



Memoria
anual
2019





índice

Mensaje de Fernando Prieto, CEO de HomeServe	4
Grupo HomeServe	6
<ul style="list-style-type: none">- Principales resultados- Modelo de negocio- Estrategia: "Every job. Every home"- Gestión de riesgos	
HomeServe en España	16
<ul style="list-style-type: none">- Principales resultados e hitos del año 2019- Gobierno corporativo- Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	
Cuidamos de todos nuestros grupos de interés	26
<ul style="list-style-type: none">- Empleados- Clientes- Proveedores / Red de profesionales- Partners- Sociedad- Medioambiente	
Acerca de esta memoria	62

NOTA: El alcance de este informe recoge todas las actividades desarrolladas por HomeServe en España a lo largo del año 2019, que abarca desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre del 2019. Toda la información e indicadores de la memoria hacen referencia a datos agregados alcanzados por las dos sociedades que conforman HomeServe en España: HomeServe Spain S.L.U. y HomeServe Asistencia Spain S.A.U.; salvo en los casos en los que proporcionamos cifras de negocio a nivel internacional del Grupo HomeServe. Los datos del grupo HomeServe hacen referencia a su año fiscal 2020, que se desarrolla desde el 1 de abril de 2019 hasta el 31 de marzo de 2020.

En HomeServe prestamos especial atención a la opinión de nuestros grupos de interés. A través de esta memoria queremos invitar a todos nuestros stakeholders a compartir su opinión con nosotros, haciéndonos llegar sus sugerencias o comentarios sobre este informe a comunicacion@homeserve.es.

Los resultados están sujetos a posibles modificaciones tras la auditoria no financiera.



Mensaje del CEO

Estimado amigo:

Me es muy grato presentarte los resultados del pasado año 2019 en el que hemos puesto en marcha iniciativas muy interesantes: unas enfocadas a nuestro equipo, su crecimiento y conciliación; otras al desarrollo de nuestro negocio, avanzando en nuestra transformación digital para seguir creciendo al mismo tiempo que garantizamos la seguridad de nuestros procesos y datos; y otras orientadas a contribuir a la protección de los más desfavorecidos y el cuidado del planeta.

Con esta memoria, queremos compartir contigo de forma resumida todo un año de compromiso y dedicación a nuestros **grupos de interés**: clientes, equipo, medio ambiente y sociedad.

Como siempre hemos priorizado nuestra promesa de calidad, poniendo a nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos, lo cual se ha traducido en un **NPS de casi el 65% y que nueve de cada diez clientes estén muy satisfechos con nuestro servicio**, otorgándonos una calificación sobresaliente. Esta es para nosotros la mayor recompensa.

Nuestro esfuerzo se ha visto reconocido con el incremento en el número de clientes que desean continuar con nosotros y con el **Premio "Servicio al Cliente del año 2020"** en la categoría de **"Servicios de Reparación y Mantenimiento"**, entre otros.

Nuestro crecimiento sostenido es claramente consecuencia de la confianza que los clientes depositan en nosotros. Hemos cerrado el año con **una facturación de 160,4 millones de euros** y firmado acuerdos con nuevos partners que contribuirán al incremento de nuestra cartera de clientes.

Estos logros son de todo el equipo, más de **1.000 personas**, que día a día dan lo mejor de sí mismos y este año, además, hemos dado la bienvenida a 100 nuevos compañeros con la inauguración de la nueva oficina en Cantabria, que se suma a nuestros centros de Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Oviedo y Bilbao.

Nuestro compromiso con este magnífico equipo es ofrecerle las condiciones necesarias para el buen desempeño de su trabajo en un entorno saludable y dotarle de la formación y flexibilidad necesarias, por lo que este año hemos lanzado nuestro plan **HomeServe Concilia**, que ofrece diversas opciones para facilitar la conciliación. En el momento en que escribo estas líneas, en pleno confinamiento por el COVID-19, doy gracias por habernos adelantado en la implantación del teletrabajo, que nos ha facilitado una gestión ágil y eficaz para proteger a nuestro equipo en estos momentos.

En el terreno social, continuamos con nuestro programa **HomeServe Responde** con el que hemos mejorado las condiciones de vida de

las personas que más lo necesitaban mediante más de 20 proyectos sociales en los que han participado 936 voluntarios.

Por último, en el Grupo HomeServe hemos fortalecido nuestro compromiso con el medio ambiente implementando el programa **Groing Greener** que recoge un amplio plan de acción en esta materia y, a su vez, hemos obtenido la **certificación ISO 14001**, que ratifica nuestro esfuerzo por la reducción del impacto de nuestra actividad.

Cabe destacar que desde 2014 HomeServe forma parte de la Red Española de Pacto Mundial, con un compromiso firme de apoyar y desarrollar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y me enorgullece confirmar nuestra continuidad apoyando su labor para conseguir un mundo más igualitario y sostenible.

Gracias a todos los que, de una u otra forma, trabajáis con nosotros por haber hecho posible un gran año.

Un cordial saludo,



Fernando Prieto Gibello,
CEO HomeServe España



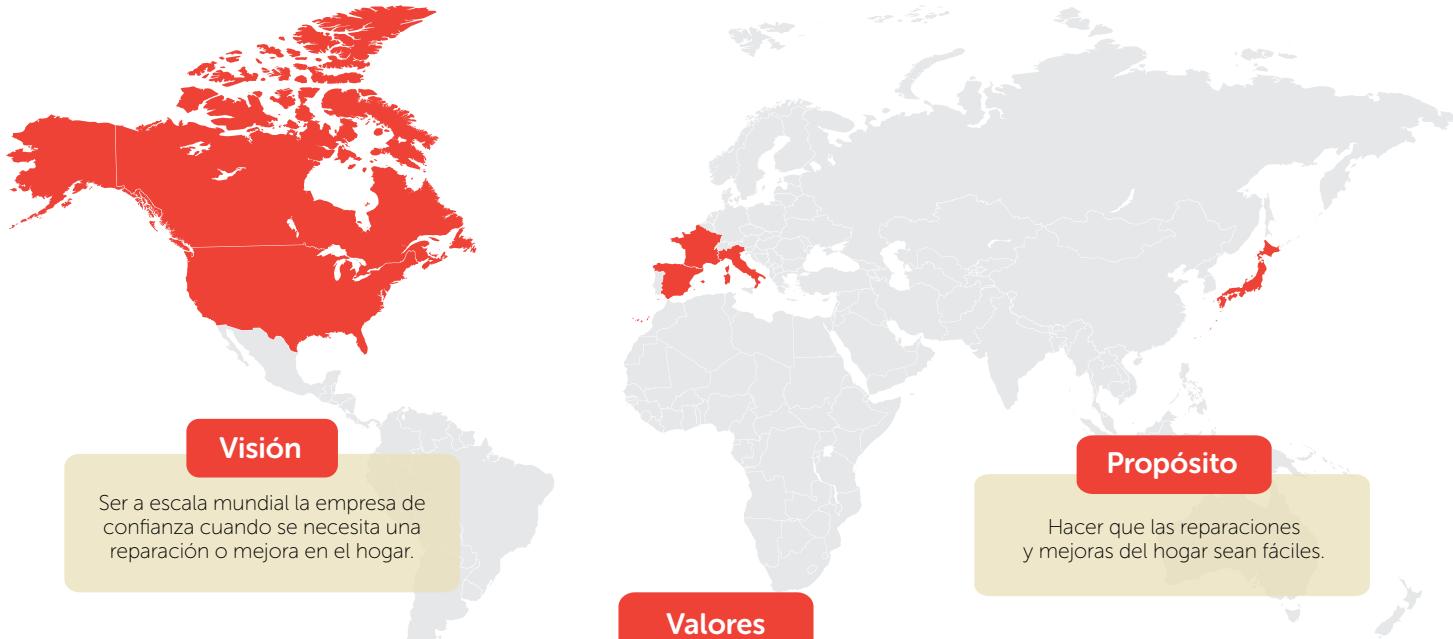

HomeServe

Grupo HomeServe

El hogar es el centro de la vida de nuestros clientes y el propósito de HomeServe es facilitarles las reparaciones, instalaciones y mejoras en su vivienda. Trabajamos para hacer la vida más fácil a los propietarios y a los comercios.

En la actualidad, más de 8,3 millones de clientes en el mundo confían en nosotros y en el servicio que ofrecemos

y brindamos a cada usuario diferentes vías para mantener en buen estado su hogar, ya sea a través de la contratación de nuestras soluciones de cuidado del hogar, la solicitud de un servicio de reparaciones o la instalación de sus aparatos de climatización. En definitiva, ser siempre su empresa de confianza cuando necesiten arreglar, mantener o mejorar su hogar.



Visión

Ser a escala mundial la empresa de confianza cuando se necesita una reparación o mejora en el hogar.

Propósito

Hacer que las reparaciones y mejoras del hogar sean fáciles.

Valores

- Poner a nuestros clientes en el corazón de todo lo que hacemos.
- Desarrollar y fomentar el talento entre nuestros empleados mostrando pasión y haciendo que las cosas sucedan.
- Combinar la innovación con la integridad y profesionalidad.
- Aspirar a ser los mejores en el mundo en lo que hacemos.

Principales resultados del Grupo HomeServe



Más de
750
Affinity Partners



Acceso a
111 millones
de hogares



8,3 millones
de clientes



Ingresos de
1.132,3
millones de libras



15,9 millones
de contratos



82% ratio
de retención



Beneficio:
201,7
millones de libras

Los resultados obtenidos por el Grupo HomeServe en el FY2020 revelan un fuerte crecimiento del beneficio, sobre todo en EE.UU., donde se ha alcanzado la cifra de negocio más destacada de la entidad. En total, los ingresos de HomeServe alcanzaron los 1.132,3 millones de libras y su beneficio se incrementó un 13% hasta alcanzar los 201,7 millones de libras.

EE.UU. es la unidad operativa más grande del Grupo, que ha experimentado un fuerte crecimiento en acuerdos comerciales, número de clientes y rentabilidad. En el resto de los países, Reino Unido, Francia y España, también se han registrado un aumento de los ingresos en el negocio de Membership, nuestra línea de soluciones para el cuidado y mantenimiento del hogar.

Además, en Japón seguimos avanzando con el cierre de un importante acuerdo, a través de una Joint Venture con Mitsubishi Corporation. Este nuevo mercado supone un avance en el plan de expansión internacional de HomeServe y responde a las características de desarrollo que busca HomeServe: economía fuerte, un gran stock de viviendas y un alto potencial para establecer acuerdos sólidos con entidades de diferentes sectores. Adicionalmente, Mitsubishi tiene el conocimiento y la posición de mercado idóneos para el desarrollo de nuestro negocio en el país.

El Grupo, a su vez, ha tenido un importante crecimiento en su línea de negocio de HVAC (climatización) con la adquisición de 15 nuevas empresas y la evolución de Home Experts (Marketplace de profesionales) con un incremento del 78% de sus ingresos gracias al buen desempeño de las diversas empresas de esta actividad y a la incorporación de e-Local en EE. UU.

Por otra parte, estamos enfocados en transformar nuestro servicio al cliente para adaptarnos de forma constante a sus demandas y necesidades. La tecnología y los nuevos desarrollos nos permiten alcanzar ventajas competitivas, a la vez que conseguimos mayores eficiencias.

La experiencia de la compañía, su ambicioso plan de crecimiento y, sobre todo, contar con un equipo experto, formado y comprometido, son algunas de las claves que contribuyen a conseguir nuestros objetivos. Desde HomeServe estamos trabajando para convertir nuestra empresa en un gran lugar donde trabajar y donde nuestros empleados puedan desarrollar una carrera profesional satisfactoria, compartiendo todos juntos los éxitos alcanzados.

Nota: Los resultados del Grupo HomeServe se refieren al año fiscal 2020 que abarca desde el 1 de abril de 2019 hasta el día 31 de marzo de 2020.

Modelo de negocio

HomeServe facilita la vida en el hogar a través de dos vías: oferta de servicios y soluciones mediante una suscripción para cubrir cualquier urgencia o avería en el hogar o a través de la posibilidad de solicitar la asistencia de un reparador experto para dar respuesta a una necesidad puntual, Home Expert.

Nuestro servicio de suscripción se ofrece, principalmente a través de acuerdos con empresas de servicios públicos, para quienes nos convertimos en un partner idóneo para ofrecer un valor añadido a sus clientes. Esta es una de nuestras ventajas competitivas. Contamos con más de 750 Affinity Partners en el mundo, con los que hemos establecido relaciones a largo plazo que nos permiten crear una marca cada vez más fuerte gracias a nuestra experiencia y el excelente servicio que prestamos.

En definitiva, contamos con un modelo de negocio predecible, sostenible y efectivo, que presenta importantes oportunidades para crecer.

Nuestro modelo de negocio está basado en cinco pilares: acuerdos comerciales, experiencia en marketing, servicios al cliente, red de profesionales y recursos financieros. Una de las piezas claves en las que ha estado trabajando HomeServe es en garantizar la implementación de estas áreas de especialización para maximizar la creación de valor. Para ello, a lo largo del último año se han desarrollado acuerdos comerciales para fortalecer el desarrollo de Smart Home o casa Inteligente y para alcanzar nuestros objetivos de expansión internacional.



Acuerdos comerciales

Nuestra forma de comercialización es a través de acuerdos exclusivos a largo plazo con empresas de servicios públicos, fabricantes de calefacción, compañías de seguros y proveedores de servicios especializados.

Contamos con una fuerte red de más de 750 socios y una experiencia considerable en la gestión de estos acuerdos que generan un beneficio mutuo. En mercados con alta concentración como Francia, trabajamos con un pequeño número de empresas de gran tamaño, mientras que en el mercado estadounidense contamos con una amplia gama de socios de tamaño más diverso.

HomeServe actúa como un intermediario de seguros y no asume ningún riesgo material de seguro. Nuestros productos son contratados por suscriptores independientes de terceros, con quienes tenemos relaciones a largo plazo y trabajamos juntos en la definición del negocio.

Riesgos principales:

- Disrupción del mercado.
- Asociaciones.
- Desarrollo internacional.
- Capacidad de suscripción y concentración.

Marketing

En marketing tenemos experiencia en tres áreas clave:

Diseño innovador de productos: nuestra experiencia se centra en adaptarnos de forma individual y personalizada a las necesidades de cada mercado y cada compañía para proporcionarles productos que sus clientes valoran y usan; respondiendo eficientemente a cualquier cambio en el mercado o el sistema regulatorio; y creando, desarrollando, probando, lanzando y evaluando el rendimiento de nuestros productos de forma simplificada.

Gestión y análisis de datos, optimizado a través de una variedad de canales que incluyen correo directo, plataformas telefónicas, monitorización continuada...

Hemos creado una marca global, cada vez más poderosa, que complementa a las marcas con las que colaboramos.

Riesgos principales:

- Disrupción del mercado.
- Inversión en tecnología.
- Digitalización e innovación.

Servicio al cliente

Poner al cliente en el centro de todo lo que hacemos es el primero y más importante de nuestros valores corporativos. Esto se refleja en la forma en que nuestros centros de contacto locales operan para gestionar reclamaciones y consultas de clientes, y también en la forma en que nuestros profesionales se comportan con los clientes en sus casas. Involucramos a los mejores profesionales en nuestro negocio y les ofrecemos las herramientas y la tecnología que necesitan para hacer un gran trabajo.

Contamos con medidas internas para asegurar la satisfacción del cliente en cada una de nuestras líneas de negocio y estamos orgullosos de los premios que nos han concedido como reconocimiento a nuestro trabajo.

Riesgos principales:

- Disrupción del mercado.
- Regulación y enfoque al cliente.
- Inversión en tecnología.
- Digitalización e innovación.

Red de profesionales

Contamos con una red de profesionales experta en prestar un servicio de alta calidad a nuestros clientes.

Nuestros más de 25 años de experiencia y nuestro conocimiento en gestión de redes de profesionales, nos aportan ventajas competitivas.

Realizamos un exigente proceso de reclutamiento y mantenimiento de la red y les proporcionamos la infraestructura y la tecnología necesaria para que operen de forma eficiente.

Riesgos principales:

- Disrupción del mercado.
- Equipo.
- Inversión en tecnología.

Recursos financieros y experiencia

Nuestro negocio es predecible, sostenible y efectivo. Nuestras fuentes de ingresos proceden, en gran medida, de las cuotas de nuestros productos y servicios de suscripción e invertimos en nuestro equipo, nuestra red de profesionales, nuestra marca, nuestros acuerdos comerciales, nuestros sistemas y nuestros procesos tecnológicos con el objetivo de generar crecimiento. Tenemos por delante grandes oportunidades de crecimiento orgánico, mediante adquisiciones en todos los mercados en los que operamos.

Para hacer crecer nuestro negocio, invertimos en nuestras fuentes clave de valor, en beneficio de todas las partes interesadas.

Riesgos principales:

- Equipo.
- Riesgos financieros.

Estrategia: "Every job. Every home"

La visión de HomeServe es ser la empresa de confianza cuando se necesita una reparación o mejora en el hogar y lo conseguimos haciendo la vida más fácil a los propietarios y los comercios. Para ello, hemos establecido cuatro líneas de negocio globales para atender sus necesidades y adaptarnos a las preferencias de cada cliente.



Membership

Servicios y productos para ofrecer soluciones a las incidencias de fontanería, calefacción, electricidad, cerraduras y otras averías que sucedan en el hogar. El usuario paga una cuota anual y cuenta con el servicio de una red de profesionales expertos.



Home Experts

Servicio de profesionales certificados a través de una plataforma web para una amplia gama de reparaciones y mejoras en el hogar. El usuario demanda el servicio de un profesional cuando lo necesita.



HVAC

Línea de negocio especializada en soluciones integrales para la instalación, reparación, mantenimiento y financiación de calefacción, ventilación y aire acondicionado.



Smart Home

Investigación y desarrollo de tecnología para el cuidado del hogar: detector inteligente de fugas, termostatos inteligentes y calderas conectadas, entre otros.

La línea de negocio de Membership es el núcleo de nuestro negocio, marca y reputación, y la que mayor desarrollo tiene en todos los países en los que estamos presentes. A lo largo del último año, este negocio ha generado la mayor parte de los ingresos de la compañía. Hemos establecido nuevos acuerdos comerciales en todos los países en los que operamos, registrando un alto crecimiento, principalmente en EE.UU.

Aportamos valor tanto a nuestros clientes como a nuestros socios y desarrollamos productos innovadores que nos permiten incrementar el ingreso neto por cliente,

proporcionando un servicio excelente para mejorar los ratios de satisfacción y fidelización. A lo largo del próximo año seguiremos innovando en el corazón de nuestro negocio.

Por otra parte, la estrategia del Grupo HomeServe está basada también en su proceso de expansión internacional. Existe un gran potencial para desarrollar el negocio en otros países en alianza con algunas empresas de utilities. En la actualidad la compañía tiene identificados 15 países donde sería posible la expansión.

Gestión de riesgos

HomeServe cuenta con un sólido marco de gestión que abarca tanto la política de riesgos de todo el Grupo como sus probabilidades. Este marco proporciona un enfoque disciplinado y coherente en toda la compañía y asegura una respuesta estructurada a todos los niveles en todos los países en los que está presente, tanto desde la monitorización del riesgo como la mitigación del mismo.

En el último año, en HomeServe hemos trabajado para agrupar los riesgos locales con el objetivo de realizar un análisis más claro y objetivo de los riesgos empresariales del Grupo. Como resultado, hemos identificado aquellos riesgos que representan las amenazas más significativas

de la compañía, tanto para el desarrollo de su estrategia como de las operaciones en curso. Todos estos riesgos son revisados y auditados por el **Comité de Auditoría y Riesgo**, en el que están representados todos los países en los que está presente la compañía.

A continuación, se detallan los riesgos e incertidumbres principales del Grupo, así como las acciones de mitigación para cada uno de ellos. El negocio de Membership continúa siendo la principal línea de negocio en cada geografía y como tal, sigue dominando los principales riesgos.

Riesgo	Impacto	Mitigación
<p>Disrupción del mercado</p> <p>Existe competencia en todas las líneas de negocio, pero es el mercado de Home Expert el que encuentra mayores competidores. Las amenazas competitivas incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios públicos con programas propios de fidelización que ofrecen productos similares a los nuestros. • Productos complementarios como garantía de toda la vivienda. • Competidores existentes en algunos países que se expanden a otras geografías. • Nuevos actores como Amazon o Google que invierten fuertemente para entrar en el espacio de servicios para el hogar con nuevos productos o tecnologías que erosionan nuestra cuota de mercado. • Competidores actuales de la línea de negocio HomeExpert. 	<p>Con el tiempo podría generar un impacto negativo en KPIs como clientes y tasa de retención, venta online, así como en métricas financieras como el beneficio operativo ajustado y el margen operativo, ya sea por reducción de cartera o por tener que competir en precio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención de beneficios a través de una alianza con HomeServe por su experiencia e inversiones a largo plazo. • Análisis continuado del mercado para identificar nuevos participantes y tendencias de la competencia. • Desarrollo ágil de productos en función de los cambios en las necesidades del consumidor. • Aprendizaje compartido y generación de sinergias entre los mercados en los que estamos presentes.

Riesgo

Impacto

Mitigación

Acuerdos comerciales

El éxito de HomeServe en el mercado está basado en las buenas relaciones que mantiene con otras compañías, principalmente empresas y proveedores de utilities. La pérdida de uno de estos acuerdos podría tener un impacto tanto en el número de clientes como en los planes de crecimiento y las tasas de retención.

HomeServe se ha beneficiado de algunos cambios regulatorios en los países en los que opera, como la liberalización del mercado de la energía en España. La nacionalización de un servicio público podría tener un impacto adverso.

Contar con 750 socios implica irremediablemente que alguna empresa decida no continuar su acuerdo con HomeServe. En Reino Unido y EE.UU, donde existe gran número de socios bastante diversificados, el impacto se considera pequeño. En Francia la pérdida de, por ejemplo, Veolia tendría un impacto mayor. Cualquier pérdida de un partner o la ausencia de firma de nuevos acuerdos podría afectar a nuestro negocio en cuanto a clientes y tasa de retención.

- Amplio portfolio de partners en todas las líneas de negocio.
- Acuerdos firmados a largo plazo.
- Negociación de contratos con antelación a la fecha de vencimiento.
- Diálogo y comunicación continuada y regular con todos los socios.

Desarrollo Internacional

HomeServe ha logrado un gran éxito con su modelo de negocio en mercados fuera de Reino Unido y actualmente está trabajando su proyecto de expansión a otros países.

HomeServe ha logrado que su negocio tenga éxito en Francia, España y EE.UU, pero ha tenido dificultades en sus intentos para entrar en Australia, Bélgica y Alemania. El incumplimiento de su proyecto de expansión podría desviar la inversión y tiempo de gestión, pudiendo registrar y reducir el del rendimiento (incluyendo, por ejemplo, la pérdida de clientes, rentabilidad) en los mercados principales.

- Criterios estrictos para identificar mercados atractivos.
- La estructura de joint venture diversifica el riesgo y minimiza la inversión. La empresa con la que se formaliza la JV aporta conocimiento del mercado local y contactos.
- HomeServe aporta su experiencia y su modelo de negocio de éxito.

Estrategia M&A

M&A se centra en dos áreas: la adquisición de carteras de contratos en todos los mercados y una estrategia de compra de compañías para la construcción de la línea de negocio de HVAC. Las políticas de M&A están probadas y son consideradas de bajo riesgo como aceleradoras de crecimiento. Además, HomeServe cuenta con una sólida experiencia en este ámbito, especialmente en EEUU.

La compra de empresas de HVAC requiere principalmente inversión, ya que la estrategia se centra en la adquisición de negocios más pequeños y con gran reputación local.

Uno de los riesgos de la estrategia M&A es pagar más importe del valor por las transacciones o subestimar el tiempo y los recursos necesarios para las nuevas compañías. Esto generaría un aumento de los costes, reducción de la rentabilidad y una mayor probabilidad de deterioro.

Por el contrario, una estrategia exitosa de M&A debería diversificar el riesgo mediante, por ejemplo, la introducción de nuevos socios y canales, aumentando la rentabilidad y otros KPI como clientes y pólizas.

- Criterios estrictos a la hora de analizar operaciones.
- Asesores independientes dedicados a la de M&A están probadas y son consideradas de bajo de los procesos de M&A.
- Experiencia en gestión local con la supervisión del equipo central de HomeServe plc.
- Obstáculos a la inversión: todas las inversiones requieren la aprobación de la Junta de HomeServe plc.
- Análisis posteriores a la inversión a tener en cuenta en futuras adquisiciones.

Riesgo	Impacto	Mitigación
<p>Ciberseguridad</p> <p>HomeServe está expuesto, como el resto de las empresas del mundo, a una mayor prevalencia y sofisticación de los ciberataques, lo que podría dar lugar a ataques no autorizados, acceso a datos o interrupción del negocio.</p>	<p>Un ataque cibernético exitoso podría tener un impacto fuerte en la reputación, reduciendo la confianza de los clientes en HomeServe y podrían implicar responsabilidad legal, medidas regulatorias y unos altos costes de recuperación.</p> <p>Una incidencia en los controles internos y un robo o pérdida de información tendría un impacto similar, que afectaría al número de clientes, la tasa de retención y la finalización de algún acuerdo con partners al considerar que los datos de los clientes están en riesgo.</p>	<p>HomeServe ha establecido una serie de prácticas proactivas en todo el Grupo para mitigar este riesgo. Hay una política de seguridad de la información que se aplica en todos los países y de forma periódica se realizan simulacros para evaluar las barreras y fortaleza del sistema.</p> <p>HomeServe invierte continuamente en seguridad para garantizar la protección, los controles de acceso, la seguridad del centro de datos y la eficacia de las comunicaciones y políticas entre los empleados. En España, además, contamos con la certificación ISO27001 que garantiza la seguridad de la información.</p>
<p>Capacidad de suscripción y concentración</p> <p>La línea de negocio Membership comercializa pólizas suscritas por terceros independientes. HomeServe actúa como intermediario de seguros y no asume el riesgo material de seguro.</p>	<p>Si las entidades aseguradoras actuales no pudieran o no estuvieran dispuestas a suscribir el portafolio actual de productos, y HomeServe fuese incapaz de encontrar otras entidades aseguradoras, exigiría que el riesgo se suscribiera directamente por HomeServe. En este escenario, el negocio estaría expuesto a un riesgo que no contempla su modelo operativo.</p> <p>Además, la aprobación para autorizar a una nueva empresa aseguradora puede implicar mayor tiempo, por lo que puede interrumpirse el negocio. Esto podría generar a corto plazo un impacto en la rentabilidad, el número de clientes y la ratio de retención.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Con la excepción de Reino Unido, en el resto de países, HomeServe cuenta con acuerdos con al menos dos aseguradoras. • En Reino Unido, HomeServe mantiene relación con otras aseguradoras que están dispuestas a ofrecer las pólizas requeridas para el negocio. • Relación regular y comunicación continuada con todas las entidades aseguradoras con las que mantiene acuerdos para garantizar los productos que se comercializan, su rendimiento y las nuevas tendencias.
<p>Regulación y enfoque al cliente</p> <p>HomeServe está sujeto a requisitos de regulación relacionados, por ejemplo, con el diseño de productos, procesos de comercialización y venta, así como protección de datos. HomeServe fomenta una cultura que promueve el enfoque en el cliente.</p> <p>Además, cuenta con políticas específicas para hacer frente a la corrupción, la lucha contra el fraude, el soborno, la esclavitud, etc. Todas estas políticas están disponibles en www.homeserveplc.com/about-us/corporategovernance/policies.aspx</p>	<p>El incumplimiento de los requisitos o normativa legal en cualquiera de los países podría dar lugar a la suspensión, ya sea temporal o permanentemente, de la actividad.</p> <p>La mayor parte de la regulación está destinada a proteger los derechos y necesidades de los clientes, lo que podría provocar una reducción de la retención de la cartera y una pérdida de clientes.</p> <p>Además, algunos cambios legislativos podrían reducir, o incluso eliminar, la necesidad de algunos de los productos y servicios de HomeServe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de la normativa local para garantizar que los productos están diseñados, y se comercializan de acuerdo con todos los requisitos legales y reglamentarios pertinentes y que los términos y condiciones son apropiados y satisfacen las necesidades de los clientes. • Best practises compartidas en todas las sucursales del Grupo. • Equipos especialistas en regulación y cumplimiento normativo, con directores no ejecutivos en cada negocio. • Diálogo continuado con la FCA en el Reino Unido. En EE.UU, hay contacto regular con los Fiscales Generales.

Riesgo	Impacto	Mitigación
<p>Equipo</p> <p>La capacidad de HomeServe para satisfacer las expectativas de crecimiento y competir eficazmente depende, en parte, de las habilidades, la experiencia y el trabajo de su equipo.</p> <p>La retención de personas es clave, así como la captación y atracción de talento para favorecer el crecimiento de las empresas.</p>	<p>La incapacidad de HomeServe para atraer, motivar o retener talento podría afectar al rendimiento general del negocio.</p>	<p>HomeServe cuenta con políticas de empleo, remuneración y beneficios e incentivos a largo plazo que se diseñan y revisan para ser competitivos con otras empresas.</p> <p>Además, realiza periódicamente encuestas a los empleados, se realizan seguimientos de rendimiento y se establece una comunicación proactiva y continuada para dar a conocer la actividad del negocio y a las opiniones y demandas de los empleados.</p> <p>Se establecen planes de carrera y se planifican de forma eficaz los planes de sucesión.</p>
<p>Inversión en tecnología</p> <p>El Grupo cuenta con varios sistemas clave para la interacción con el cliente, que requieren mantenimiento e inversión para garantizar que se adaptan a las necesidades del negocio y las demandas del cliente.</p> <p>HomeServe está inmerso en algunos países y negocios en un ambicioso proceso de transformación digital orientado a ofrecer un mejor servicio al cliente y conseguir mayores eficiencias.</p>	<p>No invertir adecuadamente en tecnologías para gestionar la comunicación con el cliente y proporcionar un servicio de alta calidad puede generar una reducción en el número de clientes.</p> <p>Por otra parte, un fallo en los sistemas puede generar la interrupción del negocio y poner en peligro el análisis de indicadores.</p>	<p>Todas las decisiones están sujetas a estrictos criterios de inversión y análisis de las necesidades y obstáculos.</p> <p>HomeServe cuenta con los servicios de asesoría externa de grandes empresas tecnológicas que ofrece un gran conocimiento y experiencia.</p> <p>No existe dependencia excesiva de ningún proveedor para la gestión y entrega de proyectos.</p>
<p>Digitalización e innovación</p> <p>Los consumidores cada vez demandan más contactar con las empresas a través de plataformas o medios digitales. En definitiva, tener la posibilidad de poder realizar cualquier gestión de forma online: contactar, seguimiento del servicio, reclamación...</p> <p>La tecnología también es clave para la red de profesionales, con el objetivo de mejorar la eficiencia y el servicio al cliente.</p>	<p>Si HomeServe no es lo suficientemente flexible y no actúa de forma rápida para responder a las necesidades cambiantes del mercado, los clientes pueden decantarse por productos de la competencia y no renovar con HomeServe.</p> <p>También existe un riesgo reputacional si no somos capaces de gestionar de forma eficaz y apropiada alguna petición a través de nuestras redes sociales.</p>	<p>HomeServe da respuesta a las necesidades del cliente a través de diferentes canales: teléfono, web, chat online, carta, correo electrónico y redes sociales.</p>

Además, desde el punto de vista financiero, HomeServe tiene registrados una serie de riesgos que incluyen la financiación a corto y largo plazo de necesidades empresariales y el aprovechamiento de las oportunidades de M&A, el riesgo de los asegurados que no abonen sus cuotas o las fluctuaciones en las tasas de interés o tipos de cambio, entre otros.



HomeServe
Asistencia

HomeServe
Asistencia

HomeServe en España

En España, HomeServe desarrolla su actividad, principalmente, a través de dos líneas de negocio:



HomeServe Spain

Enfocada al negocio Membership del Grupo, que ofrece servicios y productos como soluciones a las incidencias que suceden en el hogar. El usuario paga una cuota anual y cuenta con la garantía de un servicio de calidad a través de la red de profesionales expertos de HomeServe.



HomeServe Asistencia

Dedicada a la gestión integral de reparaciones, instalaciones y mantenimiento para empresas de diferentes sectores: asegurador, real estate o retail, entre otros.

Principales resultados e hitos del año 2019

A lo largo del año 2019, los esfuerzos realizados por parte de la empresa le han llevado a alcanzar los objetivos estratégicos marcados y mantener el crecimiento sostenido de los últimos años, mejorando nuestras fortalezas y permitiéndonos llevar a cabo todas las iniciativas y proyectos previstos para seguir siendo la empresa líder en reparaciones y cuidado del hogar.

Desde un punto de vista financiero, en 2019, HomeServe España facturó **160,4 millones de euros** (156,6 millones de euros en 2018), generando un beneficio total de 20 millones de euros, impuestos sobre beneficio pagado de 4.908.935,01 y destinando 5,23 millones de euros al abono de impuestos sobre beneficio. En lo que se refiere a subvenciones, HomeServe España no recibió ninguna

subvención por parte de las administraciones públicas. En este sentido, sí existen otros tipos de ayudas que no se consideran subvenciones por lo que no se incluyen.

Además de los resultados financieros, HomeServe España ha registrado resultados positivos en otros ámbitos, que detallamos a continuación para cada grupo de interés, y ha conseguido poner en marcha grandes proyectos que le ayudarán a seguir siendo un referente como compañía y a seguir avanzando para convertirse en un lugar mejor donde trabajar. Todo el esfuerzo realizado en este sentido, le ha llevado en el último año a conseguir diferentes distinciones que reconocen no sólo su orientación y apuesta por el cliente, sino también su proceso de transformación digital y el cuidado por su equipo.



Premio Cloud Computing. En la V edición de los **Premios de la Era Digital**, certamen organizado por la revista Computing, HomeServe ha sido premiada en la categoría de “Cloud Computing”. La iniciativa galardonada está basada en una solución de cloud híbrida implantada junto a la compañía Enimbos para la migración a la nube de los sistemas de información de la empresa. Estos premios reconocen los proyectos más innovadores que se han puesto en marcha durante el último año en las estrategias de transformación digital de las empresas.



Premio Dirigentes al Mejor Servicio al Cliente. HomeServe ha sido galardonada con el Premio Dirigentes en la categoría de “Servicio al Cliente” por su excelente calidad y prestación de servicio. Junto a HomeServe fueron premiadas otras compañías líderes en el mercado español como Engie Farmaindustria, Ferrovial, Grupo Varma, Naturgy, Nissan, Ontier y Quirónsalud.

“En HomeServe estamos muy orgullosos de recibir esta distinción. Este premio reconoce la labor de un equipo de personas: los 2.600 profesionales que colaboran con nosotros y, sobre todo, los más de 800 empleados que los 365 días al año, las 24 horas al día luchan y se esfuerzan por ofrecer el mejor servicio a los clientes. Para mí es un orgullo formar parte de este equipo”. Fernando Prieto, CEO HomeServe España.



Premio Servicio al Cliente del año 2020. HomeServe ha sido premiada con el mejor Servicio de Atención al Cliente del año 2020 en la categoría de “Servicios de Reparación y Mantenimiento”. Este certamen reconoce anualmente a las empresas mejor valoradas por su servicio de atención al cliente. En esta ocasión, HomeServe ha obtenido esta distinción junto a otras compañías como Self Bank, Samsung Electronics Iberia, Eroski, 1&1 Ionos España, Acer, Michelin, Cofidis, Repsol, RAJA, LeasePlan, Generali, Aegon, Nationale-Nederlanden, Edenred, Tyco Integrated Security y DHL Express.



Distinción Premios Salud y Empresa. Estos premios fomentan y ponen en relieve las mejores iniciativas en el ámbito de la salud laboral. En su 6ª edición, HomeServe recibió una distinción por su proyecto HomeSaludable, una iniciativa diseñada y promovida para potenciar la salud dentro de la compañía, con el objetivo de mejorar el bienestar de los empleados y crear un entorno seguro y saludable.



1
millón
de clientes



64,93%
puntos
de NPS



1,1
millones
de contratos



8,83
puntos
satisfacción
del cliente



1.031
empleados



34.825
horas
de formación



64%
engagement



48%
de mujeres
en puestos
directivos



2.600
profesionales



773.947
servicios
realizados



226
franquiciados
y licenciarios



9,01 puntos
de satisfacción
con el servicio prestado
por los profesionales



97%
proveedores
locales



5
proveedores
sociales



124
millones
de euros
invertidos



936
participantes en
acciones solidarias



20
proyectos
sociales



9
entidades
sociales
colaboradoras



498.668
kWh energía
consumida



3.466
kilos de papel
reciclado



50
árboles
plantados

Gobierno corporativo

HomeServe cuenta con un sólido gobierno corporativo que marca los aspectos clave de responsabilidad corporativa de la compañía. Todas las empresas del Grupo cumplen con las políticas establecidas. Algunas de las políticas más relevantes que aplican a todas las empresas del Grupo están recogidas en nuestro **Código de Gobierno Corporativo**.

- **Antifraude y soborno.** HomeServe desarrolla su actividad con honestidad e integridad. El resultado de ello es la promoción de una fuerte cultura organizativa en la que no se admite ningún acto de fraude o soborno en cualquier área de negocio ni con ningún grupo de interés. La política de anticorrupción está disponible en la web del Grupo HomeServe: www.homeserveplc.com/~media/Files/H/Homeserve-PLC-V2/documentos/contenido/anti-fraude-y-bribery-policy.pdf
- **Derechos humanos.** El Grupo HomeServe no cuenta con una política global de derechos humanos, pero todas las empresas y países operan bajo un marco de medidas locales que abordan temas como derechos laborales, igualdad de oportunidades, protección de datos y dignidad en el trabajo. El cumplimiento de DDHH lo llevamos hasta nuestros socios y nuestra cadena de suministro, con nuestra declaración anti esclavitud que se puede encontrar en: www.homeserveplc.com/~media/Files/H/Homeserve-PLC-V2/documentos/contenido/homeerves-antislavery-declaración-v1.pdf
- **Denuncia de irregularidades.** HomeServe está comprometido también con el cumplimiento de los más altos estándares de calidad, honestidad y responsabilidad. Los empleados tienen un papel importante para garantizar que se cumple con este compromiso, ya que son los primeros en poder detectar alguna irregularidad o ilegalidad. Contamos con diferentes canales de denuncia para que cualquier empleado pueda plantearlas de forma anónima. Nuestra política de notificación de irregularidades se puede encontrar en: www.homeserveplc.com/~media/Files/H/Homeserve-PLC-V2/documentos/contenido/política-de-denuncia-de-irregularidades.pdf



En HomeServe España, además, nos regimos por el **Código de Gobierno Corporativo**, que promueve los principios de responsabilidad, respeto de los derechos, integridad corporativa, fidelidad, cumplimientos de la legalidad y transparencia. Por otra parte, contamos con políticas destinadas a prevenir cualquier actividad ilícita y a garantizar los derechos de nuestros empleados, así como la protección del medioambiente, entre otras. A continuación, detallamos algunas de las políticas vigentes en HomeServe España:

- **Seguridad de la información.** En 2019 hemos renovado la certificación **ISO27001**, lo que nos garantiza un año más que nuestro Sistema de Gestión Seguridad de la Información es eficiente, tanto para nosotros como para nuestros clientes y colaboradores. También contamos con la certificación de **PCI-DSS** que nos indica cómo proteger la información sensible de las tarjetas de crédito, cuando se procede a un pago con tarjeta.
- **Política de compras y procedimiento de evaluación de proveedores.** Establece pautas y define el modelo de relaciones y responsabilidades de las diferentes partes, aplicables a todas las actividades de adquisición de bienes y servicios necesarios al adecuado desarrollo del negocio. A través de esta política se busca, entre otros aspectos, proporcionar un marco para la toma de decisiones de compra disciplinada, asegurando la transparencia y una competencia justa, cumplir con la legislación, implementar los controles internos, etc.
- **Política de flexibilidad horaria y teletrabajo.** Esta política se ha actualizado a principios del año 2020, ampliando su alcance y beneficios para el empleado. En la versión vigente en el año 2019 definía los aspectos relevantes para que los empleados de Homeserve pudieran desempeñar su trabajo con flexibilidad, haciendo efectivo su derecho a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral. Esta flexibilidad estaba vinculada principalmente con una horquilla de horas para la entrada y salida del centro de trabajo. En la actualidad estos beneficios se han ampliado, tal y como detallaremos más adelante.
- **Política de desconexión.** Actualmente contamos con una política de desconexión aunque no está documentada.

En 2020 se está trabajando en algunas acciones: refuerzo de las ventanas de coincidencia, desconexión después de una hora por la tarde con programación de e mails y lanzar el proyecto de reuniones eficaces para generar mayor productividad.

- **Política de Calidad y Medioambiente.** Estamos comprometidos con la protección del medioambiente y la calidad del servicio que prestamos a nuestros clientes. Para ello, mantenemos y mejoramos continuamente nuestro sistema de gestión de Calidad y Medioambiente, basado en el cumplimiento de las normas **UNE-EN ISO 9001:2015** y **UNE-EN ISO 14001:2015**.
- **Manual de buenas prácticas en reclamaciones.** Garantiza la satisfacción del cliente de HomeServe, escuchando de manera proactiva y actuando con rapidez.
- **Protocolo de acoso.** Define el marco de actuación en relación con los casos de acoso psicológico o moral, acoso sexual, por razón de sexo y discriminatorio, con la finalidad de evitar estos tipos de conductas en el ámbito de nuestra empresa.



Para velar por el correcto funcionamiento del negocio, el cumplimiento de la legalidad, la detección de riesgos y el bienestar de los empleados, HomeServe cuenta con diferentes comités y órganos como el Comité de Riesgos, el Comité de Compliance o el de Ciberseguridad.

Comité de Dirección



Si atendemos a la organización de HomeServe España, el Consejero Delegado es el máximo responsable de la misma. El órgano ejecutivo de la compañía en España es el Comité de Dirección, que se encarga del desarrollo e implantación de la estrategia, políticas y procedimientos, sistemas de calidad, gestión financiera y desarrollo de personas, entre otros.



Fernando Prieto
CEO
HomeServe España



Fernando Martínez de Guinea
Director general de
Finanzas de HomeServe España



Luis Vial Torres-Ternero
Director general adjunto
HomeServe Asistencia



Agustín Domínguez
Director general adjunto
HomeServe Spain



Pedro Fernández-Olano
Director general adjunto
HVAC España



Ana López Seisdedos
Directora de RRHH
HomeServe España



Arturo Marzal García
Secretario General
HomeServe España



Maribel Monge
CIO
HomeServe España



Paloma Cerezo
Directora Legal & Compliance
HomeServe España

Además, cada línea de negocio cuenta con su propio equipo directivo para el desarrollo de su estrategia y planes de actuación.



Comprometidos con los objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

HomeServe está adherida a **Pacto Mundial** desde el año 2014 y continuamos trabajando juntos para contribuir al compromiso con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. En el caso de HomeServe, por la actividad que llevamos a cabo, así como los objetivos empresariales de la compañía, nos hemos sumado a contribuir de forma prioritaria con los ODS que detallamos a continuación:



A lo largo de este documento, cuando hagamos el análisis de cada grupo de interés detallaremos las acciones llevadas a cabo para contribuir a cada ODS.

Por otra parte, cabe destacar que desde HomeServe llevamos a cabo iniciativas de menor envergadura que aplican al resto de los ODS de Pacto Mundial. Actualmente tenemos un compromiso con el uso responsable del agua y la energía y a lo largo del año llevaremos a cabo más acciones en este sentido.





Cuidamos de todos nuestros grupos de interés

Crear valor en una organización solo es posible cuando la empresa conoce los recursos de los que dispone. En este sentido, Homeserve ha realizado un análisis de los objetivos principales con los que trabajar y ha identificado a los grupos de interés a los que impacta con su actividad.

Para empezar, nuestro modelo de negocio cuenta con una destacable fortaleza financiera, tanto en España como en el resto de países y los resultados

obtenidos a lo largo de los años han sido sostenibles, lo que garantiza que podamos dar respuesta a los compromisos y obligaciones contraídos con nuestros grupos de interés.

Para generar confianza en el mercado, HomeServe no solo debe proporcionar un excelente servicio al cliente, sino que también debe tener en cuenta su responsabilidad con los grupos de interés. Su análisis está basado en tres pilares:

Recursos	Cuando hablamos de recursos no solo nos referimos a aspectos financieros, sino también a uno de nuestros recursos más importantes: nuestro equipo .
Relaciones	Construir relaciones fuertes y duraderas con los grupos de interés: proveedores, red de profesionales, partners, sociedad y en especial, con nuestros clientes .
Responsabilidad	Ser responsables con las acciones que se desarrollan para cada grupo de interés. En HomeServe somos conscientes de la responsabilidad que tenemos como compañía y por ello, llevamos a cabo iniciativas sólidas que nos ayuden a contribuir al desarrollo de nuestros stakeholders .

HomeServe considera grupos de interés a todas las personas y colectivos que están afectados directa o indirectamente por el desarrollo de su actividad y que, por tanto, influyen en la capacidad de la compañía para alcanzar sus objetivos y conseguir la sostenibilidad del negocio a corto plazo.



Empleados

"HomeServe es un gran lugar para trabajar. La compañía está experimentando un fuerte crecimiento y me ofrece oportunidades para desarrollar mi carrera profesional".



Clientes

"HomeServe me facilita la vida en el hogar. Con los productos y servicios de HomeServe, si algo sale mal, los llamo y lo solucionan".



Partners

"Como empresa, trabajar con HomeServe me permite ofrecer a mis clientes un servicio de asistencia en el hogar de alta calidad. Colaborando con HomeServe, podemos proporcionar los servicios que nuestros clientes esperan y generar valor para nuestra empresa".



Somos HomeServe



Red de profesionales

"HomeServe tiene una fuerte orientación al cliente y cuento con la experiencia y conocimiento para ofrecer un gran servicio al acudir a la vivienda del cliente cuando me necesita".



Comunidad

"El equipo de HomeServe se preocupa por la sociedad y pone en marcha proyectos sociales de responsabilidad corporativa con compromiso y entusiasmo".

Nuestro proyecto empresarial y la estrategia definida da respuesta a las necesidades de los grupos de interés, con quienes mantenemos un fuerte vínculo gracias a la implantación de canales de comunicación efectivos, a la transparencia en nuestra relación con ellos y al desarrollo de iniciativas que contribuyen a mejorar su experiencia con la compañía.

Para ello, mantenemos un diálogo abierto y continuado con todos los stakeholders. Contamos con diferentes canales y plataformas que nos ayudan a estar conectados continuamente y a facilitar la llegada de información a la compañía. Estos canales de comunicación abarcan desde sistemas tradicionales como el tablón de anuncios hasta los

medios digitales más avanzados, que nos permiten que la comunicación sea en tiempo real y de forma más eficiente.

Las redes sociales se han convertido en una de las vías de comunicación directa con gran parte de nuestros grupos de interés. De forma periódica generamos contenido interesante para facilitar tanto la vida en el hogar a nuestros clientes como para aportar valor a nuestros socios colaboradores o partners. Además, brindamos un canal adicional para que nos hagan llegar sus comentarios acerca de nuestra empresa o nuestro servicio. A cierre de año, contamos con una comunidad agregada de **43.508 seguidores** y a lo largo del 2019 tuvimos **150.921 interacciones** con los usuarios, resolviendo más de 100 consultas y gestiones por parte de usuarios y clientes.

	Facebook	Twitter	LinkedIn	Youtube	Instagram	Total
Seguidores	6.928	3.616	16.626	15.975	363	43.508
Interacciones	24.359	11.169	53.791	17.263	44.339	150.921

Seguimos trabajando en nuestros blogs corporativos "Consejos para tu hogar", "Ideas para tu negocio" y "Creando equipo", alojados en la web de HomeServe España, publicando **123 artículos** con más de 1.196.618 visitas y 2.368.812 de páginas vistas.

Para facilitar las gestiones a través de los canales digitales, en HomeServe hemos habilitado una **sección** para que los usuarios dejen sus datos de forma rápida, sencilla y así agilizar el proceso.

Conocer la opinión de nuestros clientes y fomentar la escucha de los mismos es fundamental. Por ello, a lo largo de este 2019, hemos habilitado dos nuevos "canales

de escucha" para que compartan sus opiniones: **Google** y **Trustpilot**. A través de ambos soportes canalizamos las opiniones y, en caso de tratarse de una queja o sugerencia, la trasladamos a los departamentos correspondientes. Durante este 2019 hemos conseguido de nuevo nuestro objetivo de mantenernos por debajo del 10% en lo que respecta al sentimiento negativo.

Además, estamos adheridos a diferentes asociaciones y organizaciones empresariales que nos permiten conocer las tendencias del mercado y aportar nuestro conocimiento y experiencia en foros y debates. A continuación, detallamos el listado de organizaciones a las que HomeServe España ha pertenecido durante el año 2019:





Empleados

HomeServe trabaja para construir una relación sólida y fuerte con el equipo. Queremos contar con los mejores profesionales para atender, dar servicio a nuestros clientes y desarrollar nuestro modelo de negocio. Y para ello, establecemos objetivos claros y desarrollamos políticas e iniciativas que contribuyan a un mayor beneficio de todos. El objetivo es convertir a HomeServe en un gran lugar donde trabajar, en el que las personas tengan la oportunidad de desarrollarse y que apueste por la diversidad, la inclusión y el bienestar de todos los empleados.

Nuestro equipo marca la diferencia, siendo uno de nuestros valores diferenciales, tanto por nuestra forma de organizarnos como por su motivación y compromiso con la compañía. A nivel internacional, HomeServe está trabajando para conseguir el certificado Great Place to Work, reconocimiento que ya han obtenido en Francia, EE.UU. y Reino Unido. Con este objetivo, analizamos detalladamente las necesidades que nuestros empleados trasladan en la encuesta anual de clima para conocer qué aspectos podemos mejorar como compañía. En España, los resultados del año 2019 revelaron una participación del 87% de la plantilla y un engagement que alcanzó el 64% (54% en 2018). **Entre las afirmaciones que obtuvieron mejor valoración por parte de los empleados, destacan:**



Una participación del **87% de la plantilla**



Un engagement que alcanzó el **64% (54% en 2018)**



Se nos trata de una forma justa independientemente de nuestra raza u origen étnico **(92%)**



Cuando te incorporas a la empresa, te sientes bien acogido/a **(78%)**



Mi empresa se compromete a convertir a los clientes en el centro de lo que hacemos **(75%)**

Nota: HomeServe incentiva la participación en la encuesta de clima laboral donando 2€ a acción social por cada empleado que responde al cuestionario.

Adicionalmente, continuamos trabajando para mejorar la experiencia del empleado a través de nuestro programa **HomeStars**, que reconoce la labor de cualquier compañero, destacando el trabajo realizado y proponiéndole para convertirse en empleado del año. En el último año se han realizado **236 nominaciones** que han dado como resultado un total de **23 HomeStars**.

En España, HomeServe cerró el año 2019 con un equipo de **1.031 personas**, lo que supone un **incremento del 22,6% de la plantilla** respecto al 2018. Esta variación en el equipo ha sido impulsada por el incremento del volumen de negocio gracias a la llegada de nuevos partners que analizaremos más adelante. Por ello, HomeServe ha reforzado en 2019 su presencia en España, abriendo una **nueva oficina en la provincia de Santander**, en la que ya contamos con más de 100 empleados. Se suma así a nuestras sedes en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Oviedo y Bilbao.

 empleados en el 2018: **841** →  empleados en el 2019: **1.031**

Empleados por oficina

Barcelona	79
Bilbao	24
Madrid	751
Oviedo	8
Santander	103
Sevilla	48
Valencia	18



La gestión de personas juega un papel fundamental en HomeServe, tanto por la diversidad de perfiles como la integración generacional. A esto se suma la adaptación al proceso de transformación digital en el que está inmerso HomeServe. En la empresa siempre se trabaja para potenciar el compromiso de los empleados con los valores de la compañía, fomentando una comunicación transparente y continuada que permita hacer llegar a los empleados la estrategia y objetivos de HomeServe.

Representación por género y tipología de contrato

Tipología de contratos	2019		2018	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Indefinido	60,43%	25,28%	64,00%	23,00%
Temporal	12,42%	3,87%	8,00%	5,00%
Completo	47,04%	21,05%	51,00%	22,00%
Parcial	25,80%	6,11%	21,00%	6,00%

Representación media por género y tipología de contrato

Tipología de contratos	2019	
	Mujeres	Hombres
Indefinido	62,23%	24,28%
Temporal	10,36%	3,14%
Completo	49,86%	22,47%
Parcial	22,73%	4,94%

Representación por edad y tipología de contrato

Tipología de contratos	2019					2018				
	19-25	26-35	36-45	46-55	56-∞	19-25	26-35	36-45	46-55	56-∞
Indefinido	1,94%	18,34%	38,60%	20,17%	4,56%	0%	20%	42%	20%	5%
Temporal	0,48%	5,24%	5,92%	4,36%	0,29%	1%	3%	6%	3%	0%
Completo	1,07%	15,81%	30,55%	16,97%	3,69%	1%	16%	36%	17%	4%
Parcial	1,36%	7,86%	13,97%	7,57%	1,16%	1%	8%	11%	6%	1%

Representación media por edad y tipología de contrato

Tipología de contratos	2019				
	19-25	26-35	36-45	46-55	56-∞
Indefinido	1,47%	19,17%	40,33%	20,79%	4,75%
Temporal	0,85%	3,90%	4,69%	3,57%	0,48%
Completo	0,98%	16,20%	33,35%	17,81%	3,98%
Parcial	1,34%	6,87%	11,67%	6,55%	1,25%

Representación por nivel y tipología de contrato

Tipología de contratos	2019						2018					
	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5	Nivel 6	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5	Nivel 6
Indefinido	2,13%	3,88%	6,01%	8,54%	14,26%	48,88%	3%	4%	7%	8%	14%	53%
Temporal	0,00%	0,00%	0,19%	0,29%	1,07%	14,74%	0%	0%	0%	0%	1%	11%
Completo	2,13%	3,88%	6,21%	8,73%	14,35%	32,78%	3%	4%	7%	9%	13%	38%
Parcial	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,97%	30,84%	0%	0%	0%	0%	1%	26%

Representación media por nivel y tipología de contrato

Tipología de contratos	2019					
	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nivel 4	Nivel 5	Nivel 6
Indefinido	2,36%	4,01%	6,25%	8,01%	15,07%	50,80%
Temporal	0,01%	0,00%	0,09%	0,27%	0,80%	12,32%
Completo	2,37%	4,01%	6,33%	8,17%	15,02%	36,44%
Parcial	0,00%	0,00%	0,02%	0,12%	0,86%	26,67%

Conciliación y bienestar

Con el objetivo de facilitar el bienestar y la conciliación de la vida laboral y personal de todo el equipo que forma parte de HomeServe, ofrecemos una serie de beneficios sociales que contribuyen a convertir nuestra empresa en un lugar mejor donde trabajar. Siendo conscientes de la importancia del equilibrio profesional y personal del empleado, desde hace varios años promovemos la conciliación. En el año 2019 hemos dado un paso importante en este sentido, a través de un proyecto piloto para conseguir implantar un sistema de teletrabajo y la flexibilidad horaria eficiente y en beneficio de todos. En el proyecto piloto han participado **80 personas** (7,7%), con diferentes modalidades de teletrabajo y flexibilidad horaria.

- **Teletrabajo full time:** el trabajador realiza el total de su jornada desde casa y acude a la oficina 1 o 2 veces al mes para la evolución, seguimiento o formaciones planificadas.
- **Teletrabajo part time:** realiza teletrabajo 2 o 3 días de la semana y acude a la oficina el resto de los días.
- **Teletrabajo parcial durante la jornada:** realizan parte de su jornada diaria en modelo teletrabajo para conciliar con su vida personal.

El análisis de los resultados obtenidos ha sido positivo, por lo que, desde principios de 2020, el 100% la plantilla de HomeServe cuenta con diferentes opciones de teletrabajo y flexibilidad horaria que le permiten una mayor conciliación en base a las necesidades personales y de su puesto de trabajo.

Además, en HomeServe ya contamos con otras medidas implantadas que favorecen la conciliación y mejoran el bienestar de los empleados en los casos de maternidad y paternidad: teletrabajo completo a partir de una semana determinada de gestación, acceso a plaza de parking durante el embarazo o incorporación paulatina tras la baja por maternidad, entre otras. Por último, mencionar que en los casos de incapacidad temporal, maternidad y paternidad, HomeServe complementa hasta el 100% la prestación de la Seguridad Social, recibiendo el empleado de forma íntegra su salario mensual.

El bienestar social de los empleados lo conseguimos también a través de una serie de beneficios sociales que le

aportan mayor comodidad en su día a día. En este sentido, encontramos la posibilidad de contratar un seguro médico privado con la subvención por parte de HomeServe del 60% del importe del mismo o el acceso a un sistema de compensación flexible en el que están incluidos gastos de guardería, transporte, estudios o restaurantes. En la actualidad, el 47% de la plantilla cuenta con el seguro médico y el 35% está adherido a algún plan de compensación.



Talento y desarrollo profesional

La estrategia de personas de HomeServe está centrada en fomentar la atracción, desarrollo y retención de talento. Trabajamos en la identificación de perfiles que cuenten con las capacidades adecuadas para llevar a cabo la estrategia de la compañía y estar alineados con el ritmo de crecimiento de nuestro negocio. El Grupo HomeServe se ha marcado el objetivo de que el **70% de puestos senior procedan de promociones internas**.

Continuamos trabajando en la gestión y retención del talento a través de la creación de un entorno de trabajo idóneo y estable. Por ello, el **83,71% de los contratos de HomeServe España son indefinidos** y el 68,09 % está contratado a tiempo completo (87% contratos indefinidos y 73% a tiempo completo en el año 2018).

El desarrollo profesional y la promoción del equipo está basada en las habilidades y aptitudes de cada uno, independientemente de su capacidad física, edad, género, orientación o religión, entre otros. Para ello, evaluamos periódicamente el desempeño del equipo, con el objetivo de analizar el desarrollo profesional y planificar planes de carrera y sucesión. Para HomeServe, reconocer de forma individual la contribución de cada empleado al desarrollo de la estrategia y a la consecución de los objetivos del negocio es clave. Por ello, contamos con un programa de evaluación del desempeño que nos permite valorar la contribución individual de cada persona, identificar talento interno y ver áreas de desarrollo de cada empleado. Este programa de desempeño está ligado a la consecución de objetivos que implica una remuneración variable adicional al salario fijo de cada empleado.

En relación a la captación de talento, contamos con equipos especializados y utilizamos nuestras plataformas sociales para dar a conocer las ofertas de empleo. En el año 2019, HomeServe ha generado **739 ofertas de empleo**. LinkedIn es una de nuestras principales redes de captación. A lo largo del 2019 hemos publicado 212 contenidos, que han alcanzado a nuestros **6.928 seguidores**, generando **53.791 interacciones** y 505.702 impresiones. En este espacio, damos visibilidad a todos los proyectos llevados a cabo en la compañía, así como a nuestro equipo, haciendo partícipes a todos nuestros seguidores de los logros alcanzados.

Además, tenemos **acuerdos con 32 universidades y escuelas de negocio** a través de las que promovemos prácticas con alumnos y formaciones. En el año 2019, HomeServe ofreció becas a 17 alumnos y prácticas a 10 personas. Tras este periodo formativo, una persona se incorporó a la plantilla.

Otra de las vías de captación de talento la llevamos a cabo a través del proyecto **"Trae un amigo"**, que permite a los empleados recomendar a familiares y amigos para incorporarse a nuestro equipo. En 2019, HomeServe recibió **395 recomendaciones** y se han incorporado 35 profesionales gracias a este programa.



La movilidad interna es otro de los objetivos en los que trabaja HomeServe. Desde RR.HH. se fomentan los cambios de puesto y la promoción interna.



	2019	2018
Nuevas incorporaciones	739	ND
Promociones realizadas	34 (15 hombres / 19 mujeres)	20
Cambios de puesto	35 (15 hombres / 20 mujeres)	ND
Antigüedad media plantilla	4,42 años	4,79 años
Rotación*	37,13%	28%
Absentismo	5,99% (13,69% hombres / 86,13% mujeres)	7,5%
Absentismo por horas	231.406 (31.689 hombres / 199.717 mujeres)	ND
Absentismo por accidente	2611 (546 hombres / 2.065 mujeres)	ND

*La fórmula utilizada ((Altas + Bajas)/2) / Media empleados de todo el año.

Si atendemos al desarrollo de las capacidades de las personas para alcanzar los planes de carrera definidos, la formación es una de las principales herramientas. En el año 2019 se han impartido **34.825 horas de formación**, equivalente a cerca de 35 horas / empleado. El índice de satisfacción sobre la formación realizada se ha situado en **3,9 puntos sobre 4**.

En este sentido, como novedad este año se ha implantado el programa de Formación y Desarrollo **“Construyendo un liderazgo positivo”**, para la mejora de las habilidades de gestión y liderazgo de los mandos intermedios de las plataformas. En la actualidad se ha desarrollado el 25% del proyecto y se terminará de ejecutar a lo largo de los próximos 18 meses.

Una de las novedades en formación a lo largo del año 2019 ha sido el desarrollo de la aplicación **GrowingApp**. Se trata de un sistema **Learning&Development** implantado en HomeServe para ofrecer a nuestros empleados recursos

formativos para su desarrollo personal y profesional. De esta manera, buscamos reforzar necesidades y minimizar diferencias en el proceso de aprendizaje y desarrollo de nuestros equipos.

A través de la aplicación, los empleados de HomeServe cuentan con una plataforma online donde acceder de forma gratuita y en cualquier momento del día a sesiones y cursos para la capacitación en **soft skills**: manejo del estrés, manejo del talento, transformación digital, liderazgo, entre otros; y a recursos de utilidad para su desarrollo: artículos, charlas inspiradoras, iniciativas para aprender otros idiomas, etc. En definitiva, ofrecemos una solución de aprendizaje electrónico rápida y accesible para todos los empleados, tanto el personal de estructura como de nuestros equipos de atención telefónica. La aplicación, descargada por un 34% de la plantilla, además de las sesiones formativas y los recursos, incorpora otras herramientas y espacios:

Horas formativas por nivel

Nivel 1	4,50
Nivel 2	1.34,50
Nivel 3	587
Nivel 4	1927,25
Nivel 5	2009
Nivel 6	30.153,75
Total general	34.825

- **Comunidad de Mentoring.** Soporte adicional para nuestro programa Mentoring, con documentación para ayudar a nuestros mentores en su viaje.
- **Sistema de alertas y notificaciones.** Alertas personalizadas para nuevos cursos, información de Recursos Humanos, mensajes de nuestra administración, etc.
- **GrowingEnglish.** Una solución de aprendizaje de inglés para todos los empleados de HomeServe mediante 57 cursos guiados de "Inglés de negocios", "Inglés general", "Inglés específico" y clases virtuales de conversación ilimitadas las 24 horas del día.

La satisfacción entre los empleados ha sido muy alta y así lo demuestran algunos de sus testimoniales

"Como siempre, ¡un gran trabajo del equipo de formación y desarrollo! Me han resultado muy interesantes las diferentes formaciones incluidas en la app. De hecho, creo que solo tengo una pendiente de hacer..."

María López,
gerente de Customer
Experience de HomeServe



"Creo que la app de formación es una idea genial porque tienes libertad de elegir formarte y aprender sobre los temas que realmente te interesan. Además, es cómodo. Yo que me desplazo en trayectos tan largos, puedo aprovechar el tiempo aprendiendo con total comodidad. Me parece una iniciativa super adaptada a estos tiempos. Me encanta."

Claudia de la Barra,
coordinadora de Call Center
de HomeServe

Por otra parte, fomentamos la creatividad y la implicación de nuestros empleados a través de nuestro **proyecto de innovación**. El objetivo es trabajar con el equipo para mejorar la propuesta de valor de HomeServe y así, conseguir diferenciarnos de la competencia. Las guías para el desarrollo de proyectos innovadores parten de la estrategia de HomeServe y buscan soluciones a necesidades concretas de negocio que aporten eficiencias y mejoras del servicio.

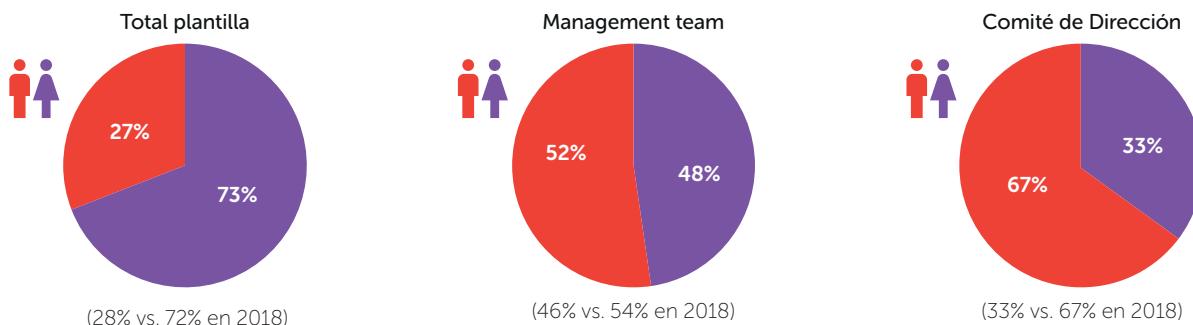
Durante el año 2019, promovimos la innovación a través de charlas formativas, visitas a espacios de innovación de otras compañías y formación en metodologías Agile. Además, volvimos a convocar nuestro concurso de innovación, en el que **participaron 52 empleados** de las diferentes oficinas de HomeServe, que utilizando técnicas de gamificación y la metodología Design Thinking han aportado soluciones a los retos propuestos.

Diversidad e inclusión

Contar con un equipo diverso e inclusivo aporta un gran valor a las compañías ya que mejora los índices de aprendizaje y enriquece los equipos y el desarrollo de proyectos. En HomeServe contamos con políticas de Igualdad para nuestras líneas de negocio y tenemos un compromiso firme para promover la diversidad de género, cultural, generacional y funcional.

HomeServe está centrado en lograr una equitativa representación femenina en los niveles superiores de la compañía. En la actualidad, en España, el **73% de su plantilla está formada por mujeres**, representado estas el 48% de los mandos intermedios y el 35% del Comité de Dirección. Por otra parte, la brecha salarial se situó en el 0,04% en 2019 a favor de la mujer (este cálculo se ha realizado teniendo en cuenta aquellos puestos de trabajo en el que conviven los dos sexos y respecto al salario base).

Porcentaje de mujeres y hombres en HomeServe España (2019)



Porcentaje de mujeres y hombres por nivel profesional

Nivel profesional	2019		2018	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Nivel 1	0,78%	1,36%	0,70%	1,82%
Nivel 2	1,94%	1,94%	2,24%	1,40%
Nivel 3	3,20%	3,01%	2,94%	3,64%
Nivel 4	5,33%	3,49%	6,15%	2,80%
Nivel 5	10,86%	4,46%	10,63%	3,50%
Nivel 6	50,73%	12,90%	49,51%	14,96%

Si atendemos a las incorporaciones que se han realizado en la compañía a lo largo del 2019, el **74% fueron mujeres y el 26% hombres**.

Por lo que respecta a la **diversidad cultural**, en HomeServe España contamos con personas procedentes de **19 nacionalidades**, lo que nos aporta perfiles diferentes que enriquecen el negocio. Ofrecemos a nuestros empleados la posibilidad de movilidad internacional para que puedan acceder a ofertas de trabajo en otros países o empresas del grupo.

Como hemos visto en el cuadro de empleados por edad, en HomeServe también promovemos la **diversidad generacional**. Realizamos un análisis exhaustivo de perfiles y establecemos motivaciones, formas de trabajar y expectativas diferentes para cada colectivo. Ya sea a través de modelos de trabajo que den respuesta a las necesidades de cada generación, como la generación de una cultura integradora que promueva y facilite la transferencia de conocimiento.

Número de empleados por edad

Edad empleados	19-25	26-35	36-45	46-55	56-∞
Número de empleados	25	244	459	253	50

Por último, en relación a la **diversidad funcional**, desde hace muchos años apostamos por la integración laboral de las personas con discapacidad. HomeServe cuenta en su plantilla con 2 trabajadores con discapacidad procedentes de la Fundación Down Madrid y cumple con el ratio del 2% de la **Ley LISMI**. En este sentido, además de la colaboración continuada que realizamos con la Fundación Down Madrid, realizamos otros proyectos con proveedores sociales.

Seguridad y salud

La seguridad, la salud y el bienestar de nuestro equipo es una de nuestras prioridades y trabajamos diariamente para crear entornos de trabajo más seguros, en el que los empleados se sientan cómodos, tanto en la oficina como quienes realizan teletrabajo desde sus hogares. El objetivo es reducir al mínimo el número de lesiones y enfermedades relacionadas con el trabajo. En 2019, el número medio de accidentes laborales ascendió a 2,58/mes (número de accidentes reportados por 200,000 horas trabajadas). Estos accidentes de trabajo son principalmente in itinere y el índice de gravedad (número de días perdidos por accidentes laborales entre número total de jornadas trabajadas) es de 10,68. En cuanto a los datos de absentismo del año 2019 se registraron un 86,13% en el caso de las mujeres y un 13,69% por parte de hombres.

El Grupo HomeServe ha creado un **equipo especializado en Seguridad y Salud**, liderado por **David Bower, director**

Financiero de HomeServe plc junto con los directores de RR.HH. de cada país. Este equipo es responsable de las políticas de seguridad, salud y medioambiente que se están desarrollando y que aplican a todas las unidades del negocio, incluida España.

En España, contamos con un Comité de Seguridad y Salud y ofrecemos a nuestros empleados la posibilidad de realizar anualmente un examen de salud a través de nuestro Servicio de Prevención. Además, nuestra intranet cuenta con una sección específica de "Prevención y riesgos laborales" en la que los empleados pueden acceder a consejos sobre fatiga postural, fatiga visual, accidentes in itinere, etc.

Para promover la seguridad y la salud de nuestros empleados, este año hemos puesto en marcha el proyecto HomeSaludable.

Home Saludable

Se trata de una iniciativa diseñada y promovida por HomeServe para **potenciar la salud dentro de la compañía, con el objetivo de mejorar el bienestar de los empleados y crear un entorno seguro y saludable**. Este proyecto contribuye a la reducción del absentismo y a la mejora de la productividad. Los objetivos perseguidos con **HomeSaludable** son:

- Potenciar el factor salud (Wellness Corporate) dentro de HomeServe, entendiéndolo como el diseño de programas enfocados al bienestar de los colaboradores en un entorno laboral saludable. Estos programas son el resultado de estrategias empresariales con visión de futuro.
- Generar un impacto directo en nuestros niveles de absentismo, tratando las causas-raíz de las ausencias de la plantilla mediante sistemas de prevención, principalmente.
- Minimizar los riesgos psicosociales, a través de acciones que sean tangibles y visibles por los empleados a corto plazo.
- Construir juntos un lugar de trabajo seguro y saludable.

Para el lanzamiento del proyecto, organizamos una **"Wellness Week"** donde se realizaron diferentes actividades para que los empleados pudieran ser partícipes del proyecto y empezasen a concienciarse sobre la importancia de llevar a cabo unos hábitos saludables: talleres mindfulness, talleres de nutrición, micromasajes, "walking break"... Además, se implantaron recomendaciones sobre alimentación sana y se habilitaron productos saludables en la cafetería y máquinas expendedoras. Esta iniciativa se ha mantenido constante a lo largo del tiempo.

Sumado a todo lo anterior, hemos continuado con nuestro plan habitual de Salud a través de la distribución de consejos saludables, el fomento de la realización de actividad física y la alimentación saludable.

HomeServe, además, ofrece diferentes alternativas para mejorar la seguridad y la salud de nuestros empleados:

- La empresa pone a la disposición de sus empleados dos **salas de relax y una sala de juegos o de ocio**.
- De manera mensual, se ofrece el **servicio de un fisioterapeuta**, realizando masajes, con un importe mínimo para el empleado de 5€, impactando entre 12-15 trabajadores por sesión.
- Formaciones en **cursos de primeros auxilios**.
- Cumplimiento de la normativa legal con la adquisición de la maquinaria precisa para la realización de posibles **rescates cardiacos**.
- Participación en eventos sociales que potencian la actividad física, como por ejemplo, **carreras solidarias**.

El resultado de esta iniciativa se ve reflejado en el dato de engagement relativo a **Wellbeing & Balance**, pasando del 43% antes de su lanzamiento al **56% tras su implantación**, lo que supone un incremento de 13 puntos porcentuales.

Comunicación

En HomeServe ponemos a disposición de los empleados una amplia variedad de canales que nos permiten que la comunicación circule de forma bidireccional y que todos los empleados estén informados de forma continuada de los avances del negocio.

Desde hace varios años tenemos implantado un sistema de reuniones mensuales de todo el equipo con los directores de cada departamento y encuentros con el CEO para debatir sobre temas y asuntos relevantes de la compañía.

Por lo que respecta a los canales, nuestra **intranet corporativa** es la plataforma de referencia para mantenerse informado y para trasladar cualquier feedback sobre las noticias destacadas o trasladar cualquier sugerencia. A lo largo del año 2019, en la intranet corporativa se han publicado **609 comunicados** y se recibieron **413 sugerencias** por parte de los empleados.

Representación y canales de denuncia

HomeServe está comprometida en fomentar un ambiente de trabajo en el que todas las personas sean tratadas con respeto y dignidad mediante la prevención, resolución y sanción, en su caso, de los supuestos de acoso laboral o sexual que puedan producirse, como requisito para garantizar la dignidad, integridad e igualdad de trato y de oportunidades de toda su plantilla.

Ante cualquier comportamiento inadecuado u ofensivo, ponemos a disposición de todos los empleados afectados, o terceras personas que conozcan la situación, los canales de denuncia para poner en marcha las acciones correspondientes para su eliminación.

- **Departamento de RR.HH.**, a través de los diferentes equipos que colaboran habitualmente con los negocios (HRBP).
- **EXPOLINK (900 944 401)**. Es una organización completamente independiente que cuenta con personal imparcial para manejar este tipo de llamadas. La información que se facilite a EXPOLINK se enviará al Assurance Risk and Best Practice Director, que será el responsable de gestionar y resolver la incidencia.

Una vez que el Departamento de Recursos Humanos tenga constancia de la denuncia de algún empleado, se activa el protocolo, teniendo como principios: la rapidez, la confidencialidad y la protección del derecho a la intimidad y la dignidad de las personas afectadas e implicadas.

A lo largo del año 2019 no se ha recibido ninguna denuncia por Expolink y se han procesado 9 reclamaciones oficiales (11 en 2018), demandas interpuestas por los empleados de HomeServe en organismos oficiales.

Además, las dos líneas de negocio de HomeServe cuentan con un Comité de Empresa que vela por los intereses de los trabajadores. El 100% de la plantilla está acogida a los convenios colectivos de "Oficinas y despachos" en el caso de HomeServe Asistencia y "Empresas de Mediación de Seguros Privados" en el caso de HomeServe Spain.

A continuación, detallamos el cuadro de despidos producidos durante el año 2019:

Despidos

Clasificación	Categoría	2019	2018
Género	Hombre	9	23
	Mujer	11	16
Edad	19-25	0	0
	26-35	4	13
	36-45	11	10
	46-55	4	15
	56-∞	1	1
Nivel Profesional	Nivel 1	2	1
	Nivel 2	0	2
	Nivel 3	0	9
	Nivel 4	4	9
	Nivel 5	3	3
	Nivel 6	11	15



Cientes

HomeServe organiza toda su actividad en torno al cliente, situándolo en el centro del negocio y acompañándolo en todo su ciclo de vida. Seguimos avanzando en nuestro proceso de transformación digital para ser más eficientes en la prestación del servicio y adaptarnos de forma inmediata a las necesidades de nuestros clientes.

Buscamos crear una relación y un vínculo a largo plazo con nuestros clientes, con el objetivo de brindarle un excelente servicio en el momento que nos necesite. Nuestra promesa al cliente muestra nuestro compromiso con cada uno de ellos y está impregnado en nuestro ADN y cultura. Todo el equipo de HomeServe conoce los pilares de atención al cliente: desde la primera línea hasta la alta dirección. Llevamos muchos años trabajando en este sentido y hemos conseguido una amplia reputación, que se ha visto respaldada por la obtención de diferentes premios que certifican nuestra orientación y apuesta por el cliente.

En la actualidad, en HomeServe Spain contamos con:



1.013.000
de clientes



1.150.000
de contratos

para el cuidado
y mantenimiento del hogar.

Excelencia y satisfacción del cliente

En HomeServe contamos con un equipo especializado en **Customer Experience** que mide la satisfacción del cliente en cada momento de su ciclo de vida: desde la contratación hasta la baja. De esta manera, detectamos cualquier incidencia en el servicio y desarrollamos planes de mejora que contribuyan a prestar una atención excelente. Los avances realizados en este sentido nos han llevado a obtener un **NPS de 64,93%** (más de un punto porcentual superior al registrado en 2018: 63,7%) y a **que los clientes puntúen el servicio con 8,83 puntos sobre 10**.

Para obtener estos resultados, a lo largo de todo el año se realizaron **59.743 encuestas de satisfacción** (49.913 HomeServe Asistencia / 9.830 HomeServe Spain). Los datos de satisfacción del cliente son compartidos de forma periódica con todos los equipos implicados en la contratación y prestación del servicio, por lo que cada área es conocedora de los resultados y de las oportunidades de mejora. Entre los parámetros que medimos se encuentra la insatisfacción, el esfuerzo que requiere cada proceso en el cliente, el cumplimiento de nuestros pilares en atención al cliente (**Transparencia, Claridad, Facilidad, Rapidez y Escucha**) o la satisfacción con el servicio prestado por el profesional, entre otros.

Otro de los indicadores que revelan la satisfacción del cliente en HomeServe Spain es el índice de retención. En el año 2019 registramos una **retención del 80,50%**, lo que supone un incremento respecto a los datos obtenidos en 2018 (78%).

Nuestro servicio de atención al cliente está operativo los 365 días del año, las 24 horas del día, con el objetivo de atender cualquier urgencia que suceda en el hogar de nuestros clientes. Para ello, contamos con un total de **7 plataformas telefónicas** localizadas en diferentes puntos del país. En el año 2019, atendimos 1.794.685 llamadas, frente a las 1.756.441 de 2018.

Además del teléfono, tenemos habilitados otros canales de contacto para el cliente, con el objetivo de que sea él quien elige el medio a través del que quiere que nos comuniquemos: email, redes sociales, página web...



59.743
encuestas
de satisfacción



NPS
64,93%



nuestros clientes
puntúan nuestro servicio
8,83/10



80,50%
retención de cartera de
HomeServe Spain

Clientología

En línea con nuestra filosofía y cultura en torno al Cliente, desarrollamos actividades e iniciativas alienadas con nuestro proyecto Clientología. Todo ello con el objetivo de continuar concienciando a los empleados en la mejora de la experiencia de los clientes e incorporar nuestros pilares en su día a día. A lo largo del año 2019 hemos llevado a cabo los siguientes proyectos:

- **EspacioSináptico.** Se trata de un nuevo espacio de comunicación a través del cual, y en distintos formatos, desde el área de Experiencia de Cliente mantienen a la organización informada sobre las demandas y opiniones de los clientes, compartiendo información de relevante de dentro y fuera de la compañía.

Tras el lanzamiento de esta iniciativa se han desarrollado diferentes comunicaciones bajo el concepto de EspacioSináptico: newsletter con periodicidad mensual con información acerca de opiniones de los clientes, cumplimiento de nuestros compromisos, experiencias HomeServe o experiencias destacadas en otras compañías; y CX Talks, que tratan sobre temas relevantes en experiencia del cliente, como el NPS. Adicionalmente, en el acceso a nuestras oficinas, se ha colocado un tótem interactivo como nuevo canal de comunicación con empleados, y que también pueden consultar partners o profesionales que acuden a nuestras oficinas, con los indicadores e información más relevante de experiencia del cliente.

- **Semana de los compromisos.** Durante una semana dedicamos cada día a uno de los compromisos con el cliente, en los que está basada nuestra Clientología, con el objetivo de reforzarlos y conocer qué significa cada uno de ellos para nuestros empleados. A través de actividades y concursos, conseguimos poner en primera línea estos pilares y que todos los empleados se implicaran para seguir trabajando en el cumplimiento de cada uno de ellos.
- **Semana del cliente.** La semana del 23 de octubre de 2019 se celebró, por primera vez en la historia de HomeServe España, la Semana del Cliente. Contamos con la **participación de unos 300** empleados en distintas formaciones, workshop y píldoras formativas.

Entre las actividades realizadas en esta semana destacan las ponencias ofrecidas por personas de referencia en el mundo de la experiencia de cliente como **Jorge Martínez-Arroyo, presidente de la Asociación DEC o Amaya Martínez, responsable de Experiencia de Cliente en Nationale Nederlanden.**

Una de las jornadas de esta semana estuvo dedicada exclusivamente a nuestros clientes. 14 clientes reales a los que recibimos en nuestras oficinas a para invitarles a compartir un día con el equipo de HomeServe. La mañana se inició con una pequeña bienvenida por parte de Fernando Prieto, CEO de HomeServe España y Arturo Marzal, secretario general de HomeServe España. Después, pudimos compartir una sesión y entrevistas para conocer la experiencia de cada uno de ellos con HomeServe y su recomendación sobre áreas de mejora.

"Me llevé el mejor criterio personal y profesional del técnico enviado".

Antonio
Barcelona.

"Estoy muy agradecido por todo el personal. Muchas gracias a Raimundo que es muy profesional y agradable".

Marcos
Málaga.

"Puntualidad, prontitud y eficacia. Mejor imposible"

Fidencio
Zaragoza.

"Estoy muy contenta con la persona que vino a solucionármelo, eficiente, claro y eficaz".

María Jesús
Madrid.

Calidad

Desde hace varios años, AENOR y Madrid Excelente reconocen nuestro compromiso por la excelencia. HomeServe España posee el **Sello Madrid Excelente** y la **ISO 9001**, que certifican que contamos con un sistema de mejora continua. Día a día seguimos reforzando nuestra cultura en torno a las necesidades y expectativas de nuestros clientes, poniéndonos en su lugar para escucharlos y mejorar su satisfacción. Cada decisión sobre el cliente está basada en su satisfacción y en la información que extraemos de las interacciones con ellos (encuestas, reclamaciones, focus group, ...). También, medimos cada uno de nuestros procesos para poder desarrollar planes de acción que mejoren nuestros resultados a través del ciclo **PDCA** (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar).

AENOR

ER

Empresa Registrada

ISO 9001

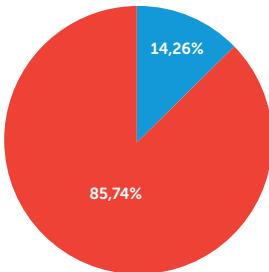
Gestión de reclamaciones

Cada área de negocio de HomeServe cuenta con equipos especializados en la gestión de quejas y reclamaciones. Existen protocolos y controles de calidad para garantizar el tratamiento correcto de las mismas y cumplir con los tiempos de resolución marcados. Además de la mera gestión de la reclamación, los equipos realizan un análisis exhaustivo de incidencias más recurrentes y posibles áreas de mejora para definir planes de acción que nos ayuden a reducir el número de quejas recibidas.

A lo largo del año 2019, la línea de negocio de HomeServe Spain contabilizó 20.188 quejas y reclamaciones, de las cuáles se **cerraron el 85,74% en menos de 48 horas**. Las reclamaciones de 2018 a 2019 han disminuido en esta línea de negocio, en concreto 1 punto porcentual, debido a que HomeServe Spain dejó de colaborar con uno de sus partners. En el caso de HomeServe Asistencia, se gestionaron 61.428 quejas y **reclamaciones, cerrándose el 43% en menos de 48 horas**, debido al aumento del número de compañías y por los temporales que hace que contemos con más servicios. A continuación, detallamos el evolutivo con el porcentaje de las reclamaciones que se cerraron en 2018:

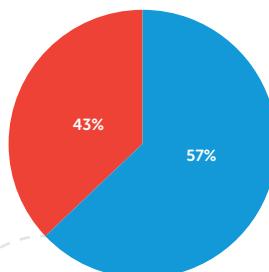
2019

Reclamaciones cerradas en menos de 48 horas (HomeServe Spain)



■ Gestión < 48hrs. ■ Gestión > 48hrs.

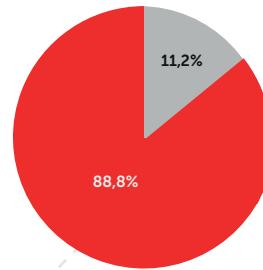
Reclamaciones cerradas en menos de 48 horas (HomeServe Asistencia)



■ Gestión < 48hrs. ■ Gestión > 48hrs.

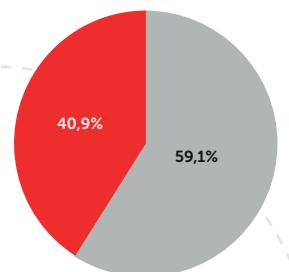
2018

Reclamaciones cerradas en menos de 48 horas (HomeServe Spain)



■ Gestión < 48hrs. ■ Gestión > 48hrs.

Reclamaciones cerradas en menos de 48 horas (HomeServe Asistencia)



■ Gestión < 48hrs. ■ Gestión > 48hrs.

Transformación digital y Ciberseguridad

En HomeServe estamos inmersos en un ambicioso proceso de transformación digital que nos está permitiendo mejorar la experiencia del cliente gracias a las posibilidades que nos brindan las nuevas tecnologías: visión 360 del cliente, mayores eficiencias en los procesos, gestión completa del ciclo de vida del cliente, automatización, etc.

Trabajamos para ofrecer al cliente diferentes plataformas y vías de comunicación para que sea él quien elija como quiere contactar con nosotros y cómo realizar sus gestiones. En este sentido, además, de la venta telefónica, todos los usuarios pueden acceder a través de nuestra web corporativa a nuestro catálogo de productos, pudiendo elegir la modalidad del servicio que quiere contratar (en función de

sus necesidades) así como cualquier complemento adicional que quiera incorporar al mismo.

En el año 2019 hemos realizado una revisión de nuestro catálogo para simplificarlo y facilitar la decisión del cliente. En la actualidad, el usuario puede encontrar diferentes categorías para las especialidades en fontanería, electricidad, electrodomésticos, aire acondicionado, calefacción y multigremio. Este año cabe destacar el lanzamiento de un producto novedoso: **Home Total**. Se trata de un seguro de reparaciones y mantenimiento del hogar que cubre averías y urgencias eléctricas, de fontanería, aire acondicionado, bricolaje, electrodomésticos o persianas. Incluye desplazamiento gratuito, mano de obra y una cantidad fija para invertir en piezas que necesiten ser reemplazadas.



Fontanería

Protege tu instalación de fontanería de urgencias y averías inesperadas.



Electricidad

Olvídate de cualquier imprevisto en la instalación eléctrica de tu hogar.



Electrodomésticos

Despreocúpate del trastorno que provocan las averías en electrodomésticos.



Aire acondicionado

Mantén tu aire acondicionado en condiciones óptimas y olvídate de pasar calor cada verano.



Multigremio

Profesionales multigremio para realizar las tareas de mantenimiento en tu hogar.



Home Total

Protege tu instalación eléctrica, de fontanería, electrodomésticos e incluye servicios de manitas.



Calefacción

Protege tu caldera o calentador de averías imprevistas y garantiza el buen funcionamiento.

Adicionalmente, a través de la **zona cliente** disponible también en la web corporativa, cada usuario puede acceder en tiempo real al estado de sus contratos, servicios solicitados o facturas. En el último año, **se ha incrementado en un 37%** el número de clientes digitales que se han dado de alta en este espacio.

Otro de los aspectos más relevantes que acompaña todo nuestro proceso de transformación digital es la **Seguridad de la Información** y la protección ante cualquier ciberataque. En HomeServe contamos con protocolos muy rígidos para garantizar que los datos de nuestros clientes y socios colaboradores estén seguros. Desde hace varios años, contamos con la certificación **ISO 27001** que ratifica

que tenemos los sistemas y protocolos adecuados para garantizar la seguridad de la información.

Además, contamos con un equipo especializado en Ciberseguridad que, juntamente con el **CSOC** (Centro de Operaciones de Ciberseguridad), nos permite estar en alerta e intentar antepoarnos, en la medida de lo posible, a estas amenazas, apostando no sólo por la prevención, sino también añadiendo capacidades de detección y respuesta ante incidentes. La concienciación de los empleados en este sentido es clave. Por ello, a lo largo del año 2019 hemos emitido 9 comunicados relacionados con ciberseguridad que se pueden aplicar no sólo en el ámbito laboral, sino también, en el personal.



Proveedores / Red de profesionales

En HomeServe garantizamos un proceso transparente y ético en relación con nuestros proveedores, buscando generar relaciones a largo plazo al objeto de proporcionar el mejor servicio al cliente.

Realizamos un exhaustivo control interno en todas las fases del proceso de compras y contamos con políticas que velan por el cumplimiento de las normas y pautas establecidas, tanto para la validación de proveedores como la aprobación del gasto. Además, nuestro **Código Ético** recoge los principios de integridad en la gestión con proveedores y los mecanismos de denuncia de cualquier tipo de soborno o fraude.

Desde el Grupo HomeServe se realiza un exhaustivo seguimiento y análisis de la gestión de proveedores y anualmente, todos los niveles 1, 2 y 3 de la compañía ratifican su compromiso y cumplimiento con dicho Código de Conducta.

En HomeServe España podemos diferenciar proveedores generales y proveedores de servicio. En esta última categoría se incluye nuestra red de profesionales, al prestar su servicio en nombre de HomeServe como resultado de la actividad de la compañía.

Durante el año 2019, **HomeServe invirtió 124 millones de euros** en compras o pago a proveedores (97% nacionales), frente a los 109 millones de 2018. Además, durante el año pasado trabajamos con 5 proveedores sociales.

Para garantizar una elección idónea de proveedores, el departamento de Compras cuenta con un sistema de homologación y evaluación de proveedores basado en un análisis de su idoneidad para la prestación de los servicios, de la solvencia económica de la empresa, así como el cumplimiento de la normativa laboral con sus empleados. En este sentido hemos evaluado a un total de 47 proveedores con facturación superior a 100.000€ o cuyo servicio es crítico para el negocio, siguiendo los criterios definidos en el Procedimiento de Evaluación de Proveedores. De esta evaluación se han obtenido los siguientes resultados: 16 satisfactorios, 22 aceptables, 9 insatisfactorios. En este último caso, se ha dejado de trabajar con 6 de ellos y para el resto se han establecido planes de acción.

Además, en 2019 hemos implantado un sistema de gestión medioambiental, por lo que unas de las acciones que estamos llevando a cabo para el año 2020 es incluir criterios medioambientales para evaluar a nuestros proveedores.

Red de profesionales

Como hemos mencionado anteriormente, consideramos nuestra red de profesionales como proveedores de servicio, ya que son la parte que interactúa con el cliente en nombre de HomeServe, es decir, los embajadores de la marca ante el cliente. Es por ello que tienen una gran relevancia en la empresa y, por tanto, un modelo específico de gestión que incluye algunos beneficios como el pago a 30 días. Además, se invierte en ellos con formación, fomentando un compromiso bidireccional e implicándoles en muchos de los procesos de la compañía.

HomeServe cuenta en la actualidad con una red de más de **2.600 profesionales especializados, principalmente, en 27 gremios**. Nuestro sistema de gestión de red nos permite ofrecer servicio en todo el país, con reparadores locales para adaptarnos a la necesidades y características de cada zona. La red está gestionada por un equipo de cerca de **20 directores y gerentes de red** que se encargan de la captación, gestión y seguimiento. Esto nos ha permitido una gestión más eficiente, ágil y personalizada, que se ha traducido en un mejor servicio al cliente y un mayor compromiso de la red.

Formar parte de la red de profesionales de HomeServe implica cumplir con unos altos niveles de calidad en el servicio prestado. En HomeServe somos muy exhaustivos con los controles de calidad y a la vez les brindamos las herramientas necesarias para la gestión del servicio, les formamos continuamente y les ayudamos a mejorar.

Una de las claves de nuestra red de profesionales es la fidelización y vinculación que hemos conseguido. Trabajamos con ellos la motivación y la creación de una relación a largo plazo, invitándoles a participar en la mejora y operativa de la compañía, con la celebración de reuniones y convenciones en las que compartimos visión y objetivos.

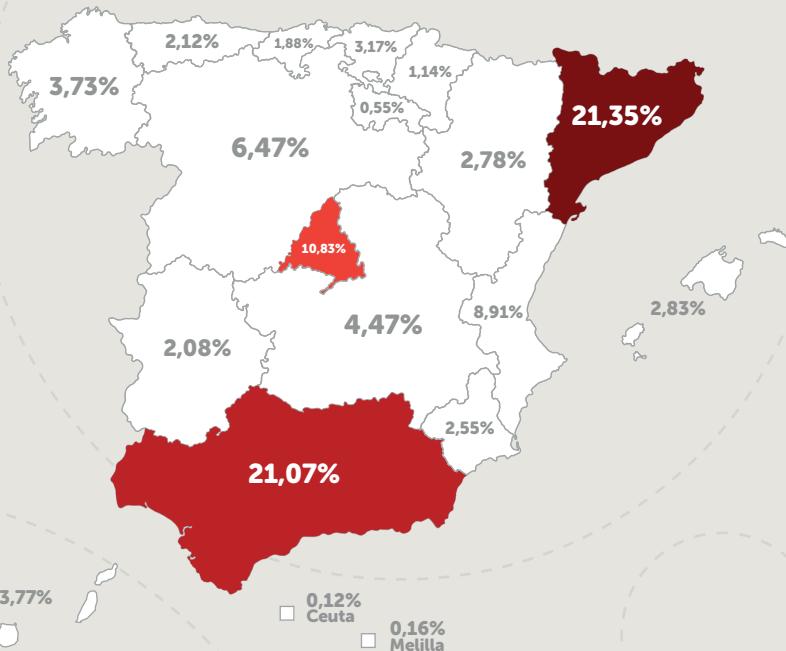
La red de profesionales está formada principalmente por autónomos y contamos con redes especializadas en tipologías de gremios, tipologías de servicios, zonas de baja densidad... Una de nuestras tipologías de redes son nuestros franquiciados y licenciarios, que se caracteriza por la asignación preferente de servicios según su zona a cambio de una mayor vinculación con HomeServe, una mayor implicación en la consecución de los objetivos del negocio y una prestación del servicio excelente. Hemos cerrado el año 2019 con **173 franquiciados y 53 licenciarios** (163 franquiciados y 28 licenciarios en 2018).

Gracias a nuestra red de profesionales, en el año 2019 realizamos **773.947 servicios**, un 8,6% más que en 2018 y los **clientes valoraron nuestras intervenciones con 9,01 puntos sobre 10** (8,8 puntos sobre 10 en 2018).

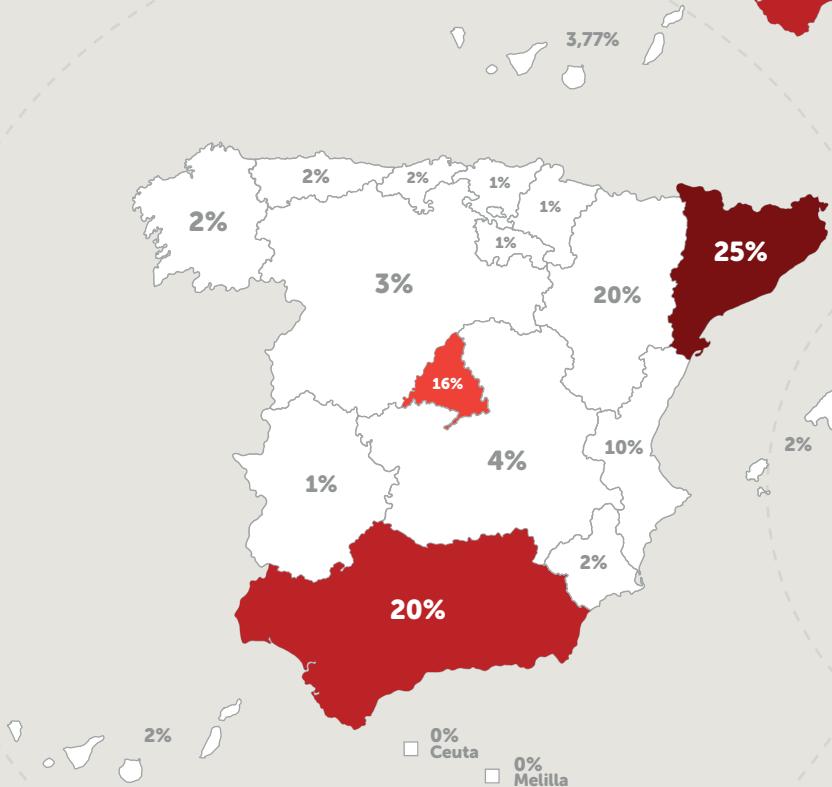
A continuación, mostramos la distribución de servicios realizados por cada provincia, así como el porcentaje de profesionales que presentan cada zona.



Profesionales por comunidad autónoma



Volumen de negocio generado por zonas



Partners

Los acuerdos comerciales con compañías de diferentes sectores son una de las principales vías de generación de negocio de HomeServe. Trabajamos con compañías de diferentes sectores: utilities (principalmente energía), asegurador, fabricantes de calefacción, real estate, retailers o canal HORECA, entre otros.

El objetivo principal de estos acuerdos es crear un modelo de Affinity Partner a medida para cada compañía, buscando mejorar los ratios de fidelización y retención de cartera. La clave de nuestros acuerdos comerciales es establecer relaciones a largo plazo, con unos objetivos comunes y un seguimiento diario de los resultados obtenidos.

Contamos con la experiencia internacional del Grupo HomeServe que, desde hace más de 25 años, desarrolla este tipo de acuerdos y ha logrado excelentes resultados. A día de hoy, más de **750 compañías** confían en HomeServe como partner para mejorar su servicio. En España hemos cerrado acuerdos con las principales compañías de energía, sector asegurador y real estate, entre otras. Los estudios e investigaciones realizados a nivel internacional confirman el valor percibido de nuestro servicio: **incremento de la satisfacción en un 77% y reducción de la tasa de abandono en más del 20%**

Además, contamos con el conocimiento, la experiencia, la tecnología y el equipo de profesionales necesario para ofrecer al cliente la solución que necesita con la máxima calidad. Actuamos con rapidez y eficiencia ante cualquier incidencia y contamos con protocolos que garantizan tanto la continuidad del negocio en casos de crisis como la seguridad de toda la información que manejamos de nuestros partners, tal y como lo certifica la **ISO 27001** y nuestro sistema de protección ante ciberataques.

En la línea de negocio de HomeServe Spain, tenemos gran capacidad para adaptarnos a las necesidades y a la tipología de negocio de nuestros partners. Diseñamos productos y servicios alineados con su Core Business y ajustados a las demandas de sus clientes.

En el caso de HomeServe Asistencia, nuestros acuerdos comerciales implican, principalmente, la prestación del servicio de reparaciones y mantenimiento. Por ello, nuestra infraestructura tecnológica, nuestro equipo de Call Center y nuestra red de profesionales son nuestras principales fortalezas.

En la actualidad contamos con partners de diferentes sectores, lo que nos permite una gran diversificación del negocio para garantizar la sostenibilidad y continuidad de la compañía. En el año 2019, hemos cerrado **8 nuevos acuerdos comerciales**.





Sociedad

Con nuestro programa **HomeServe Responde**, trasladamos a la sociedad aquello que mejor sabemos hacer: **cuidar el hogar de todos**. Nuestros principales retos son desarrollar nuevas iniciativas de voluntariado para empleados y un programa de formación de jóvenes profesionales de la mano de nuestros franquiciados. Respecto a los posibles riesgos, no hemos identificado ninguno que consideremos suficientemente relevante.

Desde HomeServe, llevamos a cabo iniciativas solidarias en 4 ejes: cuidamos el hogar de nuestros clientes, creamos para nuestros empleados un lugar de trabajo agradable, mejoramos las condiciones de vida de los colectivos más desfavorecidos y cuidamos de nuestro planeta.

A lo largo del año 2019, con HomeServe Responde colaboramos con un total de 9 asociaciones, **trasladando nuestra ayuda a las personas que más lo necesitan** gracias a la implicación de **936 voluntarios** y desarrollando un total de **20 iniciativas solidarias**.

2019



936
Voluntarios



20
iniciativas
sociales

Jornadas solidarias de pintura

Las jornadas solidarias de pintura son una de las principales iniciativas de nuestro programa HomeServe Responde. Colaboramos cada año con diferentes asociaciones y organizaciones para mejorar los espacios y hogares donde acogen a colectivos desfavorecidos o en riesgo de exclusión social. En el año 2019, realizamos 7 jornadas de pintura solidaria.

Valencia Acoge (Valencia). Los empleados y profesionales de Valencia participaron en una jornada solidaria de pintura para colaborar con el proyecto de una ONG local, Valencia Acoge. Se trata de una asociación sin ánimo de lucro que trabaja por los derechos de las personas inmigrantes y por su plena participación en la sociedad valenciana. Para esta iniciativa contamos con un total de 20 voluntarios

Asociación Española Contra el Cáncer (Oviedo). El equipo de la oficina de Oviedo, con un grupo de 20 voluntarios formados por empleados, familiares y franquiciados, dieron color a un piso de AECC que pone a disposición de pacientes y familiares para sus consultas o tratamientos en el hospital.

Cáritas (Barcelona). En Barcelona, un grupo de 20 voluntarios colaboraron con Cáritas para pintar un centro de convivencia para personas mayores. Empleados y franquiciados dedicaron una mañana de trabajo para colaborar con una buena causa.

Aldeas Infantiles (Madrid). En Madrid conseguimos reunir a 50 voluntarios, entre compañeros y familiares, para la realización de una jornada solidaria de pintura del Centro de Día Abantos en San Lorenzo de El Escorial, perteneciente a Aldeas Infantiles SOS. En este centro ofrecen apoyo psicopedagógico y educativo a niños en situación vulnerable como medida preventiva para familias en situación de riesgo.

Cruz Roja (Sevilla). Mas de 20 voluntarios de nuestra oficina de Sevilla realizaron una jornada de pintura solidaria para mejorar las condiciones de la Casa de Acogida de Mujeres de Sevilla de la Cruz Roja.

Cáritas (Bilbao). Nuestros compañeros de Bilbao participaron, rodillo y brocha en mano, en la pintura solidaria del centro Hontza, de Cáritas Vizcaya. Se trata de un espacio nocturno de Cáritas donde atienden a personas con adicciones.

Fundación Down (Madrid). La segunda jornada de pintura solidaria del año celebrada en Madrid contó con 25 voluntarios que participaron en una iniciativa para dar color a un nuevo centro especial de empleo de la Fundación Down Madrid. HomeServe ha contribuido así a que esta fundación cuente con un espacio más donde fomentar la integración laboral de personas con discapacidad. Estos centros están concebidos como un medio de integración de las personas con discapacidad en el mercado laboral, pues su finalidad es proporcionar a dichas personas la realización de un trabajo productivo y remunerado, adecuado a sus características personales y que facilite su integración en el mercado laboral.



"Otro año más hemos podido aportar nuestro granito de arena dándole una buena mano de pintura a una vivienda de acogida de gente no tan favorecida y que viene a "buscarse la vida". Ellos son ayudados por una asociación de vecinos y vecinas de un barrio humilde de Valencia, pero que se implican con su esfuerzo y tiempo libre en buscarles oportunidades a estas personas, ya que las ayudas que reciben son escasas y puntuales. Además hemos disfrutado compartiendo esfuerzos y experiencias con franquiciados, empleados y familiares, y terminamos comiendo unos aperitivos y unas pizzas todos juntos pasando un rato fantástico. Hasta el año que viene".

Jorge Verdejo,
director territorial, DT Levante.



Otras acciones solidarias

- **Lucha contra el cáncer.** Como viene siendo habitual desde el lanzamiento de nuestro programa de RSC, colaboramos con la AECC en diferentes iniciativas con el objetivo de contribuir a la lucha contra el cáncer, apoyando su labor de investigación y la ayuda y soporte que ofrecen a las familias que padecen esta enfermedad. Un año más, hemos celebrado en nuestras oficinas el **Día Mundial Contra el Cáncer de Mama**, con la venta de productos solidarios. Gracias a esta iniciativa, hemos donado más de **2.300€ para la lucha contra esta enfermedad**. Además, con motivo de este día internacional, organizamos un taller informativo de prevención para todas las empleadas. Más de treinta compañeras asistieron a esta charla informativa impartida por la doctora Karen Ramírez.

A lo largo del 2019 tampoco faltaron en nuestro calendario solidario, las carreras contra el cáncer. En esta ocasión, participamos en la Marcha contra el Cáncer de Madrid, en la carrera contra el cáncer infantil de Sevilla y en las Carreras de la Mujer de Valencia, Madrid y Gijón. En total, contamos con participación de más de 400 corredores voluntarios que contribuyeron a la lucha contra esta enfermedad.

“Experiencia única, cada año me gusta más asistir a esta carrera y ver a tanta mujer feliz un domingo dispuestas a darlo todo”.

Beatriz Caballero,
jefe de Auditoría de Gestión.





“Un gusto participar en esta jornada con buenos compañeros que entregan su tiempo y esfuerzo desinteresadamente por una buena causa, ¡y siempre con una gran SONRISA! Gracias a todos”.

Ana Lopez Seisdedos,
directora de RR.HH.

- **Inclusión y diversidad**

Además de la contratación de personas con discapacidad procedentes de la **Fundación Down Madrid** y la contribución para mejorar alguno de los espacios con los que cuenta, celebramos de forma periódica desayunos y mercadillos solidarios. En el año 2019 tuvo lugar el **III Desayuno Solidario en HomeServe** para colaborar con la fundación en su labor de dar apoyo a las familias que tienen algún miembro con discapacidad intelectual.

También convocamos un mercadillo navideño solidario con motivo del Día Internacional de las Personas con Discapacidad Intelectual. Un grupo de chicos de la Fundación nos contagiaron su sonrisa y su actitud positiva y vendieron productos realizados con sus propias manos: piñas decorativas para Navidad, brochetas de golosinas, calendarios y otros artículos solidarios. Con estas iniciativas, hemos donado más de 800€ a la Fundación Down Madrid.

- **Navidades solidarias**

La Navidad en HomeServe siempre va asociada a uno de nuestros voluntariados más entrañables, colaborando en la preparación de parte de la comida de Navidad que ofrece Sant Egidio para 1.000 personas sin hogar. En total, contamos con un grupo de 35 voluntarios que participaron en las labores de preparado y cocinado de la comida que el día de Navidad se ofreció a personas "sin techo" de Madrid.



'Fue muy grato poder ayudar. La labor que hacen es enorme. Me llevé a mi hijo de 5 años para colaborar y personalmente me enriqueció mucho ver todo lo que hacen y poder ayudar. Me gustó tanto que me animé a colaborar activamente con ellos.'

Nieves Hernández,
supervisora de Real Estate.



Medioambiente

En el Grupo HomeServe ya se ha creado un equipo de trabajo para el desarrollo de iniciativas y acciones destinadas a la protección del medioambiente. Desde el punto de vista de negocio, ya se está trabajando en proyectos que contribuyan a disminuir el impacto medioambiental de nuestros clientes: instalación de equipos más eficientes, termostatos inteligentes, dispositivos para la detección de fugas, reparación de averías.

En España, este año hemos realizado grandes avances en este sentido. Por un lado, con el desarrollo de nuestra política medioambiental y por otro, con la **obtención de la certificación ISO 14001**, que ratifica nuestro compromiso en el control y la reducción del impacto de su actividad en el medioambiente. Esta certificación pone de manifiesto la implicación y constancia de la compañía. Para ello se han implantado políticas y principios medioambientales orientados a prevenir la contaminación y reducir el impacto de su actividad, minimizando la generación de residuos y promoviendo un uso responsable de los recursos.

La implantación de esta política de calidad y medioambiente tiene como objetivo proporcionar a HomeServe un marco de referencia para proteger el medioambiente y responder a las condiciones ambientales cambiantes, en equilibrio con las necesidades socioeconómicas.

En línea con ello, HomeServe ha celebrado su **I Semana del Medioambiente** para sensibilizar y concienciar a todos los empleados. Durante cinco días se llevaron a cabo iniciativas para promover la concienciación según una temática medioambiental (generación de residuos de plástico, consumo de agua, consumo de papel, consumo de energía,...). Además, se colocaron diferentes cubos de reciclaje y se colocó cartelería para reforzar la labor de concienciación. Por otra parte, se distribuyó entre todos los empleados una taza reutilizable de bambú para evitar el uso del plástico.

- **Jornada de voluntariado ambiental**

Como cada año, celebramos nuestra jornada tradicional de voluntariado ambiental. En esta ocasión, nos desplazamos hasta el Monte Los Almorchones (Navacerrada) con un grupo de 40 voluntarios para contribuir a proteger la flora autóctona y los árboles pequeños que sufren la agresión continua de los animales herbívoros. En esta iniciativa, colaboramos un año más con Reforesta que, además de esta jornada, realizó la **plantación de 50 árboles** para compensar nuestro consumo de papel.

"Suelo acudir a estos eventos solidarios con mi familia. Me parece una excelente oportunidad para concienciar a los pequeños sobre el cuidado del medio ambiente y compartir una mañana diferente con compañeros de trabajo. Son mis hijas las que me animan a apuntarme porque realmente es un rato muy divertido también para ellas."

David González,
gerente FP & A Claims.



“Una experiencia fantástica en la que podemos devolver algo de lo que la naturaleza nos da y podemos comprender la gran labor que asociaciones como Reforesta hacen día a día conservando nuestros bosques y montes para que podamos disfrutarlo con nuestros hijos. Gracias a HomeServe por hacer posible que podamos enseñar a nuestros hijos valores tan importantes como el cuidar y respetar la naturaleza.”

Miriam Reyes,
técnico de Recursos Humanos.



Consumos

Nuestro impacto en el medioambiente está generado principalmente por el consumo de recursos en nuestras instalaciones. En los últimos años hemos llevado a cabo diferentes iniciativas destinadas a concienciar y reducir el consumo de estos recursos: instalación de **1.048 luces LED de bajo consumo** en el último año, control de impresiones, sistemas informáticos que reducen el uso de papel...

No generamos ninguna contaminación directa significativa por ruido ni lumínica. Los edificios en los que están ubicadas nuestras oficinas no son de nuestra propiedad. En este apartado no incluimos el impacto generado por la actividad realizada por nuestros profesionales ya que se trata de colaboradores autónomos pero sí que se han enviado comunicaciones vía emails a todos los profesionales con el cumplimiento requerido por la norma ISO 14001 y

como profesional que presta servicio a HomeServe, por lo que se le ha informado de los requisitos que le son de aplicación. En estas comunicaciones se les informa de que deben cumplir la legislación medioambiental, indicándoles que los principales requisitos ambientales a controlar son por ejemplo, las emisiones de los vehículos y la gestión de residuos peligrosos y no peligrosos, incidentes relacionados con trabajos o servicios en nuestro nombre que pueda suponer un riesgo para el medioambiente, documentación ambiental que se le solicite o requiera.

En relación al consumo de agua difundimos mensajes para un uso responsable del mismo y no disponemos de información sobre el consumo realizado en las oficinas. No se han desarrollado acciones para combatir el desperdicio de alimentos.

Cuadro de consumos y residuos

	2019	2019 por empleado	2018	2018 por empleado
Energía	498.667,79 kWh	480,88 kWh	561.783 kWh	629,8 kWh
Reciclaje Papel	3.466 kg	3,34 kg	3.352 kg	3,76 kg
Compra papel	3.270 kg	3,15 kg	2.800 kg	3,1 kg
Impresiones	1.189.054	1146,6	984.483	1103,7

Acerca de esta memoria

El alcance de este informe recoge todas las actividades desarrolladas por HomeServe Spain S.L.U. y HomeServe Asistencia Spain S.A.U a largo del año 2019, que abarca desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre del 2019. Ambas presentan cuentas anuales individuales y consolidan a nivel internacional en la matriz HomeServe plc.

Cliente como eje central del negocio

Gestión financiera responsable

Gestión de riesgos

Apuesta por la tecnología

Nivel de servicio y calidad como palancas de crecimiento



Gestión ética, íntegra y honesta

Cumplimiento de la legislación

Compromiso con la sociedad

Políticas de Recursos Humanos enfocadas a desarrollo, engagement y respeto de los empleados

Los indicadores proporcionados en esta memoria no se han elaborado en base a ningún estándar nacional o internacional. La única obligada a presentar esta memoria es HomeServe Asistencia de cara a la ley. Se han seguido los requisitos de la ley 11/2018 y a lo largo de la misma se explica la metodología utilizada.

De acuerdo con nuestro compromiso con la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible**, a continuación, recogemos los principales indicadores que utilizamos para ver nuestra contribución en cada ODS y para el próximo ejercicio estableceremos retos a corto y medio plazo en cada uno de ellos:



Dato/iniciativa	
% Empleados con seguro médico empresa	Número de cursos sobre salud y bienestar
% Empleados formados en salud y bienestar	Número de accidentes de trabajo
Consejos compartidos sobre salud y bienestar	
Número de personas que pasan por sesión masajes	



Dato/iniciativa	
Mujeres en la plantilla	Brecha salarial
Mujeres en Management Team	% Mujeres promocionadas
Mujeres en Comité de Dirección (SMT)	



Dato/iniciativa	
Empleados con contrato fijo	Empleados mayores de 55 años
Antigüedad media de compañía	Políticas de conciliación
Promociones realizadas	Flexibilidad horaria
Empleados menores de 35 años	% Empleados teletrabajo



Dato/iniciativa	
Número de iniciativas llevadas a cabo con asociaciones y organizaciones sociales	
% Empleados con discapacidad	
Proveedores sociales	



Dato/iniciativa	
Compra de papel por empleado	Impresoras eficientes: reducción impresiones
Kilos de papel reciclado por empleado	Semana del Medioambiente
Consumo de energía por empleado	Consumo de impresiones por empleado



HomeServe®