantizan una toma de decisiones adecuada.

Santalucía, como matriz aseguradora del Grupo, establece requisitos especiales para su gobernanza, incluyendo sistemas de control para determinados riesgos en función de la normativa aseguradora de Solvencia II.

El sistema de control interno de **Grupo Santalucía** se basa en el modelo de tres líneas y garantiza que los riesgos se gestionen y se supervisen de forma eficiente:

- **PRIMERA LÍNEA:** integrada por las funciones operacionales responsables de identificar y autoevaluar los riesgos y realizar las actividades de control necesarias para mitigarlos.
- **SEGUNDA LÍNEA:** formada por las áreas de control que coordinan el modelo de gestión de riesgos y aseguran el cumplimiento de las políticas y estándares definidos.
- **TERCERA LÍNEA:** responsable de supervisar el sistema y asesorar en temas de buen gobierno y procesos de la organización, bajo un marco de independencia y objetividad.



La Política de la Función de Gestión de Riesgos Corporativa desarrolla las normas y principios generales de actuación en este ámbito. Esta política adopta las disposiciones normativas y desarrolla un sistema eficaz de gestión de riesgos que garantice una gestión sana y prudente en todos los ámbitos de actuación del Grupo.

Los principales riesgos no financieros de **Grupo Santalucía** son los siguientes:

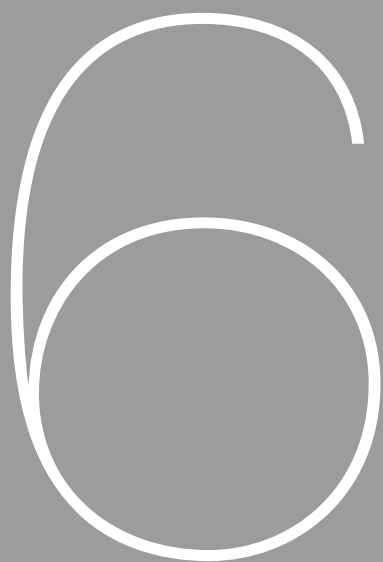
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos operacionales. • Riesgos derivados de transacciones entre empresas del Grupo. • Riesgos de suscripción. • Riesgos estratégicos. | <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de Contagio. • Riesgos Reputacionales. • Ciberriesgos. • Riesgos de Sostenibilidad. |
|--|--|

Estos riesgos se tienen en cuenta en el análisis del perfil de riesgo del Grupo y se gestionan en función de su naturaleza:

- **CUALITATIVAMENTE**, dentro del sistema de control interno, cuando tienen una estrecha vinculación con los riesgos operacionales (derivados de transacciones entre empresas del Grupo, estratégicos, de contagio, reputacionales).
- **CUANTITATIVAMENTE**, durante el proceso de autoevaluación de los riesgos y de la solvencia (ORSA) mediante valoraciones cuantitativas de diferentes escenarios adversos (operacionales, suscripción, ciberriesgos).

Dentro del marco de gestión de los riesgos no financieros, en 2025 se ha puesto el foco en la adaptación del sistema de control interno a los nuevos cambios organizativos y regulatorios en materia de tecnologías de información (DORA) y en el establecimiento del sistema de control interno sobre la información de sostenibilidad (SCIIS).

Además, se han llevado a cabo acciones para realizar un análisis de materialidad de los riesgos de sostenibilidad sobre todas las masas patrimoniales del balance y valoración de escenarios correspondientes a estos riesgos para una cuantificación más precisa.



CUENTAS
ANUALES
CONSOLIDADAS

El Balance y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidados que se recogen a continuación reflejan el resultado del primer año de nuestro Plan Estratégico CONTIGO2028. Un ejercicio en el que no solo hemos consolidado los logros alcanzados en el ciclo anterior, sino que también hemos activado iniciativas clave para impulsar el crecimiento de **Grupo Santalucía**, reforzando nuestra solidez y capacidad de adaptación en un entorno de incertidumbre permanente.

6.1. BALANCE CONSOLIDADO

A 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024 (DATOS EN EUROS)

ACTIVO	2025	2024
A-1) Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	431.418.792,22	387.321.042,67
A-2) Activos financieros mantenidos para negociar	77.387.661,74	31.666.361,13
I. Instrumentos de patrimonio	2.346.196,35	2.471.591,89
II. Valores representativos de deuda	62.659.892,00	19.934.122,43
III. Derivados	12.381.573,39	9.260.646,81
IV. Otros	0,00	0,00
A-3) Otros activos financieros a valor razonable con cambios en Pérdidas y Ganancias	1.625.222.240,50	1.828.634.980,82
I. Instrumentos de patrimonio	6.569.741,88	6.064.811,81
II. Valores representativos de deuda	123.909.829,18	115.735.603,91
III. Instrumentos híbridos	0,00	0,00
IV. Inv cta tomadores seguros vida que asumen riesgo inversión	1.465.736.229,03	1.698.401.070,75
V. Otros	29.006.440,41	8.433.494,35
A-4) Activos financieros disponibles para venta	9.865.583.287,42	9.088.065.009,72
I. Instrumentos de patrimonio	2.130.901.146,03	1.607.331.590,28
II. Valores representativos de deuda	7.845.430.537,98	7.574.348.309,69
III. Inv cta tomadores seguros vida que asumen riesgo inversión	0,00	0,00
IV. Otros	-110.748.396,59	-93.614.890,25
A-5) Préstamos y partidas a cobrar	949.689.071,38	936.694.511,68
I. Valores representativos de deuda	51.102.797,06	56.741.416,24
II. Préstamos	16.132.957,46	31.551.643,30
1. Anticipos sobre pólizas	14.881.611,95	16.823.889,40
2. Préstamos a entidades del grupo y asociadas	718.241,87	145.979,95
3. Préstamos a otras partes vinculadas	533.103,64	14.581.773,95
III. Depósitos en entidades de crédito	1.354.713,35	5.241.733,36
IV. Depósitos constituidos por reaseguro aceptado	867.374,28	862.127,92
V. Créditos por operaciones de seguro directo	717.183.404,42	680.399.135,38
1. Tomadores de seguro	714.773.848,76	677.841.073,39
2. Mediadores	2.409.555,66	2.558.061,99
VI. Créditos por operaciones de reaseguro	13.842.753,10	16.001.200,72
VII. Créditos por operaciones de coaseguro	5.390.157,56	3.850.715,82
VIII. Desembolsos exigidos	0,00	0,00
IX. Otros créditos	143.814.914,15	142.046.538,94
1. Créditos con las Administraciones Públicas	5.730.680,32	5.472.981,25
2. Resto de créditos	138.084.233,83	136.573.557,69

ACTIVO	2025	2024
A-6) Inversiones mantenidas hasta el vencimiento	0,00	0,00
A-7) Derivados de cobertura	0,00	0,00
A-8) Participación del reaseguro en provisiones técnicas	46.754.249,81	42.646.985,04
I. Provisión para primas no consumidas	10.907.138,34	9.774.109,66
II. Provisión de seguros de vida	7.771.221,17	7.197.366,26
III. Provisión para prestaciones	28.071.018,62	25.674.509,60
IV. Otras provisiones técnicas	4.871,68	999,52
A-9) Inmovilizado material e inversiones inmobiliarias	811.012.528,11	692.423.759,85
I. Inmovilizado material	421.415.112,47	421.490.647,85
II. Inversiones inmobiliarias	389.597.415,64	270.933.112,00
A-10) Inmovilizado intangible	460.100.070,37	546.567.811,46
I. Fondo de comercio	157.167.214,19	195.676.809,71
1. Fondo de comercio de consolidación	156.060.457,56	192.668.620,14
2. Otros	1.106.756,63	3.008.189,57
II. Derechos económicos de carteras de pólizas adquiridas a mediadores	0,00	0,00
III. Otro activo intangible	302.932.856,18	350.891.001,75
A-11) Participación en sociedades puestas en equivalencia	56.285.467,87	57.240.134,01
I. Entidades Asociadas	6.861.618,39	11.022.020,94
II. Otras	0,00	0,00
III. Participaciones en empresas multigrupo	49.423.849,48	46.218.113,07
IV. Participaciones en empresas del grupo	0,00	0,00
A-12) Activos fiscales	131.170.436,11	155.970.789,71
I. Activos por impuesto corriente	9.988.821,99	21.389.529,74
II. Activos por impuesto diferido	121.181.614,12	134.581.259,97
A-13) Otros activos	228.650.404,85	220.799.707,36
I. Activos y derechos de reembolso por retribuciones a largo plazo al personal	0,00	0,00
II. Comisiones anticipadas y otros costes de adquisición	34.848.333,34	41.138.333,34
III. Periodificaciones	188.309.207,99	175.294.542,11
IV. Resto de activos	5.492.863,52	4.366.831,91
A-14) Activos mantenidos para venta	3.276.275,15	0,00
TOTAL GENERAL ACTIVO	14.686.550.485,53	13.988.031.093,45

PASIVO	2025	2024
A-1) Pasivos financieros mantenidos p. negociar	4.961.456,14	4.140.141,62
A-2) Otros pasivos financieros a valor razonable con cambios en Pérdidas y Ganancias	0,00	3.157.724,18
A-3) Débitos y partidas a pagar	738.125.670,66	721.677.458,22
I. Pasivos subordinados	0,00	30.000.000,00
II. Depósitos recibidos por reaseguro cedido	8.835.745,58	8.453.639,21
III. Deudas por operaciones de seguro	354.008.712,13	329.595.410,32
1.- Deudas con asegurados	1.282.805,93	1.362.732,44
2.- Deudas con mediadores	17.313.195,10	14.862.337,02
3.- Deudas condicionadas	335.412.711,10	313.370.340,86
IV. Deudas por operaciones de reaseguro	5.728.864,95	5.488.159,08
V. Deudas por operaciones de coaseguro	159.654,66	183.493,98
VI. Obligaciones y otros valores negociables	0,00	0,00
VII. Deudas con entidades de crédito	173.638.320,57	172.135.262,00
VIII. Deudas por operaciones preparatorias de contratos de seguros	0,00	0,00
IX. Otras deudas	195.754.372,77	175.821.493,63
1.-Deudas con las Administraciones públicas	27.504.225,27	25.975.607,33
2.-Otras deudas con entidades del grupo y asociadas	0,00	0,00
3.-Resto de otras deudas	168.250.147,50	149.845.886,30
A-4) Derivados de cobertura	0,00	0,00
A-5) Provisiones técnicas	10.298.049.505,19	10.207.185.437,41
I.- Provisión para primas no consumidas	328.868.009,43	309.366.326,63
II.- Provisión para riesgos en curso	27.057,59	51.050,75
III.- Provisión de seguros de vida	6.095.186.130,20	6.248.698.100,36
1.- Provisión para primas no consumidas	82.484.137,49	75.945.898,26
2.- Provisión para riesgos en curso	0,00	0,00
3.- Provisión matemática	4.546.965.759,32	4.474.351.131,35
4.- Provisiones seguros de vida cuando el riesgo de la inversión la asume el tomador	1.465.736.233,39	1.698.401.070,75
IV.- Provisión para prestaciones	412.280.594,71	389.924.478,33
V.- Provisión para participación en beneficios y para extornos	19.860.969,83	32.093.516,76
VI.- Otras provisiones técnicas	3.441.826.743,43	3.227.051.964,58

PASIVO	2025	2024
A-6) Provisiones no técnicas	17.091.020,54	19.348.625,99
I. Provisión para impuestos y otras contingencias legales	201.511,85	4.263.136,11
II. Provisión para pensiones y obligaciones similares	9.302.446,37	9.244.349,47
III. Provisión para pagos por convenios de liquidación	0,00	0,00
IV. Otras provisiones no técnicas	7.587.062,32	5.841.140,41
A-7) Pasivos fiscales	344.931.887,73	267.574.688,06
I. Pasivos por impuesto corriente	7.536.380,98	5.803.339,55
II. Pasivos por impuesto diferido	337.395.506,75	261.771.348,51
A-8) Resto de pasivos	85.623.574,34	92.525.070,12
I. Periodificaciones	7.693.409,80	7.755.925,76
II. Pasivos por asimetrías contables	77.930.164,54	84.767.933,05
III. Comisiones y otros costes de adquisición	0,00	0,00
IV. Otros Pasivos	0,00	1.211,31
A-9) Pasivos vinculados con activos mantenidos para la venta	0,00	0,00
TOTAL PASIVO	11.488.783.114,60	11.315.609.145,60

PATRIMONIO NETO	2025	2024
B-1) Fondos propios	2.259.449.592,96	2.036.027.177,58
I. Capital o fondo mutual	390.780.000,00	390.780.000,00
1. Capital escriturado o fondo mutual	390.780.000,00	390.780.000,00
2. (Capital no exigido)	0,00	0,00
II. Prima de emisión	0,00	0,00
III. Reservas	1.630.469.343,89	1.504.139.238,64
1. Legal y estatutarias	78.156.000,00	78.156.000,00
2. Reserva de estabilización	8.233.318,17	7.350.329,48
3. Reserva de capitalización	94.483.894,08	69.192.969,09
4. Reserva en sociedades consolidadas	-131.563.599,99	-109.407.342,84
5. Reservas en sociedades puestas en equivalencia	-14.561.580,01	-13.712.754,09
6. Otras reservas	1.595.721.311,64	1.472.560.037,00
IV. (Acciones propias)	0,00	0,00
V. Resultados de ejercicios anteriores atribuidos a la Sociedad Dominante	0,00	0,00
1. Remanente	0,00	0,00
2. (Resultados negativos de ejercicios anteriores atribuidos a la Sociedad Dominante)	0,00	0,00
VI. Otras aportaciones de socios y mutulistas	0,00	0,00
VII. Resultado del ejercicio atribuido a la Sociedad Dominante	286.384.431,58	185.682.457,35
1. Pérdidas y ganancias consolidadas	337.118.489,06	233.467.616,84
2. Pérdidas y ganancias socios externos	-50.734.057,48	-47.785.159,49
VIII. (Dividendo a cuenta y reserva de estabilización a cuenta)	-48.184.182,51	-44.574.518,41
IX. Otros instrumentos de patrimonio neto	0,00	0,00
B-2) Ajustes por cambios de valor:	586.842.132,46	280.369.706,85
I. Activos financieros disponibles para la venta	642.858.653,91	326.704.025,12
II. Operaciones de cobertura	0,00	0,00
III. Diferencias de cambio y conversión	-11.449.375,73	865.139,54
IV. Corrección de asimetrías contables	-44.567.145,72	-47.199.457,81
V. Sociedades puestas en equivalencia	0,00	0,00
VI. Otros ajustes	0,00	0,00
B-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	2.296.153,50	3.379.768,32
B-4) Socios Externos	349.179.492,01	352.645.295,10
I. Ajustes por valoración	31.496.326,94	26.951.620,73
II. Resto	317.683.165,07	325.693.674,37
TOTAL PATRIMONIO NETO	3.197.767.370,93	2.672.421.947,85
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	14.686.550.485,53	13.988.031.093,45

6.2. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADA

A 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024 (DATOS EN EUROS)

SEGUROS NO VIDA	31/12/25	31/12/24
Primas imputadas, netas de reaseguro	1.563.597.353,93	1.473.227.568,38
Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	176.753.518,90	168.744.453,35
Otros ingresos técnicos	433.733,12	368.173,03
Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	711.719.014,55	676.621.114,16
Variación de otras provisiones técnicas, netas de reaseguro (+/-)	214.774.778,85	221.800.625,71
Participación en beneficios y extornos	1.391.684,43	621.876,31
Gastos de explotación netos	542.230.757,71	508.568.815,50
Otros gastos técnicos (+/-)	12.169.159,30	12.811.239,79
Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	46.759.149,74	47.536.667,16
RESULTADO DE LA CUENTA TÉCNICA DEL SEGURO NO VIDA	211.740.061,37	174.379.856,13

SEGUROS DE VIDA	31/12/25	31/12/24
Primas imputadas al ejercicio, netas de reaseguro	1.057.845.213,25	716.855.300,55
Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	252.332.709,90	240.155.248,64
Ingresos de inv. Afectas a seguros el tomador asume riesgo de inversion	353.948.028,21	397.158.321,50
Otros ingresos técnicos	763,37	1.883,73
Siniestralidad del ejercicio, neta de reaseguro	1.157.754.028,13	1.519.043.413,06
Variación otras provisiones técnicas, netas de reaseguro (+/-)	-159.860.117,92	-811.629.428,17
Participación en beneficios y extornos	-8.715.480,67	25.155.858,33
Gastos de explotación netos	80.135.519,86	79.136.352,37
Otros gastos técnicos	64.437.579,39	47.111.819,50
Gastos de las inversiones	81.451.000,19	65.192.547,24
Gastos de inv. afectas a seguros el tomador asume riesgo de inversion	291.819.351,64	299.626.012,66
RESULTADO DE LA CUENTA TÉCNICA DEL SEGURO DE VIDA	157.104.834,11	130.534.179,43

CUENTA NO TÉCNICA	31/12/25	31/12/24
Resultado de la Cuenta Técnica del Seguro No Vida	211.740.061,37	174.379.856,13
Resultado de la Cuenta Técnica del Seguro de Vida	157.104.834,11	130.534.179,43
Ingresos del inmovilizado material y de las inversiones	103.129.371,14	85.737.812,30
Gastos del inmovilizado material y de las inversiones	84.370.217,36	119.927.354,52
Otros Ingresos	382.049.804,46	344.518.840,24
Otros Gastos	336.587.289,55	312.912.260,64
Resultado de la Cuenta No Técnica	64.221.668,69	-2.582.962,62
Resultado antes de impuestos	433.066.564,17	302.331.072,94
Impuesto sobre Beneficio	95.948.075,11	68.863.456,10
RESULTADO DEL EJERCICIO	337.118.489,06	233.467.616,84
Resultado atribuido a la sociedad dominante	286.384.431,58	185.682.457,35
Resultado atribuido a socios externos	50.734.057,48	47.785.159,49

santalucía