

Responsabilidad Social





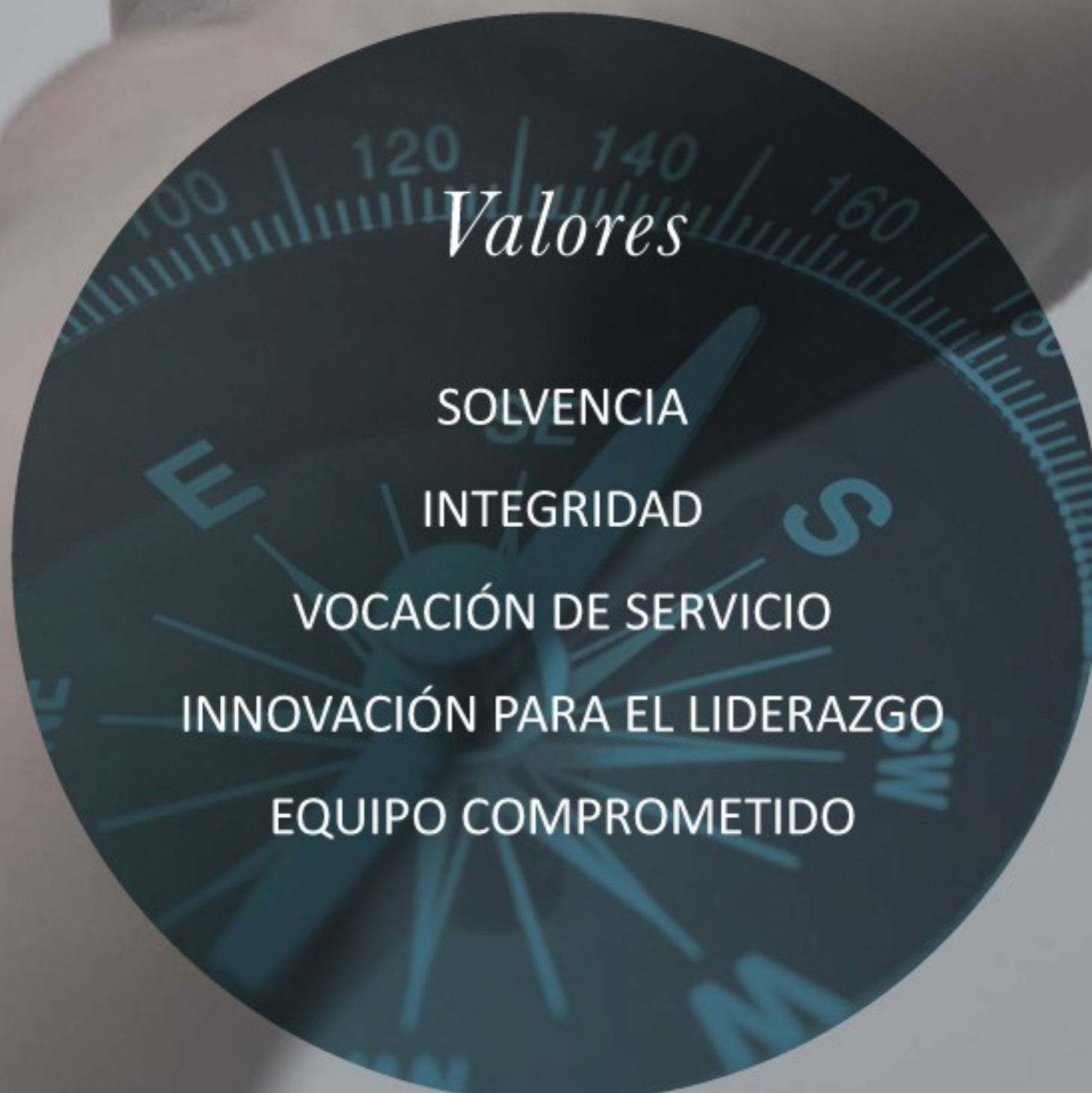
Visión

MAPFRE quiere ser
la aseguradora global de **confianza**



Misión

Somos un **equipo multinacional**
que trabaja para avanzar
constantemente en el **servicio**
y desarrollar la mejor relación con
nuestros clientes, distribuidores,
proveedores, accionistas
y la sociedad



Valores

SOLVENCIA
INTEGRIDAD
VOCACIÓN DE SERVICIO
INNOVACIÓN PARA EL LIDERAZGO
EQUIPO COMPROMETIDO



SOLVENCIA

Fortaleza financiera con resultados sostenibles.

Diversificación internacional y consolidación en los diferentes mercados.

INTEGRIDAD

La ética rige el comportamiento de todas las personas.

Enfoque socialmente responsable en todas nuestras actividades.



VOCACIÓN DE SERVICIO

Búsqueda permanente de la excelencia en el desarrollo de nuestras actividades.

Iniciativa continua orientada al cuidado de la relación con el cliente.

INNOVACIÓN PARA EL LIDERAZGO

Afán de superación y mejora constante.

Tecnología útil al servicio de los negocios y de sus objetivos.

EQUIPO COMPROMETIDO

Implicación plena del equipo con el proyecto MAPFRE.

Desarrollo y formación constante de las capacidades y habilidades del equipo.

Responsabilidad Social



Contenidos



| | | | |
|---|-----------|---|-----------|
| 1. Carta del Presidente | 4 | 4. Dimensión social de MAPFRE | 26 |
| 2. Información general | 6 | MAPFRE y sus empleados | 27 |
| Implantación | 8 | MAPFRE y sus clientes | 38 |
| Organigrama societario del Grupo MAPFRE | 9 | MAPFRE y sus accionistas | 55 |
| Principales magnitudes económicas | 10 | MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos | 57 |
| Órganos de gobierno | 11 | MAPFRE y sus proveedores | 62 |
| 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social | 12 | 5. Dimensión medioambiental de MAPFRE | 66 |
| El Modelo | 13 | 6. Información complementaria | 76 |
| Los Grupos de Interés y la política de actuación en responsabilidad social | 13 | Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social | 77 |
| La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE | 16 | Índice de indicadores GRI | 79 |
| Principios de Aseguramiento Sostenible y la Gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno | 18 | Índice de indicadores ICEA para el sector asegurador | 90 |
| MAPFRE y el Pacto Mundial | 19 | Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio | 92 |
| MAPFRE como promotora de la responsabilidad social | 20 | Informe de verificación externa | 94 |
| Premios y reconocimientos | 21 | | |
| Principales Asociaciones | 23 | | |

1

Carta del Presidente



Estimado lector,

Vivimos tiempos de cambio en los que las empresas deben tener sólidas convicciones para avanzar con paso firme hacia el futuro. En MAPFRE somos conscientes de ello y renovamos cada día nuestro compromiso con los clientes que tenemos en 46 países de todo el mundo. Esa vocación por mejorar en lo que hacemos y contribuir al desarrollo de la sociedad es lo que nos hace diferentes. Pensamos que es compatible crecer manteniendo un absoluto respeto por todos los colectivos con los que nos relacionamos: clientes, accionistas, empleados, colaboradores, sociedad en general...

En este informe, que presentamos por noveno año consecutivo, detallamos todas las actuaciones, procesos y decisiones que hemos tomado en materia de Responsabilidad Social atendiendo a compromisos sociales, laborales y medioambientales y también a los relacionados con los derechos humanos que establecen los diez principios del Pacto Mundial, al que MAPFRE se adhirió en 2004.

Como cada año, hemos elaborado el informe siguiendo las directrices internacionales de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 3.1 y, como novedad, se ha completado con indicadores propios del sector asegurador definidos en 2012 por el Grupo de Trabajo de ICEA (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones).

Además, este informe de Responsabilidad Social ha sido verificado externamente por la firma de auditoría Ernst&Young, y se completará con las memorias específicas que se editen en otros países durante este ejercicio y que estarán disponibles en la web corporativa del Grupo.

Me gustaría destacar algunos de los aspectos más relevantes incluidos en el informe, que hacen referencia a los grupos de interés con los que nos relacionamos.

— Respecto a los empleados, el informe detalla, entre otros, los aspectos referentes a la estructura de la plantilla, las políticas de formación, desarrollo profesional y compensaciones, así como las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar o la igualdad de oportunidades. Especial mención merecen el programa de voluntariado corporativo, los cursos de responsabilidad social o el funcionamiento del Canal de Consultas y Denuncias Éticas.

— En relación con nuestros clientes, el informe destaca tres aspectos importantes en los que estamos trabajando: (i) la profesionalización de nuestra amplia red de distribución (ii), la apuesta de MAPFRE por innovar, tanto en productos como en servicios, incorporando las iniciativas de los propios empleados del Grupo y (iii) las acciones de fidelización, que incrementan la vinculación con los clientes, a través de las plataformas "teCuidamos" y "Cuidamos tu empresa".

— En cuanto a los accionistas, con los que MAPFRE basa su relación en la ética, la transparencia y la generación de valor, el informe proporciona información sobre la cotización y rentabilidad de la acción, la composición del accionariado y otros datos bursátiles. En este sentido cabe destacar la permanencia de MAPFRE, un año



Antonio Huertas

PRESIDENTE

más, en los índices Dow Jones Sustainability y FTSE4Good, que evalúan el comportamiento de las empresas cotizadas en función de sus actuaciones a favor del desarrollo sostenible, el respeto a los Derechos Humanos y el compromiso con el medio ambiente.

— Respecto a la actividad de la red comercial son destacables los procesos de captación y fidelización de clientes, la oferta global de productos y la adaptación a las condiciones jurídicas y comerciales de cada uno de los mercados en los que MAPFRE opera. El Grupo ha avanzado notablemente en la implantación del modelo de organización comercial a través de la Dirección Comercial Única y se ha creado una nueva Dirección Global de Seguro Directo, además de fijarse las bases para el desarrollo global de la venta online y telefónica en todo el mundo. También se incluyen referencias a la relación con los mediadores, su formación, los procesos de selección, los programas de apoyo, así como los acuerdos de distribución.

— Sobre los proveedores, merece especial mención la puesta en marcha en 2012 del nuevo Portal de Compras, que permite hacer un seguimiento de las órdenes generadas y mejora la eficiencia en la relación que mantienen con MAPFRE.

— Por lo que respecta a nuestro compromiso medioambiental, el informe proporciona una importante evaluación de los objetivos ambientales del ejercicio 2012 y de las acciones puestas en marcha para su consecución. También se abordan aspectos de eficiencia energética dirigidos a lograr una reducción en el consumo de recursos por empleado, así como otros vinculados a la gestión medioambiental y energética, los procesos de control y evaluación de impacto ambiental directo, la gestión del agua, el papel, los residuos y las emisiones a la atmósfera, así como la huella de carbono, tanto de emisiones directas como indirectas.

Podemos decir que MAPFRE asume el impacto que su actividad genera en la sociedad y analiza las expectativas de sus grupos de interés con el objetivo de mirar hacia el futuro con mayor confianza. Somos conscientes de que los cambios económicos y sociales son cada vez más profundos, más globales y más rápidos, por lo que creemos necesario hacer un esfuerzo mayor para adaptarnos a la nueva realidad.

En este sentido, MAPFRE ha llevado a cabo un proceso de reflexión interna para redefinir sus objetivos y determinar los valores más relevantes sobre los que sustentar su actuación. Una reflexión guiada por el espíritu innovador, que siempre nos ha caracterizado, y que tiene como finalidad adaptar nuestra potente cultura empresarial a la nueva realidad económica y social y a nuestra

propia evolución interna. El objetivo es seguir cumpliendo con las expectativas de nuestros grupos de interés, especialmente, de nuestros clientes, empleados, accionistas, colaboradores y de la sociedad en general.

Ha sido un proceso intenso, enriquecedor e integrador, que nos ha permitido definir una nueva estrategia corporativa global, con la flexibilidad necesaria para adaptarse a la realidad particular de cada país y cada negocio, siempre con el cliente como eje central de nuestra actuación.

Este nuevo marco estratégico global de MAPFRE parte de tres conceptos esenciales:

— “MAPFRE quiere ser la aseguradora global de confianza”. Es nuestra ‘Visión’, lo que aspiramos a ser y cómo queremos ser reconocidos mañana. Queremos que cuando se hable de confianza en el sector se hable de MAPFRE.

— También hemos fijado nuestra ‘Misión’, que es “ser un equipo multinacional que trabaja para avanzar constantemente en el servicio y desarrollar la mejor relación con nuestros clientes, distribuidores, proveedores, accionistas y sociedad”. Queremos basar nuestra actuación en el compromiso de una mejora permanente de la calidad de nuestro servicio, dando un paso más allá en el modelo de relación con todos los colectivos implicados.

— Hemos determinado cuáles son nuestros valores, que nos definen y refuerzan nuestros principios institucionales y empresariales, como la solvencia, la integridad, la vocación de servicio, la innovación para el liderazgo y un equipo comprometido.

Ese marco nos permitirá adaptarnos cada vez más rápidamente a la nueva realidad, ser más eficientes en nuestra actuación diaria y conseguir las metas que nos propongamos. Además, nos ayudará a reforzar nuestro compromiso social con todos los grupos que interactúan con nosotros. Pero para lograrlo debemos empezar a trabajar todos juntos desde este mismo momento. Contamos con su confianza y apoyo para ello.

Antonio Huertas

PRESIDENTE



MAPFRE es una multinacional que desarrolla principalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en más de 45 países de los cinco continentes. La matriz del Grupo es la sociedad holding MAPFRE S.A., cuyas acciones cotizan en las Bolsas de Madrid y Barcelona, y forman parte de los índices IBEX 35, Dow Jones Stoxx Insurance, Dow Jones Sustainability World Index, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good y FTSE4Good IBEX.

La propiedad de la mayoría de las acciones de MAPFRE S.A. corresponde a FUNDACIÓN MAPFRE, lo que garantiza su independencia y estabilidad institucional. FUNDACIÓN MAPFRE desarrolla actividades de interés general en las áreas de Acción Social, Ciencias del Seguro, Cultura, Seguridad Vial, Prevención, Salud y Medio Ambiente.

El negocio del Grupo se estructura en tres grandes divisiones, que desde el 1 de enero de 2013 se denominan Seguros España y Portugal, Seguros Internacional y Negocios Globales. MAPFRE tiene una sólida posición de liderazgo en el Seguro Español, y una amplia implantación multinacional. Al cierre del ejercicio 2012 ocupaba el sexto puesto en el ranking de Seguro no Vida de Europa, y la primera posición en este segmento en América Latina, región en la que es el segundo grupo asegurador global.

Implantación

MAPFRE opera en un total de 46 países a través de 281 sociedades. Al cierre del ejercicio 2012, tenía 5.390 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.069 estaban en España y 2.122 en América Latina; además distribuye sus productos a través de 9.475 oficinas de entidades bancarias y otros puntos de venta que comercializan los seguros del Grupo en virtud de acuerdos de colaboración; y cuenta con una red de más de 62.000 agentes y mediadores, 5.750 de los cuales estaban en Estados Unidos y más de 17.590 en Brasil.

En la actividad de Seguros, MAPFRE lidera el mercado español y está implantada en todos los países de América Latina –región en la que es el segundo grupo asegurador y el líder en Seguros No Vida–, en los Estados Unidos de América, en Portugal, en Turquía, en Filipinas y en Malta. En la actividad de Asistencia, MAPFRE opera en 43 países. Además, el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional (MAPFRE RE) que se encuentra entre las 20 primeras entidades en el ranking del reaseguro mundial y desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con dos sociedades filiales y 16 oficinas.

AMÉRICA

| | |
|-------|-----------------|
| ○ ● ● | Argentina |
| ○ ● ● | Brasil |
| ● ● ● | Canadá |
| ○ ● ● | Chile |
| ○ ● ● | Colombia |
| ○ | Costa Rica |
| ○ ● | Ecuador |
| ○ ● | El Salvador |
| ○ ● ● | Estados Unidos |
| ○ ● | Guatemala |
| ○ ● | Honduras |
| ○ ● ● | México |
| ○ ● | Nicaragua |
| ○ ● | Panamá |
| ○ | Paraguay |
| ○ ● | Perú |
| ○ ● | Puerto Rico |
| ○ ● | Rep. Dominicana |
| ○ ● | Uruguay |
| ○ ● ● | Venezuela |

OCEANÍA

| | |
|---|-----------|
| ● | Australia |
|---|-----------|

ÁFRICA

| | |
|---|---------|
| ● | Argelia |
| ● | Egipto |
| ● | Túnez |

EUROPA

| | |
|-------|-------------|
| ● ● ● | Alemania |
| ● ● ● | Bélgica |
| ○ ● ● | España |
| ● ● ● | Francia |
| ● | Grecia |
| ● | Hungría |
| ● | Irlanda |
| ● ● ● | Italia |
| ● | Luxemburgo |
| ○ ● | Malta |
| ○ ● ● | Portugal |
| ● ● ● | Reino Unido |
| ● | Rusia |
| ○ ● | Turquía |

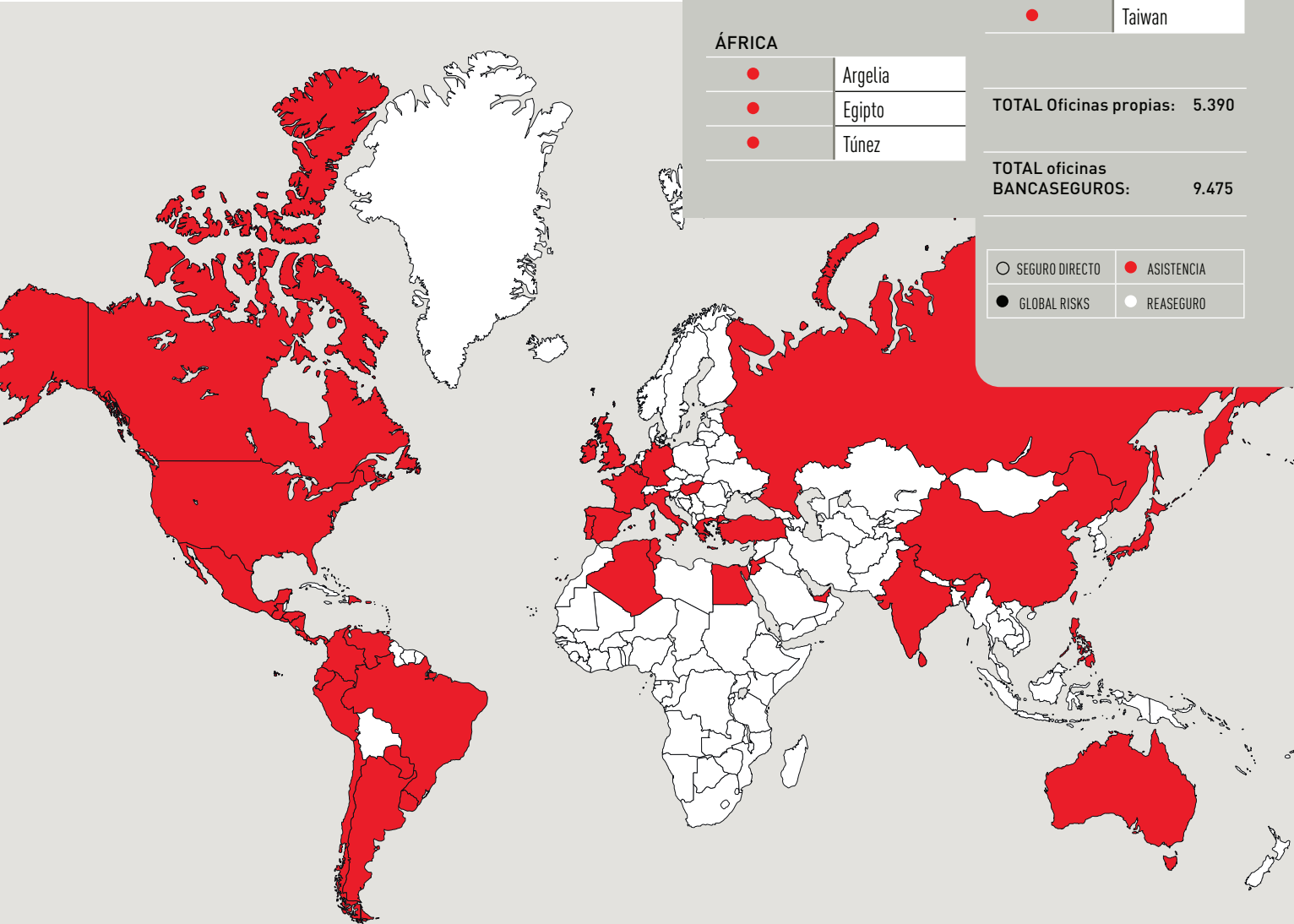
ASIA

| | |
|-------|-----------------|
| ● | Bahréin |
| ● | Emiratos Árabes |
| ● | China |
| ○ ● ● | Filipinas |
| ● | India |
| ● | Japón |
| ● | Jordania |
| ● | Taiwan |

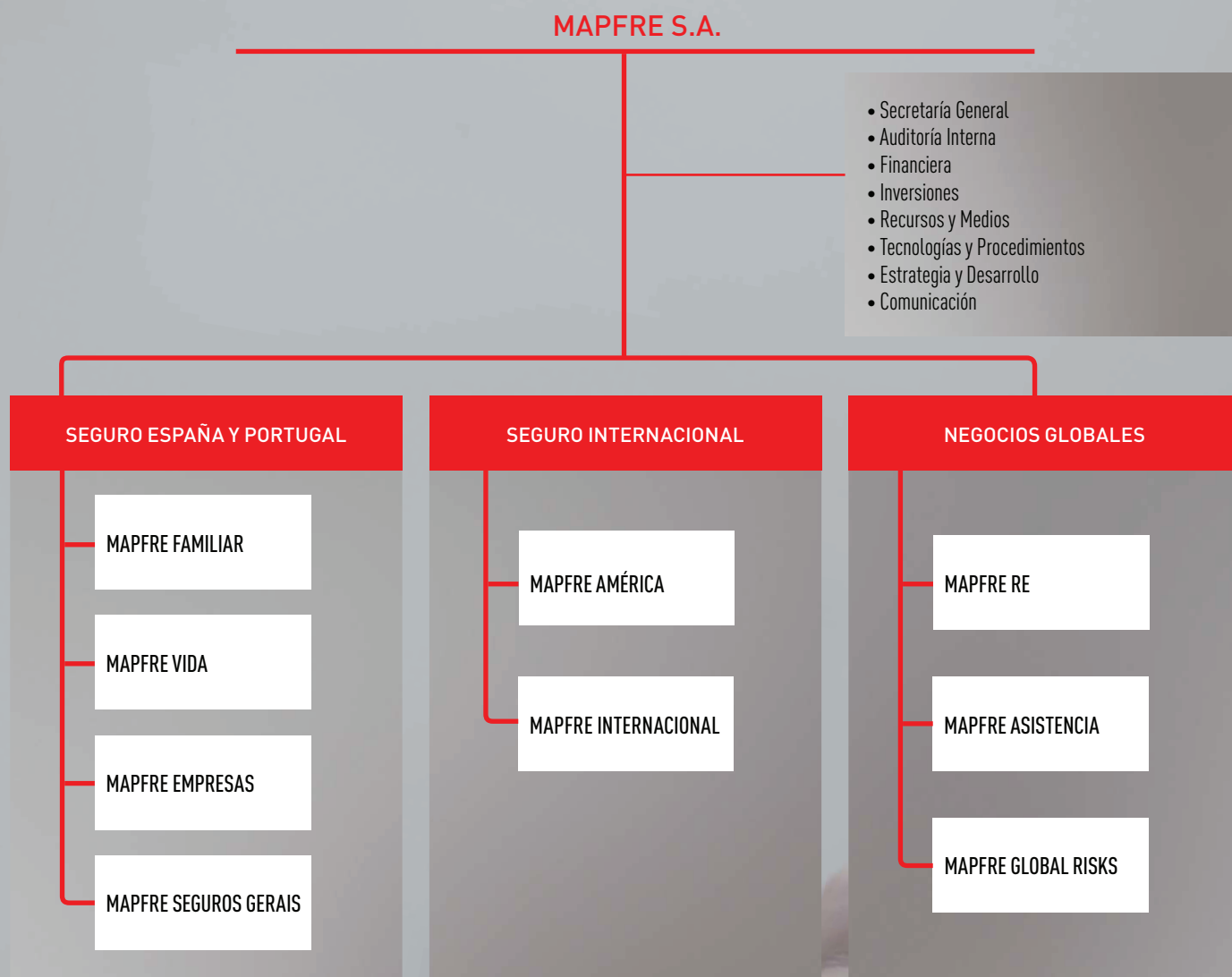
TOTAL Oficinas propias: 5.390

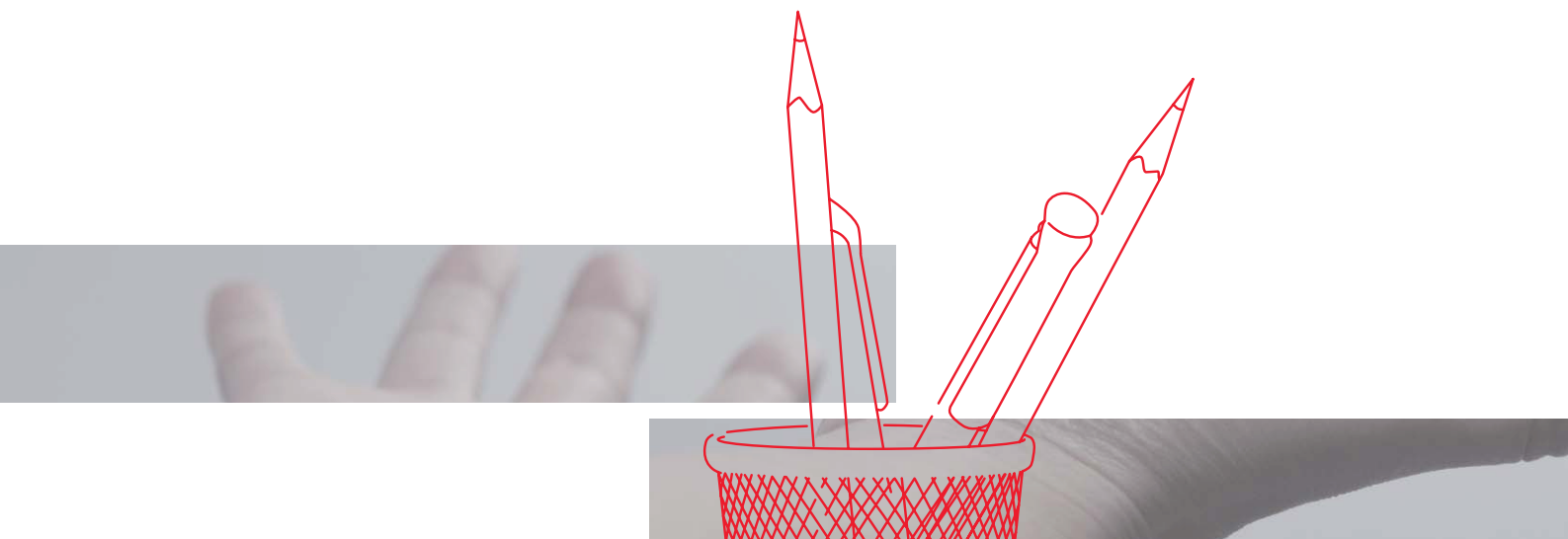
TOTAL oficinas BANCASEGUROS: 9.475

| | |
|------------------|--------------|
| ○ SEGURO DIRECTO | ● ASISTENCIA |
| ● GLOBAL RISKS | ○ REASEGURO |



Organigrama societario del Grupo MAPFRE





Principales magnitudes económicas

El siguiente cuadro refleja las magnitudes básicas que definen la dimensión Económica del Grupo MAPFRE:

| INGRESOS POR OPERACIONES | 2012 | 2011 | % Var. 12/11 |
|---|-----------------|-----------------|---------------|
| INGRESOS POR OPERACIONES | | | |
| Primas de seguro y reaseguro | 23.064,3 | 20.848,3 | 10,6% |
| Aportaciones brutas a Planes de Pensiones | 619,6 | 827,7 | -25,2% |
| Ingresos de inversiones | 3.061,2 | 3.155,3 | -3,0% |
| Ingresos de entidades no aseguradoras y otros | 881,1 | 945,2 | -6,8% |
| Ajustes de consolidación y otras sociedades | -1.705,4 | -1.418,4 | 20,2% |
| INGRESOS TOTALES POR OPERACIONES | 25.920,8 | 24.358,0 | 6,4% |
| BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS | 1.372,0 | 1.636,9 | -16,2% |
| RESULTADO ATRIBUIBLE A LA SOCIEDAD DOMINANTE | 665,7 | 963,0 | -30,9% |
| FONDOS GESTIONADOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y AHORRO | | | |
| Provisiones Técnicas Vida | 23.386,0 | 21.581,8 | 8,4% |
| Fondos de Pensiones | 5.105,9 | 5.081,3 | 0,5% |
| Fondos de Inversión y carteras gestionadas | 2.543,2 | 2.648,4 | -4,0% |
| TOTAL FONDOS GESTIONADOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y AHORRO | 31.035,1 | 29.311,5 | 5,9% |
| ACTIVOS TOTALES GESTIONADOS (1) | 64.632,3 | 62.585,3 | 3,3% |

CIFRAS EN MILLONES DE EUROS

(1) Incluye activos totales, fondos de pensiones y fondos de inversión

En el siguiente cuadro se incluyen datos expresivos de la implantación territorial de MAPFRE, y de la distribución de su negocio por áreas geográficas:

| IMPLANTACIÓN DEL NEGOCIO Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA | 2012 | 2011 |
|--|---------------|---------------|
| NÚMERO DE PAÍSES CON PRESENCIA | 46 | 46 |
| NÚMERO DE EMPLEADOS | 35.586 | 34.390 |
| España | 10.773 | 11.046 |
| Otros países | 24.813 | 23.344 |
| NÚMERO DE OFICINAS | 5.390 | 5.317 |
| España | 3.069 | 3.155 |
| América - Seguro directo | 2.122 | 2.006 |
| Otros países | 199 | 156 |
| DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL NEGOCIO POR PRIMAS | | |
| España | 33% | 38% |
| América - Seguro directo | 37% | 33% |
| Otros países | 30% | 29% |

y en el siguiente, las cuotas de mercado de MAPFRE:

| CUOTAS DE MERCADO | 2012 | 2011 |
|---|--------------|--------------|
| ESPAÑA (PRIMAS) | | |
| Automóviles | 21,0% | 21,0% |
| Salud | 5,9% | 6,1% |
| Resto no Vida | 17,1% | 17,1% |
| Vida | 11,4% | 11,0% |
| Total | 13,9% | 13,7% |
| ESPAÑA VIDA (PROVISIONES TÉCNICAS) | 11,6% | 11,8% |
| LATINOAMÉRICA (PRIMAS NO VIDA) | n.d. | 10,1% |



Órganos de gobierno

Los órganos de gobierno de MAPFRE han sentido tradicionalmente una especial preocupación por el buen gobierno corporativo, por lo que han acuñado desde hace tiempo un conjunto de principios y normas que se han ido adaptando a los cambios estructurales experimentados durante su vida social, y a las novedades legislativas y recomendaciones en la materia, todo lo cual ha acreditado su eficacia a lo largo de muchos años.

La importancia adquirida por MAPFRE, la progresiva complejidad de su estructura societaria, y su creciente proyección internacional aconsejaron en el año 2000 sistematizar y ampliar dichas normas y principios, y plasmarlas en un Código de Buen Gobierno [1] que definiera además la estructura y composición que deben tener sus órganos de gobierno; y que regulase las relaciones entre los mismos, para asegurar su actuación coordinada, y el adecuado ejercicio de las facultades inherentes a la condición de accionista mayoritario por los órganos directivos de la sociedad matriz del Grupo.

La primera versión de este Código, aprobada por los órganos de gobierno de MAPFRE en el año 2000, fue el resultado de un amplio trabajo realizado a raíz de la publicación del Informe de la Comisión Especial para el estudio de un Código Ético de los Consejos de Administración de las Sociedades ("Informe Olivencia"). Dicha primera versión fue actualizada y revisada en 2005, teniendo en cuenta la experiencia adquirida en su aplicación, las recomendaciones del "Informe Aldama", y las distintas normas legales y reglamentarias publicadas a raíz de dicho informe en relación con el buen gobierno de las sociedades.

El actual Código fue elaborado en 2008 para adaptar su contenido a la nueva estructura corporativa adoptada por MAPFRE en 2006, y para actualizar sus normas teniendo en cuenta las recomendaciones del Código Unificado de Buen Gobierno publicado en dicho año por la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Aunque las normas del Código de Buen Gobierno están dirigidas fundamentalmente a MAPFRE S.A. y a sus filiales, se ha considerado conveniente que regule el gobierno corporativo del conjunto del SISTEMA MAPFRE, por dos razones:

- El convencimiento de que también el funcionamiento de los órganos rectores de la FUNDACIÓN MAPFRE debe estar sometido a normas que aseguren su buen gobierno.
- La conveniencia de que, dado que la FUNDACIÓN MAPFRE controla la mayoría de las acciones de MAPFRE S.A., tanto los accionistas de ésta como la Sociedad en general puedan conocer con la máxima transparencia cómo se gobierna la Fundación, y cuáles son las relaciones entre ésta y MAPFRE S.A.

Dicho Código constituye, en consecuencia, un marco obligado de referencia para todas las entidades que integran el SISTEMA MAPFRE y sus respectivos órganos de gobierno, que deben adaptar su actuación a los principios y normas que se definen en el mismo, teniendo en cuenta también las posibles situaciones especiales que puedan existir en cada entidad, y especialmente a los acuerdos y pactos suscritos con otros socios, así como a las disposiciones legales de cada país.

Por otra parte, en el Volumen "Informe de Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados, y Sociedades Filiales de MAPFRE 2012", se ofrece una amplia información sobre los órganos de gobierno del Grupo, su estructura, comités, mandato y composición.

[1] El Código de Buen Gobierno de MAPFRE puede consultarse en la página web corporativa www.mapfre.com

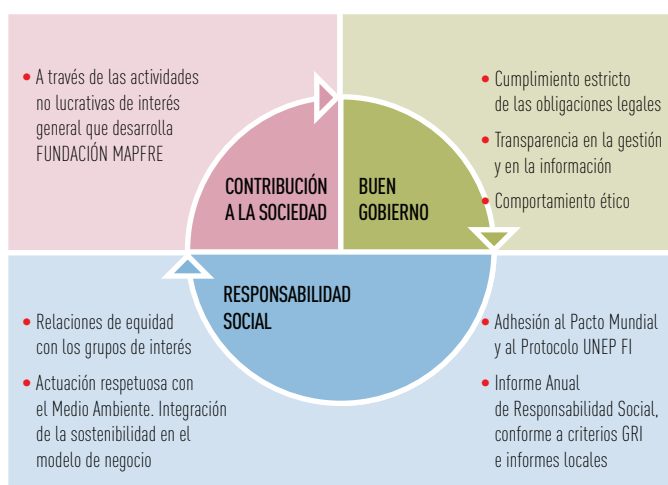


El Modelo

Para MAPFRE, la Responsabilidad Social es un compromiso voluntario estratégico que implica procurar la consecución de sus objetivos empresariales cumpliendo rigurosamente sus obligaciones contractuales y legales, aplicando criterios de equidad en las relaciones con sus grupos de interés, y contribuyendo a la satisfacción de las necesidades presentes y futuras de la Sociedad.

Por ello, el modelo de actuación en Responsabilidad Social se sustenta en los principios institucionales y empresariales, así como en sus normas de autorregulación, establecidos en su Código de Buen Gobierno. Este modelo integra la forma en la que MAPFRE desarrolla su actividad mercantil y su compromiso social, así como su actividad fundacional:

MODELO CORPORATIVO DEL GRUPO MAPFRE

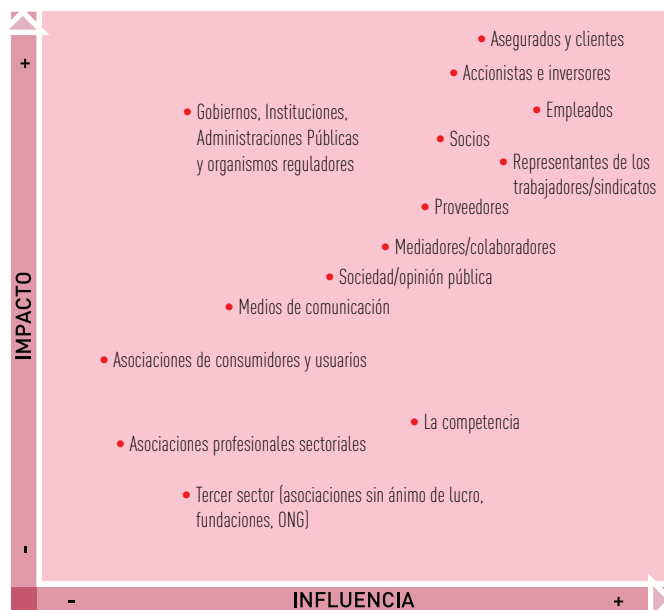


Los Grupos de Interés y la política de actuación en responsabilidad social

La realidad económica y social actual implica nuevos desafíos en el diálogo con nuestros grupos de interés. Es importante analizar esta relación como un proceso de mejora continua y en constante cambio. Al igual que es importante comprobar si la estrategia de la empresa y los cambios contextuales (sociales y económicos) han mantenido, modificado o generado algún nuevo tipo de grupos de interés.

En MAPFRE, la primera segmentación y priorización de grupos de interés se produce en el mapa corporativo. A partir de ahí, la adaptación a los mercados locales y el establecimiento de los mecanismos de diálogo correspondientes depende de quienes gestionan la relación con ellos, con independencia del puesto que ocupen en la organización.

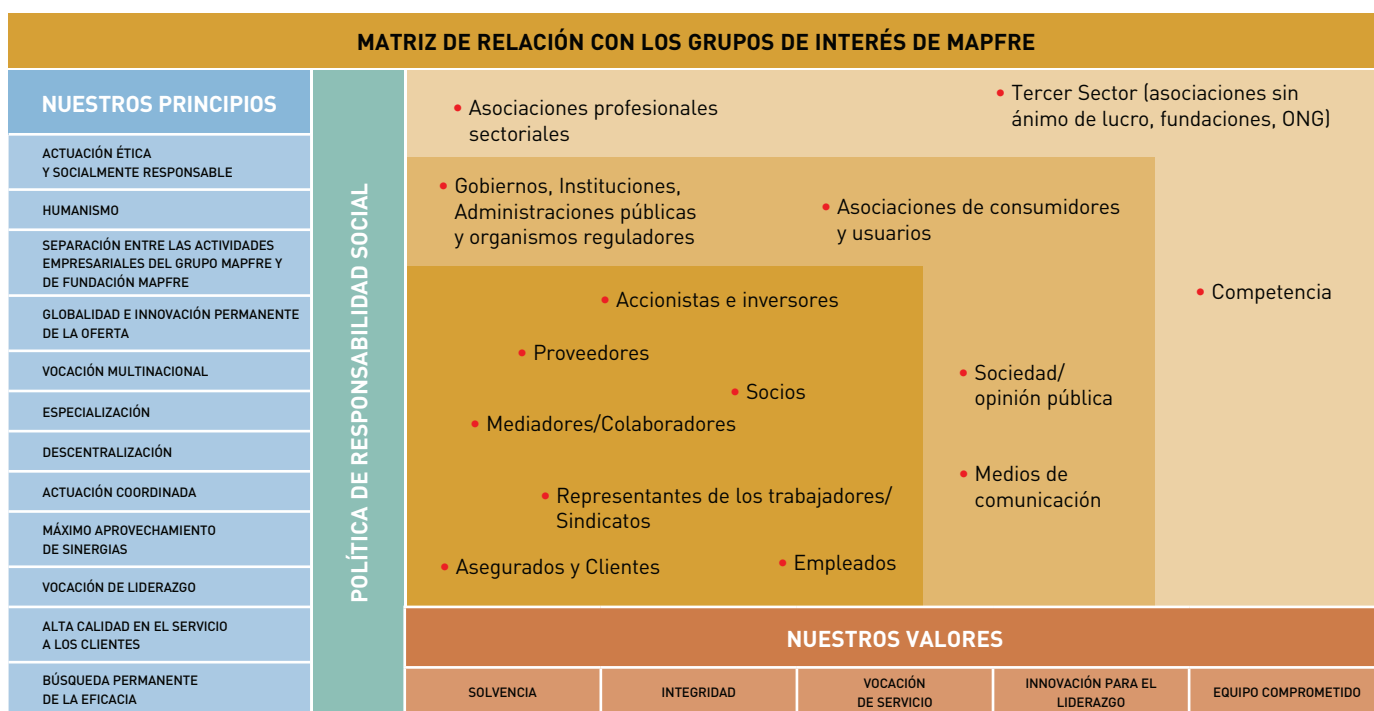
De esta manera, y tal y como muestra la siguiente matriz, se han identificado catorce grupos de interés corporativos, tomando como referencia el impacto y la capacidad de influencia mutua:



A partir de este análisis, y para facilitar la gestión, se han considerado en el Mapa Corporativo de Grupos de Interés de MAPFRE tres niveles globales de relación, que deberán ser adaptados localmente:

| | |
|--|---|
| Nivel 1 Son los primeros afectados por las decisiones estratégicas de la organización, y viceversa. La capacidad de influencia mutua es "inmediata". | Asegurados y clientes. Accionistas e inversores. Socios. Empleados. Representantes de los trabajadores/sindicatos. Mediadores/colaboradores. Proveedores. |
| Nivel 2: Son aquellos cuyas decisiones pueden tener impacto en la organización, pero resultan menos afectados por las decisiones de ésta. | Gobiernos, Instituciones, Administraciones Públicas y organismos reguladores. Medios de comunicación. Sociedad/opinión pública. Asociaciones de consumidores y usuarios. |
| Nivel 3: Son aquellas a las que MAPFRE reconoce una mutua capacidad de influencia, pero cuyas decisiones estratégicas pueden o no impactar directamente y viceversa. | La competencia. Asociaciones profesionales sectoriales. Tercer sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG). |

Por otra parte, la forma en la que debemos desarrollar la relación con nuestros grupos de interés tiene que basarse en nuestros principios Institucionales y Empresariales, en los valores y en la Política Responsabilidad Social de MAPFRE.



POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE

1. Cumplimiento de las leyes y normas nacionales e internacionales vigentes en todos los países en los que opera el Grupo, adoptando de forma complementaria normas y directrices internacionales allí donde no exista un desarrollo legal adecuado, y asumiendo como declaración de mínimos el respeto a los derechos reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los diez principios contenidos en el Pacto Mundial.
2. Mantenimiento de prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua con accionistas e inversores, respetando las reglas de libre mercado y de libre competencia, y rechazando cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales.
3. Respeto a la igualdad de oportunidades entre los empleados, su privacidad y su libertad de opinión; equidad en las relaciones laborales, procurando un entorno de trabajo saludable y seguro, además de la formación necesaria y adecuada al trabajo que desarrolla cada empleado; retribución justa y estabilidad en el empleo, evitando cualquier forma de persecución, de abuso o de discriminación por razón de ideología, creencia, sexo, orientación sexual, raza o condición; favorecimiento de la conciliación de la vida personal y laboral; y rechazo expreso de la explotación infantil y del trabajo forzoso.
4. Innovación permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor a los asegurados y clientes, facilitando y fomentando el acceso del mayor número de colectivos al seguro; y prestación a los asegurados y clientes de un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado, asesorándoles honestamente, manteniendo la debida confidencialidad en el tratamiento de sus datos, y poniendo a su disposición un procedimiento gratuito para la resolución de sus reclamaciones en el plazo más breve posible.
5. Desarrollo de prácticas responsables en la cadena de valor, impulsándolas principalmente a través de los procesos de selección y contratación de los suministradores, proveedores y colaboradores, y acompañando a éstos en su desarrollo empresarial para que sean copartícipes en la aplicación de la política de Responsabilidad Social del Grupo.
6. Mantenimiento de una actuación respetuosa con el Medio Ambiente, impulsando medidas efectivas para limitar en todo lo posible el impacto ecológico y medioambiental de los riesgos derivados de su actuación empresarial; y promoción de los valores de desarrollo sostenible y buenas prácticas de gestión ambiental de MAPFRE entre proveedores y contratistas de bienes y servicios.
7. Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés, basados en la transparencia, la veracidad y el compromiso.
8. Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la responsabilidad social.
9. Elaboración y difusión de un Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE con información relevante y veraz sobre las actividades realizadas en este ámbito, sometiéndolo a los procesos de verificación internos y externos que se consideren oportunos y que garanticen su fiabilidad e incentiven su mejora continua.
10. Contribución al desarrollo de las actividades no lucrativas de interés general que lleva a cabo la FUNDACIÓN MAPFRE, dentro de los límites previstos en los estatutos sociales.

Consideramos la aplicación de los principios institucionales y empresariales y los valores, genera confianza mutua y valor compartido entre MAPFRE y sus grupos de interés.

Este año se ha querido avanzar en este compromiso y, tomando como referencia los grupos de interés identificados en el nivel 1 de actuación, se ha elaborado una tabla de compromisos incluyendo lo que la empresa espera de ellos en su relación.

TABLA DE COMPROMISOS DE MAPFRE CON SUS GRUPOS DE INTERÉS

| Grupo de interés N1 | A qué se compromete MAPFRE con el Grupo de Interés | Qué espera MAPFRE del Grupo de Interés |
|---|---|--|
| Asegurados y Clientes | <ul style="list-style-type: none"> A innovar de forma permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor A prestar un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado A prestarles un asesoramiento honesto A procurar la confidencialidad de los datos A resolver las reclamaciones, utilizando los cauces establecidos para ello, en el plazo más breve posible A escuchar y dialogar, poniendo a disposición canales adecuados | <ul style="list-style-type: none"> Confianza en la compañía Honestidad en su relación con MAPFRE Comunicación abierta y constructiva, que ayude a mejorar los productos y servicios del Grupo |
| Accionistas e Inversores/Socios | <ul style="list-style-type: none"> A mantener prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua A buscar el beneficio económico, respetando las reglas del libre mercado y de libre competencia A rechazar cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales A mantener canales de comunicación y diálogo basados en la transparencia y el compromiso | <ul style="list-style-type: none"> Confianza en la compañía Honestidad en su relación con MAPFRE |
| Empleados | <ul style="list-style-type: none"> A promover su desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades en el entorno de trabajo A garantizar la formación necesaria para el adecuado desarrollo de sus funciones profesionales A mantener una retribución justa en función del puesto y del desempeño A procurar un entorno de trabajo estable y seguro, evitando cualquier forma de persecución, abuso o discriminación por razón de ideología, opinión, creencia, sexo, orientación sexual, raza, condición o capacidades diferentes A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente A ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes del desarrollo del negocio de MAPFRE | <ul style="list-style-type: none"> Confianza y compromiso con el proyecto empresarial Profesionalidad en la ejecución de sus funciones Honestidad en el desarrollo de sus funciones y en el diálogo con la empresa y demás grupos de interés Respeto en el trato con otros compañeros Respeto de las instalaciones, mobiliario e imagen de la empresa Contribución a la generación de buena reputación |
| Representantes de los trabajadores/sindicatos | <ul style="list-style-type: none"> A mantener un canal de diálogo permanente A establecer unas relaciones honestas y constructivas A defender la libertad de afiliación y negociación colectiva en las empresas propiedad de MAPFRE A ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes del desarrollo del negocio de MAPFRE, que no estén contemplados en la Ley | <ul style="list-style-type: none"> Compromiso con la empresa Honestidad en su relación con MAPFRE Comunicación abierta y constructiva |
| Mediadores / colaboradores | <ul style="list-style-type: none"> A mantener un canal de diálogo permanente A establecer unas relaciones honestas y constructivas | <ul style="list-style-type: none"> Confianza en la compañía Honestidad en su relación con MAPFRE |
| Proveedores | <ul style="list-style-type: none"> A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente A ser transparente e informar adecuadamente sobre los procesos de selección y sobre aquellas cuestiones de MAPFRE que le puedan afectar (Códigos de Conducta, políticas, etc.) A respetar y garantizar el cumplimiento de las condiciones pactadas y acordadas en el contrato A ser honesto y confiar en la relación que surja con el proveedor | <ul style="list-style-type: none"> Confianza en la compañía Compromiso en el cumplimiento de las normas y políticas de la compañía que le puedan afectar Honestidad en su relación con MAPFRE |

El presente informe de responsabilidad social del Grupo, dedica un capítulo específico para los grupos de interés de nivel 1, en el que, entre otros aspectos, se detallan los canales de comunicación formales que la organización tiene a su disposición. [Ver páginas 35, 39-40, 55, 58-59, 62-63]

La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE

Como principio institucional de MAPFRE, la actuación ética y socialmente responsable define la forma en la que el Grupo desarrolla sus actividades y negocios.

ACTUACIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE, como reconocimiento de la función y responsabilidad que corresponde a las entidades privadas en el adecuado desarrollo y progreso de la Sociedad, y que debe traducirse en el respeto a los legítimos derechos de todas las personas físicas o jurídicas con las que se relacionan, y con los de la Sociedad en general.

Ello implica:

a) Cumplimiento estricto de las leyes y de las obligaciones que se derivan de ellas, así como de los buenos usos y prácticas de los sectores y territorios en que se desarrollan las actividades del SISTEMA MAPFRE.

b) Respeto a los derechos de quienes participan como socios o accionistas en la propiedad de las distintas sociedades mercantiles que integran el GRUPO MAPFRE.

c) Equidad en las relaciones con quienes les prestan sus servicios como consejeros, directivos, empleados, delegados y agentes, y profesionales colaboradores. Ello exige objetividad en su selección y promoción, retribución y condiciones de colaboración adecuadas y razonables; y no discriminación por razón de su raza, ideología política, creencias religiosas, sexo o condición social.

d) Veracidad en las ofertas de productos y servicios, y en las informaciones que se facilitan a los accionistas, clientes y público en general.

e) Rapidez y rigor en el cumplimiento de las obligaciones que se derivan de los contratos suscritos con clientes y proveedores, evitando cualquier situación que pueda comprometer la objetividad exigible en la adopción de decisiones respecto a los mismos.

En esa línea, MAPFRE se ha adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) y al Protocolo de UNEP (United Nations Environment Programme), y asume de forma efectiva los compromisos con los derechos humanos y el desarrollo sostenible que dichos pactos implican.

[Código de Buen Gobierno de MAPFRE. Principios Institucionales. www.mapfre.com]

A continuación destacamos algunas de las actuaciones y programas más relevantes en los que estamos trabajando de forma permanente:

— **Canal de denuncias:** MAPFRE tiene establecidos dos tipos de canales, uno para las denuncias financieras y contables y otro para las consultas y denuncias éticas.

Con la finalidad de dar cumplimiento a lo previsto al efecto en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE, se establece el Canal de Denuncias Financieras y Contables, que permite a los empleados del GRUPO MAPFRE comunicar al Comité de Auditoría de MAPFRE, S.A., de forma confidencial, las irregularidades financieras y contables de potencial trascendencia que adviertan en el seno de la empresa.

Para canalizar las denuncias, se ha habilitado un buzón electrónico accesible desde www.mapfre.com/CDF. Los empleados también pueden plantear sus denuncias por correo postal.

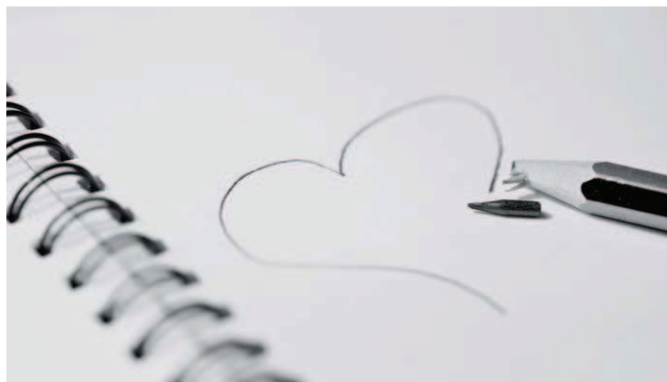
Dentro del **Canal de Denuncias se establece también el Canal de Consultas y Denuncias Éticas**, con la finalidad de dar cumplimiento a lo previsto en el Código Ético y de Conducta, que permite que cualquier empleado del SISTEMA MAPFRE que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o que observe una situación que pudiera suponer un incumplimiento o vulneración de cualquiera de los

principios y normas éticas o de conducta establecidas en el Código, pueda comunicarlo al Comité de Ética, de forma confidencial y con total garantía. El Canal de Consultas y Denuncias Éticas es accesible a todos los empleados, a través de un buzón electrónico www.mapfre.com/Etica. Los empleados también pueden plantear sus consultas y denuncias por correo postal.

Ambos canales están accesibles, además de en español, en inglés, turco y portugués.

— **Código Ético y de Conducta y Comité de Ética:** El Código sienta las normas de conducta que deben regir el comportamiento y actuación entre los empleados y su relación con terceros, que debe estar basada en el respeto mutuo entre todas las personas con las que se relacionan; el compromiso con su trabajo y con la empresa; la responsabilidad, la solidaridad y la cooperación; y la integridad y el respeto a la legalidad, de forma que en el entorno laboral exista un ambiente de confianza que permita el desarrollo personal y profesional, de respeto a los derechos humanos y laborales básicos, libre de explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación. Este Código es de obligado cumplimiento en el Grupo.

Para que todos los empleados profundicen en su conocimiento, se ha puesto en marcha un curso de formación on-line sobre el Código, que fue realizado en 2012 por más de 4.200 empleados.



Esta previsto que en un periodo no superior a cinco años, toda la plantilla de MAPFRE haya realizado esta formación. Por otra parte, el Código es un documento público y disponible en la intranet y en la página web.

Además, MAPFRE cuenta con un Comité de Ética, encargado de asegurar la aplicación de este Código, con funciones consultivas, resolutivas, de vigilancia y de promoción, que da cuenta anualmente a la Comisión Delegada de la actividad desarrollada en el ejercicio.

Con el objetivo de facilitar el acceso a todos los empleados, con independencia de su lugar de trabajo, a las consultas y posibles denuncias sobre el Código, el Comité ha puesto en marcha el Canal de Denuncias Éticas descrito en el apartado anterior.

Durante el ejercicio 2012 el Comité de Ética no ha recibido ninguna consulta a través de los medios que tiene establecidos al efecto. Asimismo, durante dicho ejercicio el Comité ha recibido una denuncia mediante correo postal que fue objeto de análisis y resolución en la reunión plenaria del Comité celebrada el día 21 de junio de 2012.

— **Control Interno:** El Control Interno involucra a todas las personas, independientemente del nivel profesional que ocupen en la organización, y persigue la mejora de la operativa interna, fomentando el control de los riesgos potenciales que pueden afectar a la consecución de los objetivos estratégicos establecidos.

Se trata de garantizar con razonable seguridad, en el marco de los principios y valores establecidos en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE, que los objetivos del Grupo sean alcanzados en lo que se refiere a la eficiencia y efectividad operacional, confianza en los registros contables y financieros y conformidad con las reglas y normas externas e internas.

En MAPFRE se considera que un sistema de Control Interno representa una oportunidad para mejorar:

- La eficacia y eficiencia de los procesos internos
- La confianza de las partes interesadas -la sociedad, los beneficiarios, la administración, etc.
- La disponibilidad de recursos, ya que un menor número de riesgos indefinidos o no controlados implica la liberación de recursos que se destinaban a tal fin.

— **Prevención del Blanqueo de Capitales:** MAPFRE mantiene una vigilancia permanente para detectar y poner en conocimiento de los organismos correspondientes cualquier operación sospechosa de realizarse con el objetivo de “blanquear” recursos procedentes de actividades delictivas. Para ello, MAPFRE tiene establecidos los medios humanos y organizativos adecuados, cuya actuación está supervisada por el Comité de Prevención de Blanqueo de Capitales del Grupo, todo ello, de conformidad con las previsiones de la Ley 10/2010 y de su Reglamento de desarrollo.

— **Lucha contra el Fraude:** MAPFRE tiene establecidos diversos procedimientos para luchar contra el fraude, entendido como todo acto realizado por acción u omisión, de manera intencionada y contraria a la verdad, en la contratación del seguro, en la declaración del siniestro o en la acreditación del daño causado, con ánimo de obtener un enriquecimiento injusto de la aseguradora.

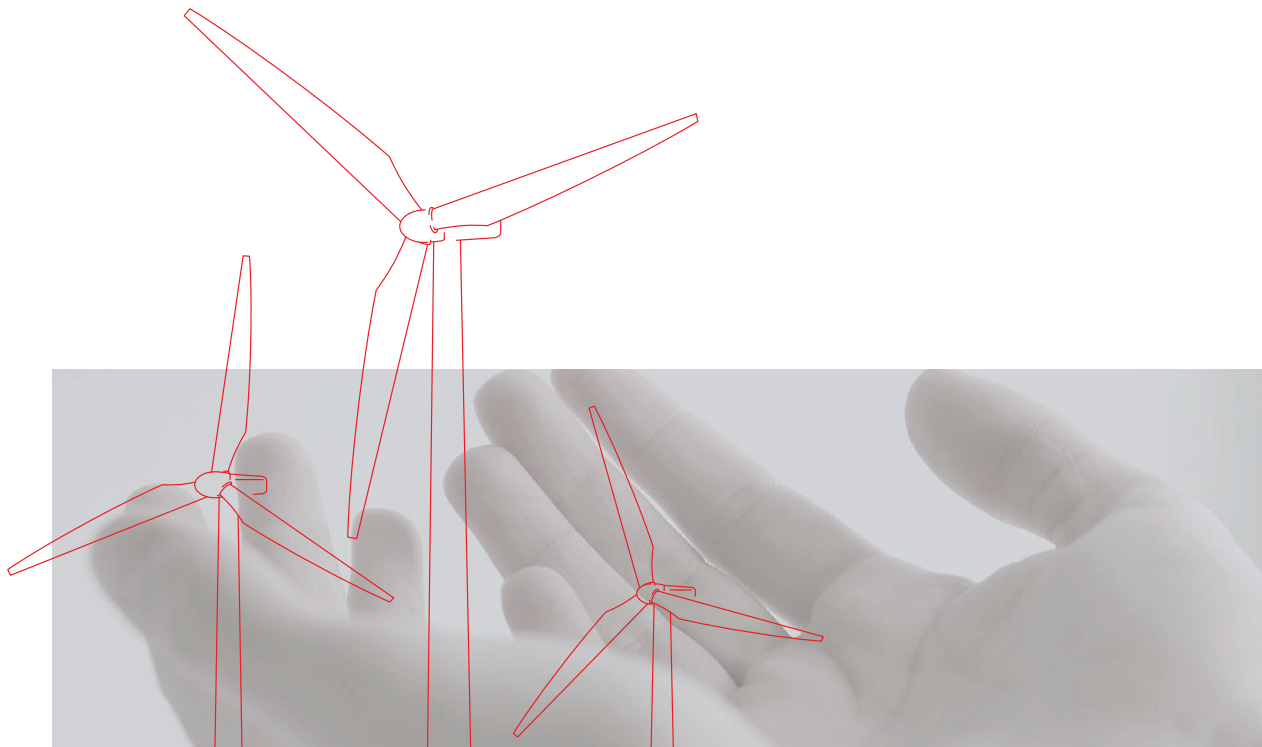
— **Formación en Responsabilidad Social:** Este curso, diseñado en formato on-line permite identificar la actividad diaria de quienes trabajan en la empresa con los principios y políticas de MAPFRE en el ámbito de la responsabilidad social, así como el compromiso que el Grupo tiene con los derechos humanos, derechos laborales, el respeto y cuidado del medio ambiente así como con las prácticas transparentes y de no corrupción.

A continuación se presentan los principales datos de formación recibida por los empleados y colaboradores en dichas materias:

| | | FORMACIÓN DE EMPLEADOS EN POLÍTICAS Y SISTEMAS ANTI-CORRUPCIÓN | |
|---|----------------------------|--|--------|
| | | 2012 | 2011 |
| Control Interno | Nº Empleados | 9.066 | 7.664 |
| | Horas totales de formación | 12.198 | 9.139 |
| Blanqueo de capitales | Nº Empleados | 8.708 | 7.489 |
| | Horas totales de formación | 19.569 | 13.273 |
| Mixto: blanqueo de capitales y lucha contra el fraude | Nº Empleados | 3.158 | ND (*) |
| | Horas totales de formación | 7.679 | ND (*) |
| Código Ético y de Conducta | Nº Empleados | 4.215 | 2.089 |
| | Horas totales de formación | 4.215 | 2.089 |
| Responsabilidad Social | Nº Empleados | 2.104 | 507 |
| | Horas totales de formación | 2.104 | 507 |

(*) Este dato se ha incorporado en 2012, por lo que no tenemos referencias anteriores

— **Auditorías de Responsabilidad Social:** La Dirección General de Auditoría de MAPFRE ha realizado 257 trabajos especiales en 2012 sobre diferentes aspectos vinculados a la Responsabilidad Social en el conjunto del Grupo. Dichos trabajos versan sobre aspectos tales como recursos humanos, control interno, prevención del blanqueo de capitales, servicio de atención al cliente, gestión de reclamaciones, prevención contra fraudes, revisión del cumplimiento ético y social e Informe de Responsabilidad Social Corporativa.



Principios de aseguramiento sostenible y la gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno

MAPFRE se ha adherido a los Principios de Aseguramiento Sostenible promovidos por la Organización de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEPFI) que se presentaron durante la cumbre de Desarrollo Sostenible Río +20, celebrada en Río de Janeiro (Brasil).

Esta iniciativa trata de incorporar en la gestión del negocio, como riesgo y como oportunidad, **aspectos medioambientales** como el cambio climático, los daños a la biodiversidad y la degradación del ecosistema, la gestión del agua y la contaminación; **aspectos sociales** relacionados con la inclusión financiera, los derechos humanos, los riesgos para la salud derivados del desarrollo y el envejecimiento de la población; y **aspectos relacionados con el gobierno corporativo**, cumplimiento de la regulación, gestión ética, conflictos de intereses y transparencia. Estos son los denominados factores ASG (ESG, en sus siglas en inglés).

Los Principios de Aseguramiento Sostenible representan el primer marco global para la industria aseguradora mundial que tiene en cuenta el impacto económico de dichos aspectos en el negocio. MAPFRE es una de las 30 aseguradoras líderes del mundo que forma parte de esta iniciativa, que en su conjunto alcanzan un total de 5 billones de dólares en activos y representan el 100 por 100 del volumen de primas mundiales.

Los Principios de Aseguramiento Sostenible son:

1. Incorporar en los procesos de decisión aspectos medioambientales, sociales y de buen gobierno relevantes para el negocio asegurador.

2. Trabajar con clientes y socios para concienciarles sobre los aspectos medioambientales, sociales y de buen gobierno, con el fin de gestionar el riesgo y desarrollar soluciones adecuadas.

3. Trabajar con gobiernos, reguladores y otros stakeholders claves en la difusión de los temas mencionados en la sociedad.

4. Responder públicamente y con transparencia de los avances en la implantación de Principios.

Cada uno de estos Principios incluye acciones concretas para mejorar la gestión de riesgos en las compañías, promocionar las mejores prácticas e impulsar soluciones aseguradoras innovadoras.

La Gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno

La eficiente gestión del riesgo es uno de los pilares básicos del negocio asegurador y una de las fortalezas de MAPFRE, que ha contribuido a que el Grupo se sitúe como una de las empresas multinacionales de mayor solvencia y solidez del sector.

MAPFRE dispone de un Sistema de Gestión de Riesgos (SGR) basado en la gestión integrada de todos y cada uno de los procesos de negocio, y en la adecuación del nivel del riesgo a los objetivos estratégicos establecidos. Los diferentes grupos de riesgo se han clasificado en cuatro categorías: operacionales, financieros, de la actividad aseguradora, y estratégicos y de gobierno corporativo. En dicho sistema, los riesgos medioambientales, sociales y de gobierno (riesgos ESG¹) están incluidos en parte en los riesgos operacionales, y en parte en los estratégicos y de gobierno corporativo.

RIESGOS OPERACIONALES

| |
|--|
| Actuariales: riesgos relacionados con el reaseguro y la tarificación |
| Jurídicos: riesgos referidos al cumplimiento normativo, la protección de datos y el blanqueo de capitales |
| Tecnológicos: principalmente riesgos relacionados con la seguridad informática y las comunicaciones |
| Recursos humanos: riesgos relativos a la capacitación y dimensión de la plantilla |
| Colaboradores: riesgos concernientes a la red comercial y profesionales externos (proveedores, etc.) |
| Procedimientos: riesgos asociados al diseño de procedimientos y su desarrollo |
| Información: principalmente riesgos relacionados con la comunicación (adecuación y suficiencia de la información) |
| Fraude: tanto fraude interno como externo |
| Mercado: ligados a la marca e imagen |
| Bienes materiales: principalmente riesgos de protección de activos |

RIESGOS ESTRATÉGICOS Y DE GOBIERNO CORPORATIVO

| |
|---|
| De ética empresarial y de buen gobierno corporativo |
| De estructura organizativa, de alianzas, fusiones y adquisiciones |
| Derivados del entorno regulador y de competencia |

La política de riesgos y los sistemas para su gestión y control están reflejados en la Memoria Consolidada (páginas 145-155 de Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales).

En relación con el riesgo medioambiental, MAPFRE tiene definida una Política Medioambiental y Energética y cuenta con un Comité de Seguridad y Medio Ambiente, encargado de su aplicación. Además, contribuye a la gestión eficiente del riesgo medioambiental en la sociedad mediante la puesta en el mercado de productos y servicios adaptados a las necesidades de sus clientes.

Respecto a los riesgos estratégicos y de gobierno corporativo, además del Código de Buen Gobierno, MAPFRE dispone de un Código Ético y de Conducta que refleje los valores corporativos y sus principios de actuación, y ha creado el Comité de Ética como órgano garante de la aplicación, supervisión y control del Código, lo que contribuye a minimizar los riesgos en este ámbito.

MAPFRE y el Pacto Mundial

En 2004 MAPFRE se adhiere al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)², iniciativa voluntaria, cuyo objetivo es conseguir que las empresas se comprometan a alinear sus estrategias y operaciones a diez principios universales en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción. Además, forma parte de la Red Española del Pacto Mundial desde su constitución.

PACTO MUNDIAL

| | |
|---------------------------|--|
| Derechos humanos | Principio 1: Protección de los Derechos Humanos fundamentales Principio 2: No vulneración de los Derechos Humanos |
| Derechos laborales | Principio 3: Libertad de afiliación y negociación colectiva Principio 4: Eliminación del trabajo forzoso y bajo coacción Principio 5: Erradicación del trabajo infantil Principio 6: Abolición de la discriminación en el empleo y la ocupación |
| Medio ambiente | Principio 7: Enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente Principio 8: Iniciativas para el respeto medioambiental Principio 9: Difusión de tecnologías ecológica |
| Anti-corrupción | Principio 10: Lucha contra la corrupción, la extorsión y el soborno |

Fuente www.pactomundial.org

En 2008 MAPFRE incorporó en su principio institucional de Actuación ética y socialmente responsable, la referencia expresa a esta iniciativa de Naciones Unidas, y asumió de forma efectiva los compromisos con los derechos humanos y el desarrollo sostenible que dicho pacto implica³. Además, reformuló la Política de Actuación de Responsabilidad Social del Grupo, integrando las cuatro áreas temáticas de actuación del Pacto y, en 2009, con la aprobación del Código de Ética y Conducta, reforzó el compromiso de la organización con la defensa, respeto y protección de los derechos laborales básicos, y de los derechos humanos y libertades públicas reconocidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos⁴.

MAPFRE reporta anualmente, a través del Informe de Progreso⁵, los avances y las actividades que realiza para integrar en su actividad los diez principios del Pacto Mundial. Este año, este informe ha alcanzado el nivel *Advance*, lo que supone la máxima calificación por parte de Naciones Unidas.

1) Riesgos ESG: Environmental, Social and Governance (Medioambientales, Sociales y de Gobierno).

2) Con carácter excepcional la filial de MAPFRE en Brasil está adherida a esta iniciativa desde 2008 y publica su correspondiente informe de progreso.

3) MAPFRE también está adherida a UNEP FI de Naciones Unidas

4) Art. 3.1.1 del Código de Ética y Conducta de MAPFRE

5) (www.globalcompact.com)

Uno de los programas del Pacto Mundial se centra en incentivar que las empresas se involucren en la consecución de los **Objetivos de Desarrollo del Milenio** (ODM). Esta iniciativa promueve los siguientes ocho objetivos que están relacionados con los derechos humanos y el desarrollo y que fueron fijados en el año 2000 por los países miembros de Naciones Unidas con fecha de cumplimiento en 2015:



A través de la Red Española del Pacto Mundial, MAPFRE ha colaborado de forma activa con la campaña de difusión **"Y tú sin enterarte"**, promovida por los ODM, cuya finalidad es mostrar a la Sociedad, principalmente a través de las redes sociales, los logros que se han conseguido en cada uno de los objetivos fijados.

En el apartado de información complementaria de este informe, se ha incluido una tabla que muestra la correlación entre los Principios del Pacto Mundial, los indicadores de desempeño del GRI V3.1 y los Objetivos de Desarrollo del Milenio, identificando cómo MAPFRE, desde su actividad empresarial y fundacional, contribuye a la consecución de los mismos.



Jornada "El valor de lo intangible: el retorno económico y social de la Responsabilidad Social Empresarial", organizada por el semanario **El Nuevo Lunes** y patrocinada por MAPFRE

MAPFRE como promotora de la responsabilidad social

MAPFRE realiza numerosas acciones encaminadas a la promoción de la responsabilidad social en la Sociedad, participando y promoviendo jornadas, grupos de trabajo y acciones formativas. Promover el conocimiento de este ámbito por parte de quienes nos valoran, ayudará a que se involucren de forma corresponsable con nuestra forma de gestionar nuestro negocio, generando valor mutuo.

Jornadas, congresos, grupos de trabajo y eventos:

Argentina

— V Encuentro Biental Iberoamericano de Responsabilidad Social de MAPFRE ARGENTINA en Tigre.

Brasil

— Participación mensual en la Comisión de Sostenibilidad de CNseg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização).

— Participación en el 48 Seminario Anual de la Sociedad Internacional de Seguros - IIS (International Insurance Society), en colaboración con CNseg, llevada a cabo el 19 de junio en Río de Janeiro, donde se lanzaron los Principios de Aseguramiento Sostenible (PSI).

— Participación en la reunión del PSI Global Team, que tuvo lugar el 20 de junio, en Río de Janeiro durante la Cumbre Río+20.

— Participación en el evento paralelo a la Cumbre Río+20, "Ciclo de debates Brasil Sustentável – O Caminho para Todos". en Río de Janeiro.

— Participación en el Seminario "Principios para a Sustentabilidade em Seguros – PSI", promovido por CNseg el día 5 de septiembre de 2012.

— Patrocinio de la segunda edición del Fórum Mundial de Sostenibilidad, promovido por LIDE (Grupo de Líderes Empresariales) en Manaus.

— Forma parte del Comité de Sostenibilidad de la Cámara Española.

España

— Patrocinio de las jornadas "El valor de lo intangible: el retorno económico y social de la RSE", organizada por MAPFRE y **EL NUEVO LUNES**.

— Participación en el "Curso de Experto en Ética Empresarial y Dirección en Valores" de la Escuela de Ética Social.

— Patrocinadores del II Congreso Nacional de Zaragoza con el título "RSE es competitividad. Una oportunidad para la empresa".

— Grupo de Trabajo de Responsabilidad Social Corporativa del Sector Asegurador, creado por ICEA.

— Encuentro Empresarial ESPAÑA-SUECIA sobre Responsabilidad Social organizado por CEOE.

— MAPFRE colabora con los premios CEEI de Asturias para emprendedores. MAPFRE es una de las entidades que colabora en la VII edición del Premio al Mejor Proyecto Empresarial de Base Tecnología, convocado por el Centro Europeo de Empresas e Innovación del Principado de Asturias (CEEI).

Filipinas

— Participación en la conferencia Microinsurance International. Manila, Río de Janeiro y Tanzania.

Perú

— Foro de Responsabilidad Social, organizado por la Cámara de Comercio Española.

Premios y reconocimientos

A continuación se presentan premios y reconocimientos que avalan la gestión empresarial y la calidad del servicio.

RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

El Presidente de Honor de MAPFRE, José Manuel Martínez, Doctor Honoris Causa por la Universidad de Morón (Argentina)

José Manuel Inchausti, Director General de Tecnología y Procedimientos de MAPFRE, Mejor CIO Europeo del Año por la comunidad internacional de CIO, CIONET, y la escuela de negocios INSEAD

José Manuel Muries, Director General de Auditoría Interna de MAPFRE, reelegido Presidente del Instituto de Auditores Internos de España

El Presidente de MAPFRE PERÚ, Renzo Calda, Máster de Oro del Forum de Alta Dirección

MAPFRE, en el índice Dow Jones de Sostenibilidad 2012 por tercer año consecutivo

MAPFRE, en el índice FTSE4Good, que evalúa el comportamiento de las empresas en favor del desarrollo sostenible y respeto a los derechos humanos

La revista *FORTUNE* sitúa a MAPFRE como una de las 500 mayores empresas del mundo

La revista *FORBES* sitúa a MAPFRE en el puesto 357 de las mayores empresas del mundo

MAPFRE, decimotercer grupo asegurador más admirado del mundo, según la revista *FORTUNE*

MAPFRE, Mejor Compañía de Seguro Directo de América Latina por séptimo año consecutivo, por la revista *REACTIONS*

RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

El Informe de Progreso de la ONU califica a MAPFRE como empresa de "Nivel Avanzado" en materia de Responsabilidad Social

MAPFRE, Premio IBM Business Analytics Performance Leader 2012 por su excelencia, su capacidad de innovación y su liderazgo tecnológico

MAPFRE, distinguida por la Cámara de Comercio de España en Reino Unido como empresa del año en el país

La revista *NEWSWEEK* reconoce a MAPFRE como una de las 100 empresas más ecológicas del mundo

El Seguro de Automóviles de MAPFRE en Portugal, seleccionado producto destacado por la Asociación Portuguesa de Consumidores

MAPFRE, entre las 10 empresas más valoradas en el Informe *MERCO* y en el puesto 17 de las mejores empresas en Responsabilidad Social Corporativa

El estudio Índice IMAF -Instituto para la Mediación Aseguradora y Financiera- sitúa a MAPFRE como la aseguradora más visible en Internet

MAPFRE, entre las marcas españolas más valoradas según la consultora INTERBRAND

Renovación del Certificado del Sistema de Gestión Medioambiental de Det Norske Veritas, que el Grupo posee desde 2006

SERHS, el primer grupo turístico de Cataluña, premia la trayectoria de MAPFRE

La Cámara de Comercio de Lorca distingue a MAPFRE por su apoyo a esta localidad tras el seísmo del día 11 de mayo de 2011

MAPFRE, la aseguradora más valorada del sector según un estudio de la consultora Ipsos KAR

El Centro de Competencias BI de MAPFRE, Premio IBM Business Analytics Performance Leader 2012

CESVIMAP gana el premio a la Innovación Tecnológica en la Posventa en la categoría "talleres"

El Grupo BB MAPFRE obtiene el Premio Cobertura Performance 2012 en las categorías de "Mejor Rendimiento en la cartera de Grandes Riesgos" y "Mejor Rendimiento en la cartera de Vida"

MAPFRE BRASIL, Premio Abrasca las mejores prácticas en materia de responsabilidad social por su Informe de Sostenibilidad, concedido por la Associação Brasileira de Companhias Abertas

El Grupo BB MAPFRE, Galardón de Oro en la decimoctava edición del Premio de la Asociación Brasileña de Empresas de Marketing Directo (ABEMD)

La filial de MAPFRE en Brasil, Premio Asegurador en las categorías "Mejor Rendimiento" y "Líder de Ventas de Mercado"

MAPFRE ARGENTINA, la empresa de seguros más admirada del país y una de las entidades más reconocidas en los Premios Prestigio 2012, otorgados por el Centro de Estudios de Opinión Pública de Argentina (CEOP) y Comunica, en colaboración con el diario ÁMBITO FINANCIERO

RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

MAPFRE ARGENTINA, Premio al Mejor Reporte Social de Empresas del país, por el Foro Ecuménico Social

MAPFRE COLOMBIA, segunda entidad aseguradora con mayor reputación corporativa en el país, según The Reputation Institute

MAPFRE PUERTO RICO, mejor entidad de seguros de Vida según Professional Insurance Agents of Puerto Rico & the Caribbean (PIA)

La filial de MAPFRE en Perú, sexta compañía con mejor reputación del país según Reputation Institute e Inmark PERÚ

MAPFRE PARAGUAY, Premio Top of Mind 2012 en la categoría de Empresas Aseguradoras

La filial de MAPFRE en Guatemala, Premio a la Excelencia por la Asociación de Corredores de Seguros y Fianzas Acordes

MAPFRE CAUCIÓN Y CRÉDITO, entre las mejores compañías en el ramo de Crédito del mercado español, según la revista *PYMES*

La filial de MAPFRE ASISTENCIA en Brasil, premiada por la Asociación Brasileña de Teleservicios (ABT) por su gestión empresarial en las categorías de Comunicación Interna, Mejor Equipo y Responsabilidad Social

RECONOCIMIENTOS A LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA MAPFRE

El Centro de Competencia de Procesos de Administración, de la Dirección General de Tecnología y Procedimientos de MAPFRE, Centro de Excelencia según SAP

AENOR renueva el certificado de calidad otorgado al Área de Prestaciones de Automóviles de MAPFRE

MAPFRE, la empresa más galardonada en la XVIII edición del Concurso de detección de fraudes de ICEA

El SI24, premio al mejor servicio de atención por la revista *CONTACT CENTER*

MAPFRE ASISTENCIA, Premio “Mejor Centro de Atención Telefónica” en los Call Center Excellence Awards 2012

INSUREANDGO, la compañía de MAPFRE ASISTENCIA especializada en venta de seguro de Viaje *online*, premio Golden Backpack Awards en Reino Unido por la revista *TNT MAGAZINE*

INSUREANDGO, premio “Outstanding Value” en la categoría “Seguro Familiar para Viajes Internacionales” por el Ranking CANSTAR de Seguros para viajeros

La revista *EXAME* reconoce al Grupo BB MAPFRE como una de las mejores empresas en Atención al Cliente en Brasil

El fondo de pensiones MAPFRE América, mejor fondo en la categoría de “Renta variable” por *EXPANSIÓN* y *ALLFUNDS BANK*

El plan de pensiones MAPFRE Europa FP, Premio Morningstar en la categoría renta variable europea

El seguro Vida, mejor producto financiero de 2011 en la categoría de seguros según la revista *MI CARTERA DE INVERSIÓN*

La póliza Segurviaje, Medalla a la Excelencia de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) por su cobertura a los asistentes a la conferencia Río +20

La póliza Segurviaje, seleccionada producto más eficiente en el servicio al cliente por la Asociación Dominicana de Agentes de Viajes y Turismo (ADAVIT)

RECONOCIMIENTO A LA GESTIÓN DE PERSONAS EN MAPFRE

MAPFRE, certificada como Empresa Familiarmente Responsable por la Asociación Másfamilia

MAPFRE, entre las 20 mejores empresas para trabajar en España, según el Informe *MERCO*

MAPFRE, la sexta mejor empresa para trabajar según la revista *ACTUALIDAD ECONÓMICA*

MAPFRE, en el puesto número 13 de las mejores multinacionales para trabajar en Latinoamérica, según el Instituto Great Place to Work

El Grupo BB MAPFRE, Premio “Top de RRHH”, por la Asociación de Dirigentes de Ventas y Marketing de Brasil, y “ESARH”, por el Encuentro Sudamericano de Recursos Humanos, en reconocimiento a la gestión de personas y el compromiso con la Responsabilidad Social

MAPFRE COLOMBIA, entre las 25 mejores empresas para trabajar según el Instituto Great Place to Work



TUR ASSIST, galardonada con el premio de Responsabilidad Social CSR Marketplace

Principales Asociaciones

ARGENTINA

| |
|---|
| Asociación Argentina de Compañía de Seguros (AACS) |
| Asociación de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA) |
| Unión de Aseguradores de Riesgos del Trabajo (UART) |
| Asociación de Administradora de Riesgos de la República Argentina (ADARA) |
| Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA) |
| Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la Argentina (AMCHAM) |
| Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE) |
| Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA) |
| Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE) |
| Asociación de Recursos Humanos de la Argentina (ADRHA) |
| Asociación Argentina de Comunicación Interna (AACI) |
| Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) |
| Centro para la Estabilidad Financiera (CEF) |
| Club IFREI (Empresas Familiarmente Responsables) |

BRASIL

| |
|---|
| Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente (ABRAREC) |
| Associação Brasileira de Telesserviços (ABT) |
| Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNSEG) |
| Associação Brasileira de Gestão de Riscos (ABGR) |
| Asociado de la Fundación "Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente", una organización social que, desde 1990, trabaja para que se respeten los derechos de los niños y adolescentes. |
| Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (FENAPREVI) |

BRASIL

| |
|---|
| Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais (ANBIMA) |
| Associação das Empresas Distribuidoras de Títulos e Valores Mobiliários |
| Sindicato das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização (SINDSEG) |
| Federação Nacional de Seguros Gerais (FENSEG) |
| Fundação Escola Nacional de Seguros (FUNENSEG) |
| Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro (SBCS) |
| Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA) |
| Life Office Management Association (LOMA) |
| Associação Brasileira de Medicina de Tráfego (ABRAMET) |
| Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) |
| Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA) |
| Câmara Oficial Española de Comercio en Brasil |
| Federação Nacional de Capitalização (FENACAP) |
| Federação Internacional de Empresas de Seguro (FIDES) |
| Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS) |

CHILE

| |
|--|
| Asociación Chilena de Aseguradores de Chile |
| Cámara Oficial Española de Comercio de Chile |

COLOMBIA

| |
|---|
| Asociación Colombiana de Técnicos en Reaseguros (ACTER) |
| Asociación de Actuarios. Cámara de Comercio Bogotá (CCB) y Nivel Nacional |
| Cámara de Comercio Hispano Colombiana. Casa España |
| Centro de Experimentación y Seguridad Vial Colombia (CESVICOLOMBIA) |
| Consejo Colombiano de Seguridad (CCC) |
| Federación de Aseguradores Colombianos (FASECOLDA) |
| Fundación de Aseguradores Colombianos (FUNDASEG) |
| Instituto Nacional de Investigación y Prevención del Fraude (INIF) |
| Instituto Nacional de Seguros (INS) |
| Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA) |
| Life Office Management Association (LOMA) |

COSTA RICA

| |
|---|
| Asociación de Aseguradoras Privadas de Costa Rica (AAP) |
|---|

ECUADOR

| |
|------------------------------|
| Cámara de Seguros |
| Cámara de Comercio |
| Cámara Española de Comercio |
| Cámara Americana de Comercio |

EL SALVADOR

Asociación Salvadoreña de Empresas de Seguros

GUATEMALA

Asociación Guatemalteca de Instituciones de Seguros

HONDURAS

Cámara Hondureña de Aseguradores

Cámara de Comercio e Industria del País

Camara Hondureña de la Construcción

Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial

MÉXICO

Centro de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI)

Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)

Asociación Latinoamericana de Seguro Agropecuario (ALASA)

Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF)

Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos (AMEDIRH)

Asociación de Compañías Afianzadoras de México (AFIANZA)

Servicios Especializados de Vehículos, Volkswagen (SEVASA)

Comité de Oficina Coordinadora de Riesgos Asegurados (OCRA)

Colegio Nacional de Actuarios (CONAC)

Asociación Mexicana Automovilística (AMA)

Asociación de Seleccionadores de Riesgos en el Seguro de Personas (ASERP)

Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP)

Funcionario del Sector Asegurador (FUSA)

Endeavor Universidad de las Américas Puebla

Consejo Agropecuario de Jalisco

Club Rotario Toluca Suroeste

Sociedad de Empresas Líderes en Responsabilidad Social (LideRS)

NICARAGUA

Asociación Nicaragüense de Aseguradoras Privadas (ANAPRI)

Cámara Oficial Española de Nicaragua

Cámara de Comercio de Nicaragua

Cámara Americana de Comercio de Nicaragua (AMCHAN)

PANAMÁ

Asociación Panameña de Aseguradoras (APADEA)

Colegio Nacional de Productores de Seguros (CONALPROSE)

Cámara Panameña de Empresas de Corretaje de Seguros (CAPECOSE)

Superintendencia de Seguros

Cámara de Comercio de Panamá

Cámara Española de Comercio

PARAGUAY

Asociación Paraguaya de Compañías de Seguros (APCS)

La C.A.P. - Cámara de Anunciantes del Paraguay

Camara Oficial Española de Comercio en Paraguay

Club de Ejecutivos del Paraguay

Asociación Paraguaya para la Calidad

PERÚ

Apeseg (Gremio Asegurador)

Cámara de Comercio Hispano-Peruana

Cámara de Comercio Italo-Peruana

Asociación Peruana de Entidades Prestadoras de Salud

PUERTO RICO

Asociación de Suscripción Conjunta de Seguro de Incendio y Líneas Aliadas

Asociación de Garantía de Seguros Misceláneos

Puerto Rico Automobile Assigned Risk Pool

Sindicato de Aseguradores para la Suscripción Conjunta de Seguro de Responsabilidad Médico-hospitalaria

Asociación de Garantía de Seguro de Vida e Incapacidad

Asociación de Ejecutivos de Ventas y Mercadeo de PR

Concilio Postal de Usuarios de Puerto Rico (PCC) adscrito al Departamento del Correo Federal de los EE.UU.

Asociación de Compañías de Seguros de P.R. (ACODESE)

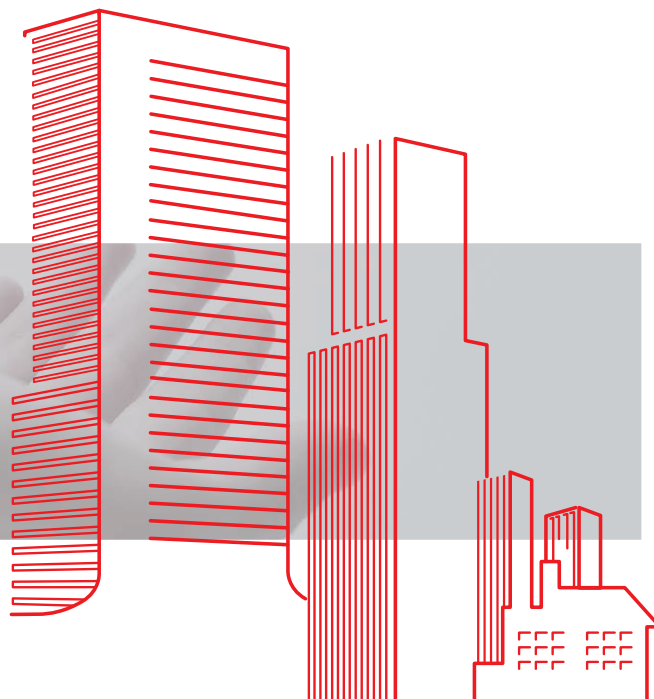
Asociación de Contratistas Generales de América National Association of Insurance Commissioners (NAIC)

The Surety & Fidelity Association of America

Cámara de Comercio de Puerto Rico

Cámara de Comercio Española

The Surety Association of America Asociación constructoras de Hogares de PR



REPUBLICA DOMINICANA

Asociación Dominicana de Empresas de Inversión Extranjera (ASIEX)

Cámara Oficial Española

Cámara Americana de Comercio

VENEZUELA

Cámara Aseguradora de Venezuela

Cámara de Comercio

PORTUGAL

Associação Portuguesa Seguradores

TURQUÍA

Association of the Insurance and Reinsurance Companies of Turkey. Insurance Arbitration Commission (TSRDB)

MALTA

Malta Insurance Association

Malta Chamber of Commerce

Finance Malta

Malta Institute of Management

Foundation for Human Resources Development

Malta Employers Association

Maltese-Spanish Chamber of Commerce

FILIPINAS

Main Association - Philippine Insurers and Reinsurers Association

MAPFRE ASISTENCIA

Connected Vehicle Trade Association (CVTA)

North Atlantic Treaty Organization (NATO)

MAPFRE RE

Cámara Oficial Española de Comercio en el Reino Unido, IUA (International Underwriting Association). Londres

Assuralia, Apref. Bruselas

Association Professionnelle des Réassureurs Français (APREF) Francia

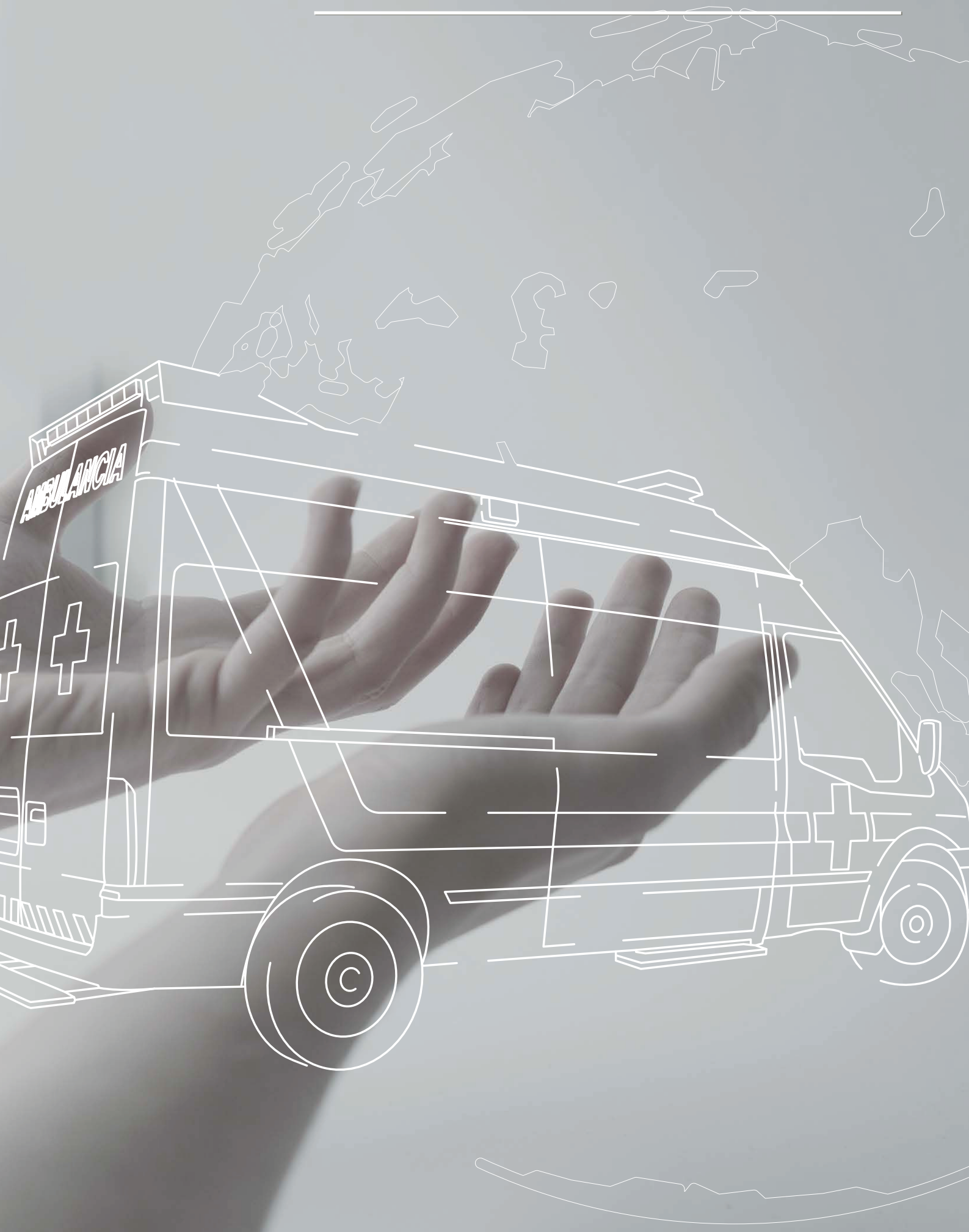
Federação Brasileira das Companhias de Resseguro. (FENABER) Brasil

Cámara Española de Comercio. Asociación de suscriptores en el riesgo de personas, A.C. (ASERP) México

Asociación Colombiana de Derecho de Seguros (ACOLDESE) Colombia

Asociación Colombiana de Técnicos en Reaseguros. (ACTER) Colombia

Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, e.V. (GDV) Alemania



MAPFRE y sus empleados

La conducta de todos los empleados de MAPFRE debe estar basada en el respeto mutuo, el compromiso con su trabajo y con la empresa, la responsabilidad de realizar su trabajo lo mejor posible, la solidaridad y la cooperación con los compañeros y la sociedad, la integridad y el respeto a la legalidad; de forma que el entorno laboral sea un ambiente de confianza que permita el desarrollo personal y profesional, y esté libre de ofensas, explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación.

MAPFRE cuenta con un Código de Ética y Conducta, de obligado cumplimiento para todas las personas que integran MAPFRE, con independencia de su actividad o ubicación geográfica, publicado y accesible tanto en la intranet como en la web corporativa. Además cuenta con un Comité de Ética, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código.

Estructura de la plantilla

La plantilla de las distintas entidades del Grupo estaba compuesta a 31 de diciembre de 2012 por 35.586 empleados (29.616 en empresas de seguros y 5.970 en empresas no aseguradoras). Su distribución geográfica es la siguiente:

| ÁREAS GEOGRÁFICAS | 2012 | | 2011 | | Variación % | |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|------------|
| | HOMBRES | MUJERES | HOMBRES | MUJERES | HOMBRES | MUJERES |
| EUROPA | 6.740 | 6.473 | 6.851 | 6.528 | (1,6) | (0,8) |
| España | 5.568 | 5.205 | 5.720 | 5.326 | (2,7) | (2,3) |
| Otros | 1.172 | 1.268 | 1.131 | 1.202 | 3,6 | 5,5 |
| AMÉRICA | 9.253 | 12.174 | 8.833 | 11.502 | 4,8 | 5,8 |
| Brasil | 2.443 | 4.199 | 2.260 | 3.519 | 8,1 | 19,3 |
| EE.UU. | 1.087 | 1.871 | 961 | 1.901 | 13,1 | (1,6) |
| Argentina | 1.218 | 1.155 | 1.314 | 1.229 | (7,3) | (6,0) |
| México | 1.142 | 937 | 984 | 830 | 16,1 | 12,9 |
| Venezuela | 593 | 806 | 593 | 821 | 0,0 | (1,8) |
| Chile | 272 | 317 | 317 | 404 | (14,2) | (21,5) |
| Otros países | 2.498 | 2.889 | 2.404 | 2.798 | 3,9 | 3,3 |
| ASIA | 385 | 444 | 299 | 294 | 28,8 | 51,0 |
| ÁFRICA | 65 | 35 | 50 | 30 | 30,0 | 16,7 |
| OCEANÍA | 6 | 11 | 1 | 2 | 500,0 | 450,0 |
| TOTALES | 16.449 | 19.137 | 16.034 | 18.356 | 2,6 | 4,3 |

Alcance: Grupo MAPFRE

El siguiente cuadro muestra la distribución de la plantilla entre las distintas estructuras operativas que integran el Grupo:

| ESTRUCTURA ORGANIZATIVA | HOMBRES | | MUJERES | |
|-------------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| | Número | % | Número | % |
| Áreas Corporativas | 665 | 60,9 | 426 | 39,1 |
| Seguro España | 4.497 | 50,5 | 4.415 | 49,5 |
| Seguro Internacional | 8.592 | 43,9 | 10.994 | 56,1 |
| Negocios Globales | 2.695 | 44,9 | 3.302 | 55,1 |
| TOTALES | 16.449 | 46,2 | 19.137 | 53,8 |

Alcance: Grupo MAPFRE

| CATEGORÍAS | NÚMERO | | | | | | | | | | | |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | ESPAÑA | | | | OTROS PAÍSES | | | | TOTAL | | | |
| | 2012 | | 2011 | | 2012 | | 2011 | | 2012 | | 2011 | |
| | H | M | H | M | H | M | H | M | H | M | H | M |
| DIRECCIÓN | 411 | 67 | 394 | 66 | 634 | 220 | 721 | 298 | 1.045 | 287 | 1.115 | 364 |
| JEFES | 932 | 297 | 903 | 276 | 1.731 | 1.374 | 1.669 | 1.211 | 2.663 | 1.671 | 2.572 | 1.487 |
| TÉCNICOS | 3.407 | 2.720 | 3.534 | 2.809 | 4.538 | 5.482 | 4.226 | 4.353 | 7.945 | 8.202 | 7.760 | 7.162 |
| ADMINISTRATIVOS | 818 | 2.121 | 889 | 2.175 | 3.978 | 6.856 | 3.698 | 7.168 | 4.796 | 8.977 | 4.587 | 9.343 |
| TOTAL | 5.568 | 5.205 | 5.720 | 5.326 | 10.881 | 13.932 | 10.314 | 13.030 | 16.449 | 19.137 | 16.034 | 18.356 |

Alcance: Grupo MAPFRE

La edad media de los empleados se situaba al cierre del ejercicio en 36 años, y su antigüedad media en 8 años como muestra el siguiente cuadro:

| ÁREAS GEOGRÁFICAS | EDAD MEDIA | | | ANTIGÜEDAD MEDIA | | |
|---|-------------|-------------|-------------|------------------|------------|------------|
| | 2012 | 2011 | 2010 | 2012 | 2011 | 2010 |
| ESPAÑA | 42,3 | 41,6 | 40,9 | 14,5 | 13,7 | 10,6 |
| AMÉRICA | 33,9 | 32,7 | 34,0 | 5,3 | 4,9 | 5,1 |
| OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía) | 33,7 | 34,6 | 34,2 | 5,1 | 5,0 | 4,8 |
| MEDIA TOTAL | 36,3 | 35,9 | 37,1 | 7,9 | 8,2 | 7,2 |

Alcance: Grupo MAPFRE

El índice de rotación no deseada (bajas voluntarias y excedencias sobre plantilla media) es el siguiente:

| ÁREAS GEOGRÁFICAS | % DE ROTACIÓN | | |
|---|---------------|------------|------------|
| | 2012 | 2011 | 2010 |
| ESPAÑA | 1,4 | 2,1 | 5,3 |
| AMÉRICA | 10,4 | 13,0 | 10,9 |
| RESTO PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía) | 17,9 | 15,4 | 15,8 |
| TOTAL | 8,4 | 9,6 | 8,6 |

Alcance: Grupo MAPFRE

Empleo y selección

Empleo

La política de empleo de MAPFRE fomenta la contratación fija frente a la temporal. En las empresas del Grupo, el porcentaje de empleos fijos representaba al cierre de 2012 el 97,6 por 100 del total.

| ÁREAS GEOGRÁFICAS | % CONTRATACIÓN FIJA | |
|---|---------------------|-------------|
| | 2012 | 2011 |
| ESPAÑA | 99,0 | 98,5 |
| AMÉRICA | 99,0 | 98,6 |
| OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía) | 84,5 | 89,2 |
| TOTAL | 97,6 | 98,1 |

Alcance: Grupo MAPFRE

El siguiente cuadro refleja las altas y bajas producidas durante los años 2011 y 2012, clasificadas por los motivos que las han originado:

| ALTAS Y BAJAS POR MOTIVO | | 2012 | 2011 |
|--------------------------|----------------------------|-------|-------|
| ALTAS | Fusión o Adquisición | 0 | 1.558 |
| | Captación Externa | 6.402 | 7.105 |
| | Reincorporación excedencia | 125 | 161 |
| | Reincorporación extranjero | 11 | 10 |
| BAJAS | Enajenaciones | 262 | 5.823 |
| | Voluntarias | 2.753 | 2.876 |
| | Despidos | 2.017 | 2.075 |
| | Excedencias | 169 | 261 |
| | Jubilaciones | 33 | 53 |
| | Jubilaciones anticipadas | 75 | 52 |
| | Fallecimientos | 12 | 20 |
| Invalidez | | 21 | 28 |

Alcance: Grupo MAPFRE



Clausura del programa Avanza

Empleados con discapacidad

A pesar de que durante las últimas décadas se ha producido un notable avance en la atención que reciben las personas con discapacidad, MAPFRE es consciente de que éstas todavía encuentran importantes dificultades y obstáculos para su desarrollo efectivo como ciudadanos de pleno derecho.

Por ello, MAPFRE de acuerdo con su modelo empresarial socialmente responsable, apuesta por la integración laboral y atención a personas con discapacidad en cada uno de los países en los que está presente.

A tal efecto, en MAPFRE se diseñan, desarrollan e implantan actuaciones de distinta naturaleza dirigidas al colectivo de discapacidad con los siguientes objetivos:

- Generar en la organización una cultura sensible a la discapacidad en orden a conseguir su normalización.
- Contribuir a su integración laboral.
- Mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad en plantilla.
- Desarrollar productos y servicios dirigidos al colectivo de personas con discapacidad.

En el año 2012 MAPFRE cuenta con 345 personas con discapacidad en su plantilla.

En España, el Grupo tiene un protocolo para facilitar el cumplimiento de la cuota de reserva para personas con discapacidad establecida en la normativa legal. En cumplimiento de las medidas alternativas previstas en dicha normativa, en 2012 se han realizado donaciones y suscrito contratos de prestación de servicios o adquisición de bienes con Centros Especiales de Empleo por importe de 500.275 euros, y con Fundaciones por importe de 975.067 euros.

Las cantidades donadas se destinaron a:

- Apoyar la capacitación a los estudiantes con discapacidad, para una mejor integración laboral, mediante la concesión de 64 ayudas económicas para material universitario, movilidad y ayudas técnicas.
- Promover la integración laboral de personas con discapacidad intelectual y enfermedad mental a través de un programa al que se adhirieron 529 empresas, y con el que se logró emplear a 343 personas con discapacidad.
- Colaborar en la ejecución de otros proyectos de empleo para personas con discapacidad, elaborados por asociaciones y fundaciones de este colectivo, a través de apoyo económico del que se beneficiaron 13.266 personas con discapacidad.

Asimismo, en el año 2012, MAPFRE ha suscrito un acuerdo con la FUNDACIÓN SÍNDROME DE DOWN de Madrid, para contribuir a la incorporación de personas con Síndrome de Down y discapacidad



Entrega del Certificado de Empresa Familiarmente Responsable (EFR)

intelectual en el mercado laboral, y un acuerdo con la FUNDACIÓN KONECTA (España) para que personas con discapacidad intelectual pueden realizar prácticas docentes en MAPFRE.

Selección

MAPFRE cuenta con una normativa interna de selección de obligado cumplimiento que garantiza la objetividad, el máximo rigor, la igualdad de oportunidades y la no discriminación en todos los procesos de selección que se realizan.

Sus objetivos son los siguientes:

- Aportar objetividad a los procesos de selección.
- Incorporar los candidatos más adecuados al perfil requerido para cada puesto.
- Homogeneizar todos los procesos de incorporación que se realicen en el mundo.
- Considerar la selección como una fase clave en la gestión de personas.

El proceso de selección en MAPFRE se realiza bajo la premisa de cumplir con los requerimientos técnicos y las competencias necesarias para el adecuado desempeño de las labores del puesto.

En 2012 se han llevado a cabo 7.458 procesos de selección (286 en España, 5.684 en América y 1.488 en otros países).

MAPFRE condena expresamente la explotación laboral infantil y no emplea ni directa ni indirectamente mano de obra infantil.

Movilidad y Promoción Interna

MAPFRE favorece la promoción y la movilidad interna, ya que repercute en mayor satisfacción y motivación de los empleados de la plantilla, en la disminución del tiempo de adaptación al puesto de trabajo, en oportunidades de desarrollo para los empleados, en la creación de perfiles polivalentes y en un conocimiento más global de la Entidad.

Para MAPFRE la movilidad interna es la principal fuente de reclutamiento.

Existen procedimientos automatizados que permiten que los empleados tengan información diaria de las vacantes y puestos de nueva creación que surgen en la empresa. El proceso de movilidad interna de MAPFRE es transparente y de fácil acceso para nuestros empleados.

De las vacantes publicadas en el año 2012, 2.044 han sido cubiertas por movilidad interna, aproximadamente el 27,4 por 100. En torno a un 40 por 100 de las mismas han supuesto una promoción.

Evaluación y desarrollo profesional

MAPFRE evalúa el desempeño de sus empleados a través de un sistema de Evaluación del Desempeño implantado en la mayor parte de los países en los que está presente.

En el año 2012, el 69,2 por 100 (70,2 por 100 en España, 71,4 por 100 en América, y 52,5 por 100 en otros países) de los empleados han sido evaluados.

Este proceso facilita la comunicación entre los empleados y sus responsables, y valora tanto el grado de cumplimiento de los objetivos marcados anualmente, lo que permite aunar los esfuerzos de los empleados al Plan Estratégico de la Organización, como la calidad en el desempeño global del trabajo, a través de un análisis de perfiles competenciales. El sistema permite establecer planes de acción individuales enfocados al desarrollo profesional de los empleados y basados en potenciar sus fortalezas y trabajar sus áreas de mejora.

Por otro lado, MAPFRE ha continuado desarrollando Proyectos específicos de Desarrollo Profesional que además de establecer criterios objetivos para la identificación de empleados con alto nivel de desempeño, pre-directivos y personal clave, busca diseñar y llevar a cabo planes específicos de desarrollo para estos colectivos, desarrollando el talento que la organización requiere para continuar creciendo y siendo competitiva.

Estas actuaciones permiten:

- Fortalecer el capital humano de la empresa, a través del desarrollo de conocimientos, habilidades y comportamientos.
- Alinear las actuaciones de los empleados al Plan Estratégico.
- Desarrollar el talento de la organización.

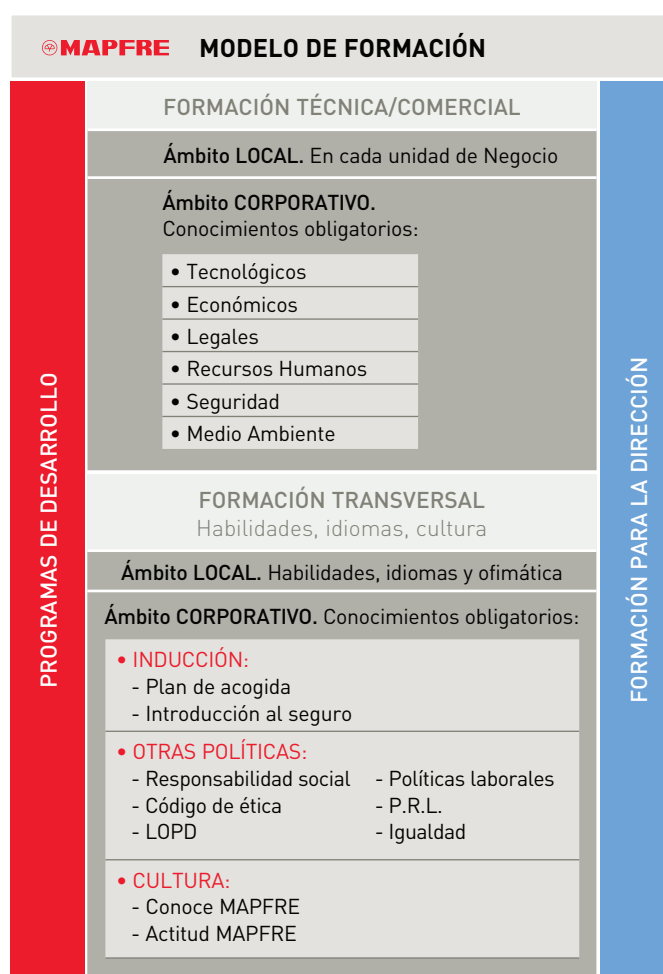
Durante el año 2012 se han diseñado y puesto en marcha 216 planes de desarrollo.

Formación

MAPFRE considera que no es posible que una empresa avance si no lo hacen al mismo tiempo sus empleados. Una plantilla con buena formación es sinónimo de calidad en el trabajo y de éxito empresarial. La formación interna en MAPFRE es una pieza fundamental e inherente a la estrategia del Grupo, sin la que no se

entendería el éxito alcanzado y la implantación en más de 46 países de todo el mundo. La Dirección de la empresa se involucra activamente en el desarrollo de los programas y más del 80 por 100 de la formación se imparte internamente, trasladando cultura y mejores prácticas.

El modelo de formación de MAPFRE está diseñado en torno a cuatro grandes ejes, según el colectivo al que se dirige y la naturaleza de los contenidos formativos: **formación para la dirección** con contenidos comunes en Management, Comunicación, Finanzas e Idiomas; **formación técnico-comercial del negocio**, concentrada en productos y conocimientos técnicos de los servicios que ofrecemos; **formación transversal**, común a todos los empleados y donde se incluyen Cultura MAPFRE, habilidades e Idiomas; y **programas de desarrollo**, para determinados colectivos y perfiles.



MAPFRE cuenta con más de 200 programas *e-learning* en varios idiomas (español, inglés, turco, portugués y chino).

Con todo ello, MAPFRE busca alcanzar en su actividad de formación los siguientes objetivos:

| | |
|---|---|
| Incrementar el conocimiento de la cultura de empresa de MAPFRE, y la integración de colectivos de diferentes procedencias geográficas y funcionales | Potenciar la formación de los empleados en las áreas de conocimiento adecuadas a su actividad |
| Contar con profesionales altamente cualificados, capaces de asumir nuevas funciones y responsabilidades dentro de la organización | Promover la empleabilidad, la movilidad geográfica y funcional, y la promoción interna |

En el año 2012 se han invertido 12,4 millones de euros en formación, cifra que representa el 1,2 por 100 del importe de las retribuciones.

A continuación se destacan otros datos relevantes:

HORAS DE FORMACIÓN Y NÚMERO DE ASISTENCIAS POR CATEGORÍAS Y ÁREAS GEOGRÁFICAS

| CATEGORÍAS | ÁREAS GEOGRÁFICAS | | | | | |
|-----------------|-------------------|----------------|----------------|----------------|---|----------------|
| | ESPAÑA | | AMÉRICA | | OTROS PAÍSES (EUROPA, ASIA, ÁFRICA Y OCEANÍA) | |
| | ASISTENCIAS | HORAS | ASISTENCIAS | HORAS | ASISTENCIAS | HORAS |
| DIRECCIÓN | 2.394 | 35.074 | 3.074 | 34.910 | 420 | 6.668 |
| JEFE | 10.708 | 68.320 | 18.445 | 104.658 | 1.121 | 12.965 |
| TÉCNICOS | 37.198 | 261.397 | 50.887 | 316.922 | 3.514 | 20.656 |
| ADMINISTRATIVOS | 20.979 | 142.423 | 45.680 | 286.350 | 7.247 | 72.152 |
| TOTALES | 71.279 | 507.214 | 118.085 | 742.840 | 12.302 | 112.441 |

Alcance: Grupo MAPFRE

HORAS DE FORMACIÓN Y NÚMERO DE ASISTENCIAS POR MODALIDADES DE IMPARTICIÓN DE LA FORMACIÓN

| MODALIDAD DE IMPARTICIÓN DE LA FORMACIÓN | 2012 | | 2011 | |
|--|----------------|------------------|----------------|------------------|
| | ASISTENCIAS | HORAS | ASISTENCIAS | HORAS |
| FORMACIÓN PRESENCIAL | 118.579 | 1.024.436 | 88.628 | 805.969 |
| FORMACIÓN E-LEARNING | 77.515 | 271.906 | 71.336 | 242.491 |
| MIXTA | 5.572 | 66.153 | 1.485 | 5.292 |
| TOTALES | 201.666 | 1.362.495 | 161.449 | 1.053.751 |

Alcance: Grupo MAPFRE

HORAS DE FORMACIÓN Y NÚMERO DE ASISTENCIAS POR TIPO DE FORMACIÓN

| POR NATURALEZA DE LOS CONTENIDOS | 2012 | | 2011 | |
|----------------------------------|--------------------------|------------------|----------------|------------------|
| | ASISTENCIAS ¹ | HORAS | ASISTENCIAS | HORAS |
| FORMACIÓN COMERCIAL | 40.752 | 200.744 | 48.538 | 216.783 |
| FORMACIÓN TÉCNICA | 82.792 | 551.614 | 53.001 | 372.234 |
| FORMACIÓN TRANSVERSAL | 78.122 | 610.137 | 59.910 | 464.734 |
| TOTALES | 201.666 | 1.362.495 | 161.449 | 1.053.751 |

Alcance: Grupo MAPFRE

(1) Número de participaciones en acciones formativas. Algunos empleados han participado en más de una acción



Formación en MAPFRE

Dentro del modelo global de formación se han desarrollado cuatro Programas de Desarrollo Corporativo, en los que participan empleados de todos los países y de todos los negocios de MAPFRE:

— **Programa de Integración Internacional (MIP)**, impartido íntegramente en inglés y en el que todos los ponentes han sido altos directivos y directivos de MAPFRE. El programa va dirigido a directivos de primer nivel de todas las compañías del Grupo. El objetivo del programa es ofrecer una visión global de MAPFRE y transmitir la cultura y valores de la empresa. Este año han participado 15 directivos de 8 países.

— **Programa de Desarrollo Directivo Internacional (IMDP)**, organizado junto con la Oxford Leadership Academy e impartido íntegramente en inglés, en el que han participado 19 directivos de 8 países en el año 2012.

— **Programa de Desarrollo Directivo (PDD)**, con título otorgado por la Universidad de Alcalá y organizado junto con el Instituto de Empresa, escuela de negocios de referencia, y en el que han participado 16 jefes y mandos de 2 países, en su 7ª edición.

— **Programa de Desarrollo “AVANZA con MAPFRE”**, organizado conjuntamente con la Universidad Autónoma de Madrid, dentro de la Cátedra UAM-MAPFRE “José Manuel Martínez”, y la Escuela de Negocios ESIC, dirigido a empleados con alto potencial, procedentes de distintos países donde MAPFRE tiene presencia. En el año 2012 han participado 17 empleados.

Se han continuado desarrollando en todo el mundo programas globales con contenidos técnicos de las Áreas Corporativas; Hiperion Financial Management, BEL, Seminario Internacional de Auditoría Interna, Control Interno y Prevención de Blanqueo de Capitales I, en los que han participado 6.246 empleados.

Además se han desarrollado acciones formativas *e-learning* relacionadas con la implantación de las políticas del Grupo, como Código de Ética, Responsabilidad Social, Igualdad, Protección de datos y Sensibilización Medioambiental.

| | Nº ASISTENTES 2012 (MUNDO) |
|--------------------------------|----------------------------|
| CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA | 4.215 |
| RESPONSABILIDAD SOCIAL | 2.104 |
| IGUALDAD | 664 |
| PROTECCIÓN DE DATOS LOPD | 1.888 |
| SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL | 877 |

MAPFRE tiene implantados a nivel mundial programas de bienvenida a la empresa, como el Plan de Acogida y el “Conoce MAPFRE”; en los cuales han participado a lo largo del año 2012, 1.289 empleados en todo el mundo.

1.622 empleados han recibido formación en idiomas, fundamentalmente en lengua inglesa y española. Además se han desarrollado 29 programas de inmersión en inglés de carácter semi-residencial.

Durante el año 2012 se ha desarrollado en España el Programa Corporativo “ACTITUD MAPFRE”, que a través de un plan de comunicación y sensibilización y un programa de formación

presencial, recuerda y transmite a los empleados los diez comportamientos MAPFRE, basados en los valores y la cultura de la empresa. Durante el año 2012 este programa ha llegado a 8.426 empleados y se han impartido 53.164 horas de formación.

La formación en la Cultura MAPFRE y la transmisión de sus principios y valores se realiza en todos los países, fruto de la importancia que la empresa da a su Cultura, a través de programas creados al efecto, entre ellos: Ecuador, “Nuestros principios y valores”; México, “Aplicando y viviendo los valores institucionales”; Argentina, “Programa Emprendedor y sentido MAPFRE”; Filipinas, “5S Program”; Guatemala, “Yo soy MAPFRE”; Honduras, “Soy MAPFRE: Fortaleciendo la Cultura”; Panamá, “Mi huella, mi Misión”; Perú, “Pócima” y USA, “Project One”.

Prácticas docentes

MAPFRE realiza programas de becarios y prácticas para contribuir a la integración de los jóvenes al mercado laboral, y cuenta con un plan anual para la realización de becas y prácticas, de acuerdo a convenios que se suscriben con instituciones académicas y universidades de todo el mundo.

En 2012 han realizado prácticas en las empresas del GRUPO MAPFRE 504 personas.

Política de retribuciones y compensaciones

La Política de Compensación definida por MAPFRE persigue establecer retribuciones adecuadas a los empleados de acuerdo al puesto de trabajo que ocupan y a su desempeño, así como actuar como un elemento motivador y de satisfacción que permita alcanzar los objetivos marcados y cumplir con la estrategia de la empresa. Sus principios generales son los siguientes:

- Se basa en el puesto de trabajo que ocupa cada empleado.
- Es competitiva, con respecto al mercado.
- Garantiza la igualdad entre todos los empleados de MAPFRE, sin atender a criterios de sexo, raza, discapacidad o ideología.
- Flexible y adaptable a los distintos colectivos y circunstancias del mercado.
- Alineada con la estrategia de la Entidad.

En el ejercicio 2012 se han abonado retribuciones por importe de 1.311 millones de euros en las empresas de seguros del Grupo, y de 152 millones de euros en las que realizan otro tipo de actividades empresariales. El 71 por 100 de estas cantidades corresponde a sueldos y salarios, el 13 por 100 a cotizaciones a los seguros sociales, el 11 por 100 a beneficios sociales, y el restante 5 por 100 a indemnizaciones y otros complementos. El porcentaje de retribución variable sobre retribución total representa el 11,5 por 100, y el peso de la retribución variable en el salario del empleado oscila entre el 13 y 45 por 100 dependiendo de su puesto de trabajo.

Con carácter general, el salario en MAPFRE es significativamente superior al salario mínimo de cada país. A continuación se detalla el diferencial existente entre el salario mínimo y el de MAPFRE, en los países en los que el Grupo tiene mayor número de empleados:

| PAÍS | % INCREMENTO SALARIAL MAPFRE CON RESPECTO AL MÍNIMO DEL PAÍS |
|-----------|--|
| MÉXICO | 246,1 |
| ARGENTINA | 172,6 |
| BRASIL | 70,5 |
| ESPAÑA | 66,7 |
| EE.UU. | 42,9 |
| COLOMBIA | 27,2 |
| TURQUÍA | 23,5 |

**Datos no comparables entre países

El incremento salarial en MAPFRE se realiza anualmente de acuerdo a lo establecido en los convenios colectivos aplicables y a las normas de cada uno de los países, así como a las bandas salariales por puesto de trabajo, tomando como referencia indicadores económicos externos y estudios de mercado, y al desempeño del empleado en el mismo.

En el caso de España, el Convenio del Grupo Asegurador MAPFRE, que afecta al 92,4 por 100 de los empleados del Grupo en España, establece los parámetros para el incremento salarial.

MAPFRE siempre ha contado con una amplia tipología de beneficios sociales y año a año apuesta por incorporar nuevos beneficios para los empleados en cada uno de los países.

En el año 2012 los beneficios sociales y los empleados con derecho a ellos eran los siguientes:

| TIPO DE BENEFICIO SOCIAL | % DE EMPLEADOS QUE HAN DISFRUTADO EL BENEFICIO RESPECTO A EMPLEADOS CON DERECHO | | |
|-------------------------------------|---|---------|---|
| | ESPAÑA | AMÉRICA | OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía) |
| Seguro de Salud | 92,1 | 85,0 | 88,3 |
| Sistemas de Previsión Social | 78,5 | 73,0 | 89,3 |
| Seguro de Vida | 100,0 | 92,9 | 80,8 |
| Descuentos en seguros | 91,4 | 45,0 | 66,3 |
| Premio de permanencia en la empresa | 54,5 | 40,6 | 96,5 |
| Ayuda escolar para hijos | 50,7 | 22,0 | 68,8 |
| Premio de natalidad | 4,3 | 15,1 | 14,4 |
| Préstamos | 4,9 | 35,9 | 29,1 |

Alcance: Grupo MAPFRE

En general, todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2012 a beneficios sociales ha sido de 159,6 millones de euros, que representan el 11 por 100 de la retribución total del personal.

En España, MAPFRE tiene constituido un Fondo de Ayuda al Empleado para situaciones especiales normalmente derivadas de problemas de salud, que en el año 2012 ha otorgado prestaciones por importe de 482.867 euros, y un Fondo de Ayuda al Jubilado con

cargo al cual se han concedido en 2012 ayudas económicas por importe de 60.765 euros.

Igualdad de oportunidades y conciliación de la vida familiar y laboral

Una política activa y estructurada en materia de igualdad y conciliación, favorece la productividad y facilita el equilibrio entre el ámbito laboral, el personal, y familiar de todos los trabajadores.



Fiesta de navidad para hijos de empleados

Igualdad de oportunidades

MAPFRE valora la diversidad individual de los empleados, reconoce la heterogeneidad de las personas, procura aprovechar todo su potencial y respeta la individualidad de cada uno desde una perspectiva de igualdad de oportunidades y no discriminación. Por ello asume en su Código Ético y de Conducta el compromiso de proveer un entorno de trabajo adecuado en el que se respeten las políticas de igualdad establecidas, y se valore la diversidad sin ningún tipo de discriminación por razón de sexo, raza, ideología, religión, orientación sexual, edad, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra condición personal, física o social.

En la organización se fomenta que todos los empleados favorezcan con su actuación entornos laborales en los que quienes tienen responsabilidad profesional sobre otras personas sean objetivos en su selección y promoción, así como en el establecimiento de sus condiciones retributivas, en su capacitación y en su evaluación.

La política de MAPFRE en materia de igualdad está formalmente reflejada en la declaración realizada por la Comisión Delegada de MAPFRE en su reunión de 27 de mayo de 2010:

“La Comisión Delegada de MAPFRE considera que una política activa y estructurada en materia de igualdad y conciliación, favorece la productividad y facilita el equilibrio entre el ámbito laboral, el personal, y familiar de todos los trabajadores. A tal efecto, declara su compromiso con la promoción e impulso de iniciativas que desarrollen las políticas de igualdad y conciliación de MAPFRE, cuyos principios generales están contenidos en el Código Ético y de Conducta”.

En España el Plan de Igualdad vigente, que fue negociado y firmado con la Representación Legal de los Trabajadores, establece dos grandes objetivos:

- Garantizar, en el ámbito laboral de MAPFRE, el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades y de trato entre hombres y mujeres, y evitar cualquier tipo de discriminación laboral.
- Establecer un modelo de gestión en materia de igualdad que atraiga y fidelice el talento, e incremente el compromiso mutuo entre la empresa y sus trabajadores.

Las medidas más destacadas implantadas en los años 2011 y 2012 son las siguientes:

2012

- Puesta en marcha de un curso *e-learning* en materia de igualdad.
- Definición de criterios para el abono de la retribución variable en los casos de empleados con reducción de jornada o en situación de baja por maternidad o paternidad.
- Diseño de indicadores de igualdad para el seguimiento de las políticas.

2011

- Incorporación de indicaciones sobre uso no discriminatorio del lenguaje en las ofertas de empleo.
- Incorporación de indicaciones relativas a la no discriminación en el manual de selección y en los formularios utilizados en el proceso de selección. Al inicio de cada proceso de selección, se ha facilitado a los candidatos información sobre la política de igualdad y conciliación de MAPFRE.
- Inclusión de una cláusula para los contratos con proveedores en la que se les informa de los principios de igualdad de oportunidades establecidos en la política de selección de MAPFRE.
- Incorporación de los principios de igualdad de oportunidades y no discriminación en la norma de formación.
- Realización de acciones de formación y sensibilización en materia de igualdad de oportunidades dirigidas a las personas que participan en procesos de promoción y selección de trabajadores.
- Realización de las acciones formativas a mandos intermedios y directivos en materia de igualdad y conciliación.
- Análisis individualizado de la necesidad de formación y de reciclaje profesional de aquellas personas que se reincorporan a la empresa tras el ejercicio de los derechos de maternidad y paternidad o de las que se reincorporan tras una baja médica de larga duración.
- Campaña de comunicación dirigida a proteger la maternidad.
- Buzón específico para sugerencias en materia de igualdad y conciliación a disposición de toda la plantilla.



Cartel del programa Actitud

Por otra parte, en MAPFRE 39 mujeres ocupan puestos de Alta Dirección o puestos en Consejos de Dirección. En la siguiente tabla se muestra el porcentaje de mujeres en puestos de dirección/ jefatura.

| ÁREAS GEOGRÁFICAS | Porcentaje de mujeres en puestos de dirección/ jefatura | Porcentaje de altas de mujeres sobre total de altas |
|--|---|---|
| ESPAÑA | 21% | 71% |
| AMÉRICA | 41% | 58% |
| OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía). | 31% | 53% |

Acoso moral y sexual en el trabajo

MAPFRE vela por garantizar un entorno laboral libre de acoso en el que se respete la dignidad de las personas.

El acoso psicológico, el acoso sexual y el acoso por razón de sexo contaminan el entorno laboral, pueden tener un efecto negativo sobre la salud, el bienestar, la confianza, la dignidad y el rendimiento de las personas que lo padecen y vulneran el derecho al trabajo en condiciones de igualdad y no discriminación, el derecho a la integridad física y psíquica, a la intimidad, la dignidad y la libertad sexual.

MAPFRE dispone de mecanismos que permiten evitar situaciones de esta naturaleza y, si éstas se produjeran, dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo. Los principios y pautas de actuación para prevenir y corregir este tipo de conductas están recogidos en el Protocolo para la Prevención y Tratamiento del Acoso en la empresa.

Actualmente el protocolo de acoso está implantado en los 46 países en los que MAPFRE está presente.

Durante este ejercicio se han recibido 5 denuncias de acoso, que han sido resueltas a través del procedimiento interno previsto. Todas las personas que han conformado los equipos instructores han recibido formación específica en la materia.

Conciliación de la vida personal y laboral

MAPFRE considera que el desarrollo integral de sus empleados es positivo tanto para ellos como para la empresa, por lo que facilita a los empleados recursos encaminados a lograr un adecuado equilibrio entre sus responsabilidades personales y las derivadas de su trabajo en la empresa.

En concordancia con la cultura y principios institucionales y empresariales, MAPFRE cuenta con una política activa y estructurada en materia de conciliación que:

- Facilita el equilibrio entre el ámbito laboral y el personal de los empleados
- Incrementa el compromiso de los empleados con la empresa y su satisfacción y bienestar personal y profesional
- Atrae y fideliza talento
- Favorece la productividad

Asimismo, existen numerosas medidas para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Flexibilidad en el horario de entrada y salida.
- Trabajo a tiempo parcial
- Reducción de jornada por motivos de salud, por cuidado de hijos y familiares, y para empleados mayores de 60 años
- Permisos por motivos personales o familiares (embarazo, matrimonio, traslado de domicilio, exámenes, consulta médica, incidencia familiar grave, adopción...)
- Descansos por maternidad y paternidad, y adopción o acogimiento
- Excedencias por motivos familiares y de estudio

El siguiente cuadro refleja el número de empleados que se han beneficiado de alguna de estas medidas en 2012:

| MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL | Nº EMPLEADOS | | |
|--|--------------|---------|--|
| | ESPAÑA | AMÉRICA | OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía) |
| Horario laboral flexible | 7.067 | 5.888 | 621 |
| Trabajo a tiempo parcial | 452 | 3.500 | 141 |
| Jornada laboral reducida | 759 | 422 | 30 |
| Tele trabajo | 91 | 43 | 81 |
| Permisos retribuidos y no retribuidos | 7.555 | 5.095 | 1.605 |
| Excedencias por motivos personales o estudios | 18 | 3 | 340 |
| Programa integración empleados tras un permiso de larga duración | -- | 3 | 8 |

Alcance: Grupo MAPFRE

Comunicación con los empleados y relación empresa y trabajadores

MAPFRE mantiene diferentes canales de comunicación con sus empleados, a través de los cuales transmite los objetivos y la estrategia del Grupo.

Los canales más frecuentes de comunicación con los empleados en MAPFRE son la intranet, el correo electrónico, los boletines digitales y las revistas (El Mundo de MAPFRE, revista global para todos los empleados en el mundo, y las revistas editadas en los diferentes países en los que el Grupo está presente).

MAPFRE pone a disposición de los empleados recursos y herramientas, como buzones, encuestas, blogs y foros, para conseguir una comunicación bidireccional y recibir sus comentarios y sugerencias.

MAPFRE cuenta con zonas para el empleado dentro de la intranet de la Entidad, donde se publica la información sobre gestión de personas, que incluye tanto noticias de interés como información sobre normativa interna de la empresa. A través de dicha herramienta se accede al Autoservicio del Empleado, que permite a los empleados, entre otras gestiones, la actualización de sus datos, la petición de beneficios sociales, la solicitud de vacantes o la realización de la evaluación del desempeño anual.

Como ejemplo, en España se han publicado en esta zona 200 noticias, se han realizado 67.111 gestiones a través del Autoservicio, y se ha respondido a 7.301 consultas a través del Buzón de Consultas del Empleado.

Representantes de los trabajadores

MAPFRE mantiene una línea de máximo respeto a los derechos de los trabajadores en materia sindical y de negociación colectiva, de acuerdo con la normativa aplicable en cada país, además de mecanismos de diálogo permanentes con sus representantes sindicales. MAPFRE reconoce a la representación sindical como parte interesada de sus trabajadores.

En MAPFRE hay 23.617 empleados cubiertos por convenios colectivos en 18 países, un total de 66,4 por 100 de plantilla representada.

En España, en el año 2012 la representación sindical de las empresas de seguros del Grupo alcanzaba al 95,6 por 100 de la plantilla. Los principales canales de comunicación con la representación legal de los trabajadores son las Comisiones establecidas por Convenio Colectivo, en concreto la Comisión Mixta, la Comisión de Desarrollo Profesional, la Comisión de Igualdad de Oportunidades y el Comité de Seguridad y Salud. Cada Sección Sindical dispone de un espacio en la intranet para insertar las comunicaciones que considera oportunas, y de una cuenta de correo electrónico. En el año 2012 se han realizado 37 comunicaciones. Los representantes de los trabajadores han dispuesto de un total de 115.845 horas, y de una subvención de 79.104 euros para la realización de sus actividades.

Salud y seguridad en el trabajo

MAPFRE ha asumido en su Código Ético y de Conducta el compromiso de proporcionar entornos de trabajo seguros y saludables, garantizando el derecho de las personas a la protección de su salud e integridad.

En todos los países en los que el Grupo está presente se desarrollan numerosas iniciativas en materia de salud y bienestar alineadas con el Mapa de Riesgos de la compañía.

A tal efecto, la empresa dispone de los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad preventiva y de promoción de la salud e imparte formación a sus empleados en esta materia.

Prevención

La empresa asume un modelo de prevención participativo, basado en el derecho de los trabajadores a participar activamente en todo aquello que pueda afectar a su seguridad y salud en el trabajo, para lo cual, se dispone de los cauces representativos establecidos legalmente. En el conjunto del Grupo, un total de 27.435 empleados están representados en comités de salud y seguridad conjuntos dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.

La acción preventiva se desarrolla de acuerdo con el plan de prevención específico de cada empresa del Grupo, y abarca las especialidades de medicina del trabajo, seguridad en el trabajo, higiene industrial y ergonomía, y psicología aplicada. Esta acción preventiva está integrada en la gestión general de la empresa, que establece responsabilidades en materia de prevención en todos los niveles jerárquicos de la misma.

En España, además de existir una Política de Prevención de Riesgos Laborales, MAPFRE cuenta con un Servicio de Prevención Mancomunado, que es el órgano asesor de la empresa en esa materia. El sistema general de gestión de la prevención de MAPFRE en España ha sido auditado en tres ocasiones por una entidad independiente, tal y como establece la normativa vigente, con resultado favorable en las tres auditorías.

Anualmente se realizan evaluaciones generales de riesgos en los centros de trabajo abarcando las disciplinas preventivas de Seguridad en el Trabajo, Higiene Industrial, Ergonomía y Psicología Aplicada. En el año 2012, en España se han realizado 55 evaluaciones de riesgos y 60 estudios específicos de puestos y lugares de trabajo. La participación de los representantes de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales se concreta en la actividad de 150 Delegados de Prevención. El Comité de Seguridad y Salud de MAPFRE tutela la seguridad y la salud de 9.949 empleados del ámbito asegurador.

En Colombia se ha impartido formación sobre el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y política de salud ocupacional; se han desarrollado planes de emergencia y análisis de vulnerabilidad, investigaciones de accidentes y matriz de patologías públicas, así como programas de riesgo psicosocial y de seguridad vial.

En Perú, por su parte, se ha elaborado el reglamento de Seguridad y Salud ocupacional y se ha impartido formación a brigadistas en primeros auxilios, evacuación y control de incendios.

Los datos de accidentes laborales y enfermedad común en el Grupo en los dos últimos años, han sido los siguientes:

| ÁREAS GEOGRÁFICAS | 2012 | | | | 2011 | | | |
|---|---------|---------|--------------|---------|---------|---------|--------------|---------|
| | ESPAÑA | | OTROS PAÍSES | | ESPAÑA | | OTROS PAÍSES | |
| | H | M | H | M | H | M | H | M |
| Nº de accidentes laborales | 39 | 52 | 158 | 203 | 62 | 75 | 125 | 159 |
| Nº total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común | 132.261 | 393.974 | 337.372 | 597.332 | 159.374 | 354.196 | 208.285 | 514.391 |
| Nº de horas perdidas por accidente laboral | 5.533 | 6.147 | 26.723 | 25.512 | 10.797 | 9.110 | 27.733 | 21.615 |
| % de horas perdidas sobre total de horas teóricas | 1,5% | 4,7% | 1,8% | 2,4% | 1,8% | 5,7% | 1,4% | 2,5% |

Alcance: Grupo MAPFRE

La mayor parte de las bajas laborales por accidentes de trabajo se deben a accidentes de tráfico, por ello MAPFRE en colaboración con el Instituto de Seguridad Vial de la FUNDACIÓN MAPFRE, realiza acciones de formación e información, para los empleados, sobre prevención de accidentes de tráfico in itinere.

Promoción de la salud

MAPFRE apuesta por la promoción de la salud de sus empleados en un entorno que va más allá de lo prescrito por la normativa.

MAPFRE cuenta con un Área de Asistencia y Promoción de la Salud, cuyo objetivo es optimizar la atención en el ámbito de la salud del colectivo de MAPFRE, estableciendo cauces y procedimientos de asesoramiento y apoyo médico y psicológico a directivos y empleados. Este servicio representa un valor añadido para las personas que trabajan en la empresa, y repercute en su mejor funcionamiento.

En todos los países se realizan Campañas de promoción de la salud, fundamentalmente destinadas a cubrir los principales riesgos identificados en la compañía, fundamentalmente, relativos a hábitos saludables, nutrición, adicciones, gestión de estrés y escuela de espalda.

Algunas de las campañas que se han realizado han sido las siguientes:

— **España:** Campaña síndrome metabólico, campaña de vacunación de la gripe, tétanos y difteria, campaña de información y prevención del cáncer, campaña de alimentación saludable, campaña de información y prevención de las adicciones, campaña de intervención en gestión de estrés. Se han instalado desfibriladores semiautomáticos en los principales centros de trabajo.



Instalación de desfibriladores en 26 centros de trabajo

— **Colombia:** Programa de prevención del alcoholismo y drogadicción, semana de la salud, programa de prevención de obesidad y riesgo cardiovascular.

— **México:** Campañas MAPFRE cuida tu salud y Pregúntale al médico.

— **Brasil:** Campañas Blitz Portugal (Riesgos ergonómicos y control de las enfermedades osteomusculares), Blitz DST (enfermedades de transmisión sexual y sida) y Blitz alcoholismo y tabaquismo.

— **Puerto Rico:** Programa de educación y bienestar MAPFRE cuida de ti; portal de Salud MAPFRE FIT y programa educativo Un Embarazo Saludable.

— **USA:** Programa Ready, set, go (bienestar, programa diabetes, detección y prevención del cáncer de piel, hábitos saludables de alimentación y gestión del estrés).

En la revista EL MUNDO DE MAPFRE se han publicado los siguientes artículos: "Salud laboral y seguridad vial", "Código Europeo contra el cáncer", "Cuida tu espalda" y "Alimentación, deporte y discapacidad".

Actividades sociales

MAPFRE considera que las actividades sociales constituyen una parte del "salario emocional" del empleado, entendido como variable retributiva compuesta por conceptos no económicos, destinados a satisfacer necesidades e intereses de tipo personal, familiar y profesional del empleado, al objeto de mejorar de forma global su bienestar y calidad de vida y la de su entorno.

Los beneficios derivados de las actividades sociales organizadas por la empresa son múltiples. Podemos reseñar:

- Incrementa la motivación y compromiso del empleado con la empresa.
- Se consideran medidas de conciliación de la vida laboral y personal muy apreciadas y valoradas.
- Elemento integrador en la empresa: facilita el conocimiento y la relación de personas de diferentes ámbitos de la empresa y niveles jerárquicos.
- Permite compartir actividades de ocio, deporte y cultura.
- Mejora la imagen de la compañía y refuerza el orgullo de pertenencia.

Las actividades sociales que se desarrollan en MAPFRE están dirigidas tanto a empleados como a sus familiares, algunas tienen ámbito internacional y otras son locales. Las principales actividades son las siguientes:

- Actividades deportivas

- Actividades culturales

— Ofertas y descuentos para empleados en productos y en la contratación de servicios comercializados por entidades de MAPFRE y otras entidades externas

- Concursos

- Fiestas

- Jornadas de puertas abiertas

En el año 2012 18.828 empleados y familiares participaron en diferentes actividades sociales.

Voluntariado corporativo

MAPFRE promueve el Voluntariado Corporativo de sus empleados y cuenta con un Programa General de Voluntariado Corporativo que establece las líneas básicas para el desarrollo de los Planes Locales de Voluntariado.

El Programa se lleva a cabo con FUNDACIÓN MAPFRE a través de las actividades de voluntariado que ésta diseña, organiza y desarrolla en 20 países de América, Asia y Europa: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Turquía, Uruguay y Venezuela.



Formación sobre el programa Actitud

En el 2012, el voluntariado contó con 17.293 participaciones de empleados en 345 actividades sociales y medioambientales, a través de jornadas, campañas solidarias e iniciativas sociales de los empleados, invirtiendo 4.056 de horas y beneficiando a más de 107.000 personas en riesgo de exclusión social o con discapacidad.

Las actividades fueron de ámbito local e internacional, destacándose el mes de noviembre como el "Mes Solidario MAPFRE".

El voluntariado se lleva a cabo principalmente con las entidades con las cuales se tiene convenios de colaboración para proyectos en España y de cooperación al desarrollo, a través del Programa Formando Comunidad del Instituto de Acción Social de FUNDACIÓN MAPFRE.

Los empleados también participaron en 1.832 horas de formación presencial y *e-learning* sobre diferentes temas relacionados con la actividad solidaria.

El voluntariado corporativo se consolida como uno de los programas dirigidos a empleados que tiene mayor repercusión en la Sociedad, donde los empleados canalizan su espíritu solidario, a través de actividades sociales impulsadas por la empresa en la que desarrollan su actividad diaria, beneficiando a su entorno inmediato.

MAPFRE y sus clientes

Uno de los principales objetivos de MAPFRE es satisfacer las necesidades de sus clientes, a través de servicios y prestaciones de alta calidad. Este compromiso se articula mediante una amplia oferta dirigida a particulares y a empresas, y una profesionalizada red comercial, que distribuye los productos de MAPFRE a través de múltiples canales.

La penetración de MAPFRE en la población española se eleva hasta el 14,2 por 100 y la fidelidad de los clientes queda patente en el hecho de que el 57 por 100 tienen productos de MAPFRE desde hace más de seis años. El objetivo del Grupo es incrementar el número de clientes, fidelizar a los ya existentes y aumentar su vinculación con MAPFRE potenciando la venta cruzada de sus productos. De hecho, ya más de 1,4 millones de clientes particulares tienen productos de diferentes áreas de negocio de la empresa.

La amplia oferta de productos y servicios hace que el perfil del cliente del Grupo sea muy diverso, incluyendo tanto personas físicas como jurídicas, y dentro de éstas tanto pequeñas y medianas empresas como grandes grupos industriales o financieros.

MAPA DEL CLIENTE-ASEGURADO DE MAPFRE

| | | |
|------------------------------|--|--|
| NEGOCIO DE AUTOMÓVILES | Casi 13 millones de automóviles asegurados | Casi 10 millones de clientes |
| NEGOCIO DE HOGAR | Más de 4 millones de hogares asegurados | Más de 4 millones de clientes |
| NEGOCIO DE VIDA E INVERSIÓN | Más de 2 millones de pólizas | Más de 1 millón de partícipes en fondos de inversión y planes de pensiones |
| NEGOCIO DE SALUD | Más de 900.000 pólizas de Salud | Casi 2 millones de personas con seguro de Salud |
| NEGOCIO DE DECESOS | Más de 2 millones de pólizas | Más de 4 millones de personas aseguradas |
| NEGOCIO DE ASISTENCIA | Más de 90 millones de asegurados | Más de 195 millones de beneficiarios |
| NEGOCIO DE EMPRESAS | Casi 2 millones de empresas aseguradas | Más de 2 millones de pólizas |
| NEGOCIO DE GLOBAL RISKS | 3.000 empresas aseguradas | Casi 6.000 pólizas |
| NEGOCIO DE CAUCIÓN Y CRÉDITO | Más de 63.000 empresas aseguradas | Más de 118.000 pólizas |
| NEGOCIO DE REASEGURO | 1.565 compañías cedentes de 104 países | |

En el ejercicio 2012, las entidades aseguradoras de MAPFRE han pagado en conjunto prestaciones por importe de 11.376,57 millones de euros con incremento del 2,21 por 100 respecto a 2011, de acuerdo con el siguiente detalle:

| UNIDADES | PRESTACIONES | | |
|-----------------------------|------------------|------------------|---------------|
| | 2012 | 2011 | VARIACIÓN (%) |
| SEGURO ESPAÑA | | | |
| MAPFRE FAMILIAR | 2.552,68 | 2.646,93 | (3,56) |
| EMPRESAS | 387,17 | 376,87 | 2,73 |
| VIDA | 3.246,22 | 3.254,67 | (0,26) |
| SEGURO INTERNACIONAL | | | |
| AMÉRICA | 3.417,46 | 3.117,68 | 9,62 |
| INTERNACIONAL | 1.368,11 | 1.316,31 | 3,94 |
| NEGOCIOS GLOBALES | | | |
| MAPFRE RE | 0,00 | 0,13 | -- |
| ASISTENCIA | 106,85 | 52,92 | 101,91 |
| GLOBAL RISKS | 298,08 | 365,54 | (18,45) |
| TOTAL | 11.376,57 | 11.131,05 | 2,21 |

IMPORTES EN MILES DE EUROS

Información referida al seguro directo



Call Center de atención al cliente

Canales de atención al cliente

MAPFRE apuesta por la multicanalidad, lo que supone no sólo distribuir sus productos a través de múltiples vías (oficinas, Internet, teléfono, acuerdos con entidades, etc.) sino ofrecer a los clientes la posibilidad de elegir el canal que prefieran para relacionarse con la empresa. Independientemente del canal elegido, la oferta de MAPFRE es idéntica en precio y coberturas en todos ellos.

La comunicación entre MAPFRE y sus clientes se desarrolla a través de los siguientes canales:

— **La RED propia de distribución del Grupo**, que está integrada por 3.069 oficinas en España y 2.321 en los restantes países en que opera, que facilitan una atención personal y directa, y cuya acción se complementa con la colaboración de un elevado número de delegados, agentes y corredores (17.160 en España y 44.885 en el exterior).

En España, a lo largo de 2012, se ha implantado el nuevo modelo de organización operativa, aprobado a finales de 2011, y cuyo

objetivo es mejorar la orientación al cliente y aprovechar las sinergias para incrementar la eficiencia. Para ello, la recién creada Dirección General Comercial ha impulsado la actuación coordinada en todos los canales (red agencial, canal bancaseguros, corredores, canal de mediación agropecuaria, canal de la red específica de Vida y el resto de canales) y potenciado su desarrollo con el fin de dar respuesta a la compleja realidad multicanal del Grupo.

— **Oficinas bancarias** (4.049 en España y 5.426 en otros países) de entidades con las que el Grupo tiene establecidas alianzas o acuerdos para la comercialización de sus productos.

— **Personal** altamente cualificado para dar respuesta a los clientes que requieren una atención especializada (industrias y grandes riesgos industriales, sector agrario, productos de ahorro, etc.), con el apoyo de equipos de los Servicios Centrales con gran experiencia, amplia formación y conocimiento de los mercados internacionales.

— **Plataformas telefónicas** que proporcionan una atención permanente durante las veinticuatro horas todos los días del año, y que permiten a los clientes realizar consultas y gestiones relacionadas con los seguros que tienen contratados, y obtener servicios relacionados con los mismos. Merecen destacarse los siguientes aspectos de su actividad en 2012:

— **Ocho call centers** en España, que funcionan como un único centro virtual (SI24) garantizando que las llamadas son atendidas por el gestor idóneo, independientemente de la sede en la que esté ubicado. En este centro, el cliente puede hacer cualquier gestión relacionada con sus seguros.

La compañía de venta directa del Grupo, VERTI, cuenta asimismo con un centro telefónico propio situado en Madrid, desde el que se presta servicio a sus asegurados.

En el ejercicio 2012, el número total de llamadas atendidas por los centros telefónicos ha ascendido a 25.987.768 (10.874.096 en España y 15.113.672 en el exterior), un 10,4 por 100 más que el año anterior. El siguiente cuadro refleja de forma esquemática los servicios prestados en 2012 y 2011:

| | LLAMADAS POR TIPO DE SERVICIO en % | | | | | | | |
|-------------|------------------------------------|------|---------------------------|------|------------------|------|-------|------|
| | SOLICITUD DE INFORMACIÓN | | TRAMITACIÓN DE SINIESTROS | | CAMBIOS DE DATOS | | OTROS | |
| | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 |
| ARGENTINA | 41,4 | 37,4 | 44,0 | 36,3 | 11,4 | 13,2 | 3,2 | 13,1 |
| BRASIL | 32,1 | 37,2 | 30,4 | 35,8 | 0,0 | N.D. | 37,5 | 27,0 |
| CHILE | 63,0 | 60,0 | 36,0 | 38,0 | 1,0 | 1,0 | N.D. | 1,0 |
| COLOMBIA | 61,0 | 56,9 | 2,0 | 35,0 | 0,0 | 0,0 | 37,0 | 8,1 |
| EE.UU. | 34,0 | 34,3 | 15,6 | 17,1 | 49,8 | 43,3 | 0,6 | 5,3 |
| ESPAÑA | 20,0 | 19,8 | 70,0 | 69,7 | 2,0 | 2,0 | 8,0 | 8,5 |
| MÉXICO | 30,0 | 29,0 | 60,0 | 67,0 | 3,0 | 1,0 | 7,0 | 3,0 |
| PERÚ | 40,0 | 40,0 | 46,0 | 41,0 | 4,0 | 1,0 | 10,0 | 18,0 |
| PUERTO RICO | 58,0 | 64,0 | 12,0 | 12,0 | 10,0 | 12,0 | 20,0 | 12,0 |
| PORTUGAL | 30,2 | 41,5 | 43,7 | 46,1 | 3,5 | 4,1 | 22,6 | 8,3 |
| TURQUÍA | 44,0 | 6,7 | 37,0 | 83,0 | 6,0 | 0,0 | 13,0 | 10,3 |
| VENEZUELA | 5,6 | 6,7 | 76,3 | 71,0 | 0,0 | 0,0 | 18,1 | 22,3 |

Por otra parte, la red de plataformas telefónicas de MAPFRE ASISTENCIA, atendieron en 2012 un total de 19.794.940 llamadas, un 9,8 por 100 más que en 2011.

En conjunto, en los servicios de atención telefónica a clientes trabajan 7.171 empleados (6.013 en 2011), de los que 946 lo hacen en España y 6.225 en otros países.

— **Portal MAPFRE y Oficina MAPFRE Internet**, a través de ambos canales, que incluyen elementos diferenciadores de cada país con el fin de adaptarse a las particularidades de cada mercado y a las distintas redes de distribución, los clientes pueden relacionarse con el Grupo. Entre las operaciones que se pueden realizar destacan las de consultar sus pólizas, notificar siniestros, cambiar datos personales o bancarios, pedir duplicados de documentos y consultar comunicaciones o avisos de cobro.

Globalidad de la oferta

Uno de los objetivos de MAPFRE es ofrecer a sus clientes una gama completa de productos y servicios para la prevención y cobertura de sus riesgos personales y empresariales, y para solucionar sus necesidades de ahorro y previsión personal y familiar.

Para desarrollar esta oferta, MAPFRE impulsa de forma sistemática el diseño de nuevos productos y servicios innovadores. La innovación se ha convertido en un pilar estratégico en MAPFRE, que permite mejorar el negocio, incrementar la eficiencia y ofrecer una mejor atención a los clientes. Con el fin de integrar a toda la organización en este proceso, se han diseñado herramientas específicas que permiten canalizar la capacidad creativa e innovadora de todos sus empleados.

Por otra parte, en España se ha avanzado en la tipificación del cliente MAPFRE, con el objetivo de realizar acciones diferentes en función de las características específicas de cada tipología.

La oferta de MAPFRE incluye productos y servicios específicos para cada segmento de clientes, entre los que destacan:

- Asesoramiento integral en el ámbito asegurador, prestado por expertos especializados en distintas áreas de negocio a través de las diferentes canales de relación con el cliente.
- Orientación, asesoramiento, y en su caso gestión de una amplia gama de servicios: jurídicos, asistenciales y médicos, entre otros.
- Tramitación de siniestros, atendidos por una amplia red de profesionales, tanto para la reparación de los daños derivados de aquéllos, como para dar soluciones a necesidades propias de los clientes.
- Puesta en marcha de acciones de venta cruzada y de fidelización de clientes en todas las entidades del Grupo.
- Descuentos en función del número de productos contratados con la entidad.
- Centros propios (100) de peritación y pago rápido de siniestros de automóviles, con profesionales formados en las técnicas más

avanzadas, y cinco talleres propios (tres en España, uno en Puerto Rico y otro en Turquía) para la reparación de los vehículos siniestrados.

— Centros de investigación y desarrollo de sistemas de prevención de accidentes de circulación y de reparación de vehículos (CESVIMAP) en España, Argentina, México, Brasil, Colombia y Francia, cuyas investigaciones sobre equipos, herramientas, materiales y productos que se emplean en dichas reparaciones son una referencia para el mantenimiento de la seguridad.

— Asesoramiento especializado en la actualización de los capitales suscritos y evitar así el infraseguro.

— Policlínicos de Salud (12) para prestar asistencia sanitaria y especialidades médicas.

— Centros médicos para la atención de accidentados de tráfico (cinco con área de rehabilitación), y de los asegurados de Asistencia desplazados (uno en República Dominicana, uno en El Salvador y dos en Honduras).

— Asesoramiento personalizado y nuevos productos y servicios para la generación e inversión del ahorro personal y familiar, con especial orientación al ahorro-previsión.

— Segmentación del negocio de empresas en cuatro grupos: microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas y grandes empresas, para ofrecer un servicio especializado y acorde a las características específicas de cada segmento.

— Centros de gestión de negocio de empresas (11), en los que se atienden a las compañías de forma integral.

— Acciones técnico-comerciales para ayudar a las pymes a mejorar sus coberturas aseguradoras, su seguridad y la gerencia de sus riesgos.

— Productos especialmente diseñados para los negocios globales, lo que permite prestar un servicio integral y especializado de máxima calidad y eficiencia, con coberturas y servicios de ámbito multinacional a través de la amplia red de entidades de MAPFRE en 46 países.

— Colaboración con instituciones y organismos en la elaboración de análisis de riesgos y desarrollo de programas de simulación de accidentes de tráfico, entre otros.

Novedades 2012

— Lanzamiento del nuevo programa de fidelización “Cuidamos tu empresa”, que incluye, entre otros, asesoramiento fiscal para este segmento de clientes.

— Lanzamiento de “MAPFRE en tu Smartphone”, que permite acceder a determinados servicios del Grupo, y aplicaciones móviles específicas para el seguro YCAR y para la póliza ecológica, que permiten al cliente consultar información sobre sus hábitos de conducción.

— Incorporación del servicio de localización de sanciones de tráfico y asesoramiento sobre el procedimiento y alternativas para su gestión.

— Incorporación en los seguros de Hogar de la cobertura de reparación gratuita de electrodomésticos de línea blanca.

— Incorporación en los seguros de Comunidades y de Propietarios de edificios de viviendas servicios de control de plagas (desratización, desinsectación y desinfección), convirtiéndose en la única aseguradora que ofrece en España este servicio de prevención de riesgos relacionado con la salud pública.

— Mejora de los seguros de Salud con incorporación gratuita de los servicios telefónicos de orientación pediátrica y psicológica.

— Puesta en marcha de un nuevo Centro de Peritación de Automóviles y Pago Rápido en Canarias y tres nuevos Centros de Servicio del Automóvil (en Palma de Mallorca, Pamplona y Castellón).



Fidelización

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vinculación con el Grupo, MAPFRE lleva a cabo diferentes acciones de fidelización y venta cruzada, teniendo en cuenta que cada cliente o asegurado requiere una gestión distinta adaptada a sus necesidades. Para ello, se han desarrollado propuestas de servicio de valor añadido, dirigidas a más de 4 millones de clientes, de los que casi 2 millones son socios de *teCuidamos* y de *Cuidamos tu empresa*, dos de los programas de fidelización del Grupo. Estos programas incluyen promociones, descuentos y ofertas exclusivas para los socios, mediante conciertos con establecimientos colaboradores y permiten obtener ahorro en sus seguros a través de «tréboles» (puntos canjeables) utilizando la tarjeta de *teCuidamos*.

MAPFRE desarrolla asimismo una permanente labor de investigación para diseñar nuevos productos. En el siguiente cuadro se incorporan los productos lanzados al mercado en 2012.

Nuevos productos y servicios 2012*

* No se incluyen las modificaciones o mejoras de productos ya existentes y comercializados

SECTOR DE SEGURO: AUTOMÓVILES

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|----------------------|--|
| ARGENTINA | Renovación de la gama de seguros de Motocicletas Rápida Presencia: Cobertura incluida en el seguro de Automóviles que incluye el envío de motocicletas a recoger a los conductores que han sufrido un siniestro |
| BRASIL | Inclusión de nuevas coberturas en los seguros de Automóviles |
| COLOMBIA | 127 Trébol Básico: Seguro de Automóviles, que incluye, entre otras coberturas, Responsabilidad Civil y Asistencia Jurídica |
| EL SALVADOR | Elite: Seguro de Automóviles |
| ESPAÑA | Póliza Ecológica: Seguro para vehículos ecológicos, híbridos y eléctricos, que incorpora un sistema exclusivo de pago por uso, que premia la conducción ecológica y eficiente Seis Ruedas: Póliza que permite unificar el seguro de Automóvil y Motocicleta en uno solo |
| MÉXICO | Seguro de Automóviles |
| PARAGUAY | MAPFRE 100: Seguro de Automóviles a Todo Riesgo |
| PUERTO RICO | Renovación de la gama de seguros de Automóviles |
| REPÚBLICA DOMINICANA | Trébol Plus: Seguro de Automóviles |

SECTOR DE SEGURO: VIDA, INVERSIÓN Y AHORRO

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|-------------|--|
| ARGENTINA | Ingreso mensual y Ahorro Efectivo: Seguros de Vida, que incluye, entre otras, coberturas de invalidez |
| BRASIL | Renovación de la gama de seguros de Vida y Planes de pensiones |
| COSTA RICA | Renovación de la gama de seguros de Vida |
| EL SALVADOR | De Por Vida: Seguro de Vida |
| ESPAÑA | Garantía 16: Seguro de Ahorro a prima única vinculado a la evolución del Euribor a tres meses PIAS Ahorro Seguro Garantía Activa: Plan Individual de Ahorro Sistemático a prima periódica, con cobertura de fallecimiento Renta Selección PIAS: Seguro de Rentas vitalicias Millón Vida: Seguro de Ahorro a prima única a cuatro años MAPFRE Puente Garantía 1: Fondo de inversión garantizado, cuya rentabilidad está vinculada a la evolución del Eurostoxx 50 MAPFRE Puente Garantía 3: Fondo de inversión garantizado a cuatro años, con una rentabilidad mínima acumulada del 4 por 100 al vencimiento |

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|--------------------------|--|
| ESPAÑA (continuación) | MAPFRE Puente Garantía 5: Fondo de inversión garantizado, cuya rentabilidad también está garantizada al vencimiento del mismo |
| | MAPFRE Puente Garantía 10: Fondo de inversión garantizado, que invierte en renta fija |
| MÉXICO | Seguro Dotal: Seguro de Ahorro a cinco años |
| PANAMÁ | Seguro Educativo: Seguro de Ahorro, con cobertura en caso de fallecimiento |
| PERÚ | Vida Ripley: Seguro de Vida |
| PORTUGAL | Renovación de la gama de seguros de Vida y Fondos de inversión |
| PUERTO RICO | Seguro Escolar: Seguro de Vida |

SECTOR DE SEGURO: SEGUROS PATRIMONIALES

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|------------|--|
| BRASIL | Inclusión del servicio de Asistencia Informática en los seguros de Hogar |
| | Crédito Protegido Estoque: Seguro que incluye protección de pagos |
| | MAPFRE Garantía Fiator: Seguro de protección de pago de alquiler |
| COSTA RICA | Seguro de Desempleo: Póliza que incluye cobertura de protección de pago de créditos en caso de desempleo del asegurado |
| ESPAÑA | Servicio de reparación de electrodomésticos: Cobertura gratuita incluida en los seguros de Hogar que incluye, entre otros servicios, desplazamiento, piezas y mano de obra |
| | Servicio de control de plagas: Incorporación del servicio de desratización, desinsectación y desinfección en las pólizas de Comunidades y de Propietarios de edificios de viviendas |
| | +Perros: Seguro para mascotas, que incluye entre otras, coberturas de Responsabilidad Civil, defensa jurídica y servicios asistenciales |
| HONDURAS | Seguro de Desempleo: Póliza que incluye cobertura de protección de pago en caso de desempleo del asegurado |
| MALTA | Seguro para Pymes: Póliza que incluye, entre otras coberturas, Responsabilidad Civil y accidentes personales |
| | Seguro financiero: Póliza que eleva la indemnización y garantiza el pago del capital e intereses pendiente de amortizar en caso de que el vehículo sea declarado siniestro total |
| | Seguro de Protección de pagos: Póliza que ofrece cobertura en el caso de uso fraudulento de tarjeta de crédito por robo |
| MÉXICO | Agrícola Tricapa: Seguro agrario que incluye cobertura por daños catastróficos |
| | SeguPyme: Seguro para comercios, que incorpora servicio de asistencia informática y asesoría fiscal, entre otros |

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|----------------------|--|
| PARAGUAY | Incorporación de nuevas coberturas en los seguros de Hogar |
| PUERTO RICO | MAPFRE PET: Seguro de mascotas |
| REPÚBLICA DOMINICANA | Multirriesgo Condominio: Seguro para edificios administrados en régimen de condominio |
| TURQUÍA | SME: Seguro que incluye coberturas de Responsabilidad Civil y robo, entre otras |

SECTOR DE SEGURO: EMPRESAS

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|------------|---|
| BRASIL | Renovación de la gama de seguros agrícolas, que incluyen, entre otras coberturas para plantaciones de eucalipto, café, maíz o algodón, así como los bienes relacionados con las actividades agrícolas, ganaderas y forestales |
| COSTA RICA | Renovación de la gama de seguros de Empresas |
| ESPAÑA | Seguro integral gestorías y asesorías: Seguro para gestorías administrativas y asesorías laborales y fiscales, que presta servicios de asesoramiento y gestión ante las Administraciones Públicas |
| PERÚ | MAPFRE Empresas 24 horas: Seguro multirriesgo para pequeñas y medianas empresas |
| PORTUGAL | Responsabilidad Civil Ambiental Express: Seguro que incluye, entre otras, coberturas de Responsabilidad Civil y administrativa derivada de daños causados al medioambiente |
| URUGUAY | Leasing Maquinarias Muebles y Útiles: Seguro ligado a operaciones de leasing que incluye, entre otras, coberturas de incendio |

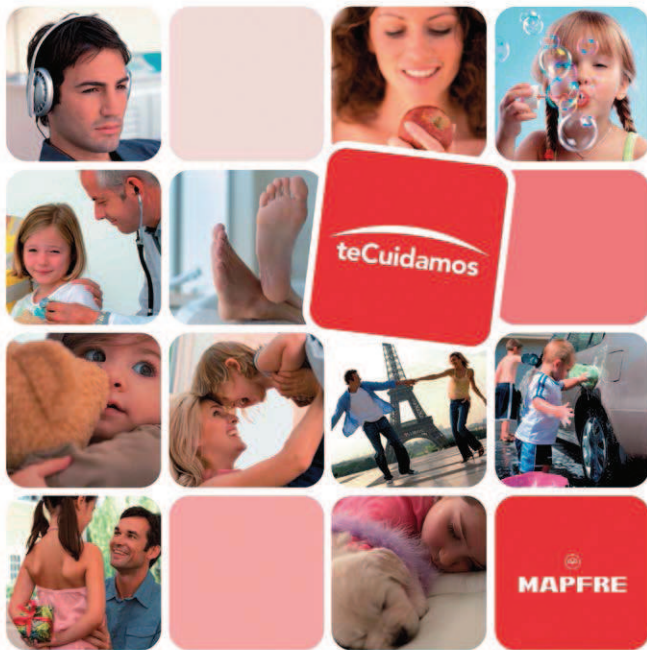
SECTOR DE SEGURO: SEGUROS PERSONALES

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|------------|--|
| ARGENTINA | Integral Salud: Seguro de Salud que incluye cobertura por enfermedades graves y operaciones de trasplantes de órganos |
| BRASIL | MAPFRE Decessos Você Tranquil: Seguro de Decesos |
| COSTA RICA | Renovación de la gama de seguros de Accidentes |
| | Seguro Auto Expedible Enfermedades Graves: Seguro de Salud, que incluye, entre otras coberturas, indemnización por hospitalización |
| | Seguro Colectivo para Gastos por Servicios de Atención Médica-Hospitalaria: Seguro de Salud, que incluye cobertura de enfermedad, accidentes y hospitalización, entre otras |
| | Seguro Recuperación Médica: Seguro de Salud, que incorpora, entre otras, coberturas de tratamiento médico u operaciones quirúrgicas |
| ESPAÑA | Sport Salud: Póliza de Salud destinada a personas que practiquen deporte de forma habitual que incluye servicios de valor añadido |

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|----------------------|---|
| PARAGUAY | Accidentes Personales: Incorporación de nuevas coberturas en los seguros de Accidentes |
| PERU | Centro Médico Chiclayo Salud: Seguro de Salud, que incluye indemnización por hospitalización |
| PORTUGAL | Renovación de la gama de seguros de Accidentes |
| PUERTO RICO | Renovación de la gama de seguros de Salud |
| | Vida Creciente: Seguro de Decesos |
| | Cáncer Grupal: Seguro de Salud que cubre, entre otras, enfermedades oncológicas |
| REPÚBLICA DOMINICANA | Protección por cáncer y Tranquilidad 365: Seguros de Salud |
| | Programa de Asistencia y Protección Total: Seguros de Accidentes personales |
| URUGUAY | Salud Internacional Colectivo: Seguro de Salud que incluye cobertura de hospitalización en el extranjero |

SECTOR DE SEGURO: ASISTENCIA

| PAÍS | MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS |
|----------|---|
| BAHREIN | Seguro de Asistencia en Viaje para peregrinos a la Meca |
| FRANCIA | Dings&Dents: Seguro que cubre daños de carrocería del vehículo |
| MALTA | Seguro de cancelación de eventos matrimoniales: Cubre los gastos derivados de la cancelación de una boda. |
| MÉXICO | Extensión de Garantía para PC y portátiles: Póliza que incrementa la garantía del fabricante para los ordenadores portátiles |
| PORTUGAL | Seguro de móvil y gadgets portables: Póliza que incorpora indemnización en caso de robo del móvil, uso fraudulento o avería |



El Programa de beneficios de MAPFRE
que ayuda a **ahorrar en el seguro**



Portal de ideas para fomentar la innovación

También hay que destacar que MAPFRE dispone de productos dirigidos a colectivos de bajo nivel de renta, para favorecer su acceso a productos aseguradores. Se trata de seguros de primas reducidas con coberturas limitadas que se distribuyen a través de canales no tradicionales, sobre todo en países de América Latina.

SECTOR DE SEGURO: AUTOMÓVILES

| PAÍS | TIPO DE PRODUCTO Y/O SERVICIO | % SOBRE EL TOTAL DE PRIMAS EN EL RAMO | NºCLIENTES/ASEGURADOS |
|----------------------|---|---------------------------------------|-----------------------|
| BRASIL | AutoMais Responsável: Seguro de Automóviles a Terceros | 0,42 | 36.831 |
| ECUADOR | Auto Exacto: Seguro de Automóviles | 0,51 | 178 |
| PUERTO RICO | Auto Plus y Póliza Trébol: Seguro de Automóviles | 0,04 | 459 |
| REPÚBLICA DOMINICANA | Econotrebol: Seguro de Automóviles | 0,37 | 223 |

SECTOR DE SEGURO: VIDA, INVERSIÓN Y AHORRO

| PAÍS | TIPO DE PRODUCTO Y/O SERVICIO | % SOBRE EL TOTAL DE PRIMAS EN EL RAMO | NºCLIENTES/ASEGURADOS |
|-------------|--|---------------------------------------|-----------------------|
| BRASIL | Fondos de inversión que se pueden contratar por menos de 200 reales brasileños | 6,54 | 2.714 |
| | BB Seguro Vida Agricultura Familiar: Seguro de Vida que cubre el capital pendiente de pago en caso de fallecimiento | 0,04 | 379.393 |
| | VPP - Vida Protegida e Premiada: Seguro de Vida, que incluye, entre otras coberturas, indemnización en caso de hospitalización | 0,06 | 2.468.977 |
| | Seguro Vida Crediamigo: Seguro de Vida con cobertura de Decesos | 0,10 | 163.788 |
| | Agroamigo: Seguro para explotaciones agrícolas | 0,004 | 8.187 |
| | PASI: Seguro de Vida, que incluye, entre otras coberturas, indemnización por incapacidad | 1,28 | 638.407 |
| | Seguro MAPFRE Proteção Financeira: Seguro de Vida que garantiza el pago de las deudas pendientes, en caso de fallecimiento | 2,33 | 2.204.343 |
| COLOMBIA | Seguro de Vida que cubre el riesgo de muerte por cualquier causa, incluyendo homicidio, guerra y terrorismo, fallecimiento por cualquier causa o enfermedad, exceptuando las enfermedades graves y terminales, de conformidad con los periodos y carencias establecidas | 12 | 223.657 |
| EL SALVADOR | Seguro de Vida: póliza de vida asociada a préstamos de pequeña cuantía | 34,43 | 2.690 |
| GUATEMALA | Saldo Deudor FINCA Guatemala: Seguro de Vida que cubre el crédito sin abonar en caso de que el asegurado fallezca | 5,29 | 64.543 |
| MEXICO | Seguro de Vida Voluntario: Seguro de Vida que cubre, en caso de fallecimiento del asegurado, el saldo de los créditos pendientes | 33 | 9.494.132 |
| PERÚ | Vida Ripley: Microseguro comercializado por entidad financiera - retail | 10 | 8.397 |
| URUGUAY | Accidentes personales: Seguro de Vida con coberturas de fallecimiento accidental, incapacidad total o permanente producida por un accidente | ND | ND |

SECTOR DE SEGURO: PERSONALES

| PAÍS | TIPO DE PRODUCTO Y/O SERVICIO | % SOBRE EL TOTAL DE PRIMAS EN EL RAMO | NºCLIENTES/ASEGURADOS |
|-------------|---|---------------------------------------|-----------------------|
| BRASIL | Seguro de Decesos y MAPFRE Decessos Você Tranquil | 0,000006 | 956.973 |
| | Programa Conta Protegida: Seguro de protección de pagos en caso de desempleo | 0,04 | 22.037 |
| COLOMBIA | Seguro de Exequias: Cubre todos los trámites necesarios en el momento del fallecimiento del asegurado: trámites legales, transporte, velatorio, ceremonia, inhumación o cremación, entre otros | 85 | 265.457 |
| | Seguro de Accidentes que cubre fallecimiento accidental, inhabilitación total y permanente, incapacidades temporales generadas por accidentes | 50 | 134.887 |
| | Seguro de Hogar: Seguro modular que se adapta a las necesidades del cliente (viviendas de uso familiar) | 33 | 67.328 |
| | Seguro Odontológico que cubre la atención urgente, el diagnóstico especializado, radiología, periodoncia, cirugía oral y odontopediatría, entre otros | 100 | 3.166 |
| | Seguro Central Médica: Póliza que incluye la orientación médica telefónica, atención médica domiciliaria y traslados médicos de emergencias, entre otros | 8 | 5.787 |
| ESPAÑA | Salud Dental y Salud Elección: Seguros de Salud con coberturas básicas | 1,6 | 98.008 |
| FILIPINAS | KaKAMP: Póliza que incluye coberturas de Vida y No Vida | 2,31 | 25.642 |
| PANAMÁ | Seguro de Decesos: Asistencia Familiar producto de exequias | 0,88 | 6.812 |
| PERÚ | Programa médico de atención ambulatoria primaria en centros médicos propios | 0,60 | 859 |
| PUERTO RICO | Premium Medical Service Card y MAPFRE Hospital Plan: Pólizas de Salud | 2 | 128 |
| TURQUÍA | Seguro médico Suplementario: Póliza de salud | 0,17 | 675 |

Productos y servicios para el riesgo ambiental

MAPFRE contribuye a la gestión eficiente del riesgo medioambiental de la sociedad a través de dos líneas de actuación: las coberturas de riesgos medioambientales, con sus correspondientes procesos de evaluación y control de riesgos, y la puesta en el mercado de productos y servicios que, además de responder a las necesidades de los clientes, generan beneficio para el medio ambiente.

Los productos nuevos creados en 2012 que proporcionan coberturas medioambientales son los siguientes:

- Póliza ecológica: el primer seguro de pago por uso para vehículos eléctricos, híbridos y ecológicos con menos de 120 gr de CO₂/Km., que además incentiva conductas sostenibles.
 - Seguro RC Ambiental: póliza del ramo de seguros de Transportes que proporciona cobertura para la reparación de los daños por contaminación derivados de fugas repentinas y accidentales de productos peligrosos.
 - Póliza que cubre el defecto en ahorro energético obtenido frente al estimado inicialmente en la implantación de instalaciones de LEDs.
- Estos seguros se unen a otros productos medioambientales que el Grupo también comercializa y entre los que destacan:
- Póliza de Responsabilidad Civil Medioambiental diseñada específicamente para la reparación de daños causados al medioambiente.
 - Productos multirriesgo, que combinan las coberturas de reparación de daños causados al medioambiente con la de reclamación de daños por contaminación.
 - Póliza Eco MAPFRE, que ofrece en la renovación un descuento a aquellos clientes que hayan superado la inspección vehicular ambiental.
 - Seguro de Daños y Responsabilidad Civil para centrales solares fotovoltaicas, parques eólicos y plantas de cogeneración.



Agente atendiendo a un cliente

— Seguro de contingencia por falta de sol o viento en plantas de generación fotovoltaica y eólica, respectivamente.

— Póliza para plantaciones forestales, cuyo objetivo es garantizar la repoblación tras un siniestro, a la vez que se favorece la adecuada gestión ambiental de las explotaciones forestales.

— Pólizas de Daños y Responsabilidad Civil para las fases de diseño, construcción, puesta en marcha y explotación de grandes plantas de energías renovables (tanto termosolares como eólicas).

En conjunto, en 2012 se han emitido más de 7.000 pólizas con coberturas relacionadas con aspectos medioambientales, que suponen un volumen de primas superior a 31,5 millones de euros.

Por otra parte, MAPFRE tiene establecidos criterios de aplicación de los procesos de evaluación y control de riesgos medioambientales en sus líneas de negocio. En concreto, la suscripción de riesgos en el campo de la Responsabilidad Civil por daños al Medio Ambiente requiere, en todos los casos, una valoración de riesgos.

Un 2 por 100 de las 1.066 pólizas de Responsabilidad Medioambiental aportadas por MAPFRE al Pool Español de Riesgos Medioambientales han requerido para la toma de decisiones en la suscripción las correspondientes visitas de inspección, en las que se evalúa el riesgo potencial al que el cliente está expuesto, se identifican oportunidades de mejora en su gestión y se le proponen medidas de ingeniería medioambiental o de optimización de la gestión para la reducción de dicho riesgo. Estas actuaciones son desarrolladas a través de ITSEMAP, que ha realizado 21 inspecciones de verificación de riesgo medioambiental.

Además, y en relación a los riesgos derivados del posible incremento de la frecuencia e intensidad de las catástrofes naturales, se facilita a los asegurados y reasegurados la posibilidad de tener una adecuada protección financiera a través de coberturas de seguro y reaseguro contra riesgos de la naturaleza. Para algunos de estos riesgos, en la evaluación de la cobertura de la póliza se utilizan avanzados modelos probabilísticos de simulación de catástrofes u otras herramientas.

Otras sociedades no aseguradoras del Grupo contribuyen también a la reducción del riesgo medioambiental en sus respectivos ámbitos de actuación:

— CESVIMAP investiga técnicas de reparación de vehículos accidentados y forma a personal técnico en la reparación y valoración de daños materiales en automóviles. Muchos de los trabajos de investigación han logrado contribuir al ahorro en el consumo de recursos contaminantes, como pinturas o disolventes, y a minimizar los impactos medioambientales en la actividad de reparación de vehículos. En 2012 se ha realizado un estudio que mide el impacto ambiental del reciclado de vehículos y que confirma que es más sostenible reutilizar y reciclar que remanufacturar, así como las formas más eficientes de reciclar, la creación de un modelo para cuantificar la huella de carbono y la eficiencia de reciclado.

— ITSEMAP, empresa de ingeniería en el ámbito de la Seguridad y el Medio Ambiente, desempeña una labor de asistencia técnica en

la gestión de los riesgos medioambientales industriales en el ámbito de los clientes globales. Esta empresa ha sido elegida por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente para prestar asistencia técnica en materia de desarrollo de la Ley de Responsabilidad Medioambiental.

— MULTIMAP, empresa especializada en la prestación de reparaciones, reformas y servicios de mantenimiento, en colaboración con empresas eléctricas, facilita la instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos en los domicilios particulares, que pueden instalarse en garajes de viviendas unifamiliares o en plazas de aparcamiento de la comunidad de vecinos.

En la siguiente tabla se destallan los indicadores de la dimensión medioambiental relacionados con las soluciones aseguradoras comercializadas por el Grupo.

| SOLUCIONES ASEGURADORAS MEDIOAMBIENTALES | | | | | | |
|--|--------|--------|------------|------------|------------|-----------|
| | Unidad | Obsev. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| SEGURO ESPAÑA | | | | | | |
| Pólizas Responsabilidad Civil medioambiental suscritas | nº | | 960 | 1012 | 1.000 | ⊖ |
| Instalaciones de energía eólica aseguradas | MW | (1) | ND | 225,50 | 325,63 | ⊕ |
| Aerogeneradores asegurados | nº | (1) | ND | 212 | 233 | ⊕ |
| Explotaciones forestales sostenibles | ha | | 19.980 | 18.827 | 16.537 | ⊖ |
| Pólizas Ecológicas Autos | nº | | -- | -- | 2.054 | ⊕ |
| Primas netas en productos ambientales | € | (1) | 5.765.541 | 4.850.700 | 5.702.788 | ⊕ |
| SEGURO INTERNACIONAL | | | | | | |
| Pólizas Responsabilidad Civil medioambiental suscritas | nº | | ND | ND | 2.137 | |
| Primas netas en productos ambientales | € | (1) | ND | ND | 3.928.524 | |
| NEGOCIOS GLOBALES | | | | | | |
| Pólizas Responsabilidad Civil medioambiental suscritas | nº | | 40 | 53 | 66 | ⊕ |
| Instalaciones de energía eólica aseguradas | MW | (1) | 11.136 | 12.200 | 11.454,3 | ⊖ |
| Aerogeneradores asegurados | nº | (1) | 8.998 | 9.853 | 9.135 | ⊖ |
| Primas netas en productos ambientales | € | (1) | 26.663.374 | 27.382.987 | 22.185.151 | ⊖ |

(1) En caso de coaseguro sólo se incluyen los datos que corresponden a la participación de MAPFRE

Reclamaciones

MAPFRE vela por la correcta atención a sus asegurados y, por ello, promueve la implantación interna de órganos de protección de los derechos de los clientes en todos los países donde opera, a partir de experiencia adquirida durante 28 años en España, a través de la Comisión de Defensa del Asegurado (creada en 1984) y de la Dirección de Reclamaciones (desde 2004).

El Grupo ha creado servicios de defensa al cliente en Brasil, Colombia, Chile, Panamá, Costa Rica, Nicaragua, México, Perú, Honduras y Argentina. Este último país y El Salvador están adheridos de forma voluntaria a los sistemas de solución extrajudicial de conflictos previstos en sus respectivas legislaciones, a través de distintas asociaciones de entidades aseguradoras.

En Portugal, la entidad cuenta con un Servicio de Reclamaciones, y en Malta dispone de un Departamento de Quejas. En Turquía y Filipinas actualmente está en proceso la constitución de un departamento para la atención de las reclamaciones que presenten sus clientes. Por su parte, en Estados Unidos la protección de los intereses de los clientes se canaliza por medio de distintos sistemas extrajudiciales, Alternative Dispute Resolution (ADR) como la mediación y el arbitraje.

A continuación se presentan las principales magnitudes de quejas y reclamaciones recibidas y tramitadas en 2012 en los principales países en los que MAPFRE opera en seguro directo:

| PAÍS | RECLAMACIONES Y QUEJAS EJERCICIO 2012 | | | | | | | PENDIENTES 31/12/2012 |
|---------------------------|---------------------------------------|---------------|----------------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------------------|
| | ADMITIDAS | NO ADMITIDAS | PENDIENTES AÑO ANTERIOR | ESTIMADAS | DESESTIMADAS | OTROS SIGNOS | RESUELTAS | |
| ESPAÑA(**) | 6.800 | 1.569 | 524 | 2.850 | 3.676 | 578 | 7.104 | 438 |
| AMÉRICA(*) | | | | | | | | |
| Brasil | 36.307 | 12.629 | 61.007 | N/A | N/A | N/A | 24.292 | 15.388 |
| Venezuela | 4.800 | 0 | 215 | 4.370 | 0 | 0 | 4.370 | 430 |
| México | 8.719 | 0 | 171 | 4.478 | 3.466 | 0 | 7.944 | 775 |
| Argentina | 10.173 | 0 | 658 | 8.026 | 19 | 0 | 8.045 | 2.128 |
| Colombia | 3.316 | 0 | 7 | 3.313 | 0 | N/A | 3.313 | 3 |
| Puerto Rico | 29 | 66 | 0 | 20 | 60 | 15 | 95 | 0 |
| Chile | 1.121 | 1 | 41 | N/A | N/A | N/A | N/A | 36 |
| Perú | 558 | 0 | 34 | 304 | 231 | N/A | 535 | 23 |
| República Dominicana | 63 | 0 | 6 | 65 | N/A | 4 | 69 | 4 |
| El Salvador | 72 | 0 | 0 | 72 | 0 | 0 | 72 | 0 |
| Ecuador | 7 | 3 | N/A | 4 | 3 | N/A | 7 | 10 |
| Nicaragua | 13 | N/A | N/A | 12 | 1 | N/A | 13 | N/A |
| Costa Rica | 600 | 0 | 0 | 550 | 0 | 0 | 550 | 10 |
| SUBTOTAL 13 PAÍSES | 65.778 | 12.699 | 62.139 | 21.214 | 3.780 | 19 | 49.305 | 18.807 |
| INTERNACIONAL(*) | | | | | | | | |
| EE.UU. | 531 | 99 | 3 | 99 | 432 | 0 | 531 | 7 |
| Turquía | 2.150 | 0 | 2.150 | 427 | 1.723 | 0 | 2.150 | 0 |
| Portugal | 916 | 0 | 0 | 916 | 752 | 0 | 1.668 | 0 |
| Malta | 36 | 21 | 0 | 11 | 21 | 1 | 33 | 3 |
| SUBTOTAL 4 PAÍSES | 3.633 | 120 | 2.153 | 1.453 | 2.928 | 1 | 4.382 | 10 |
| TOTAL 18 PAÍSES | 76.211 | 14.388 | 64.816 | 25.517 | 10.384 | 598 | 60.791 | 19.255 |

(*) FUENTE: Resp. Social Corp. (**) División Seguro España, UNIDAD GLOBAL RISKS y MAPFRE ASISTENCIA

N/A = no aplica al negocio/no dispone de datos

En España, MAPFRE cuenta con una estructura para la protección de los derechos de los clientes o usuarios, canalizada a través de la Dirección de Reclamaciones, separada de los restantes servicios comerciales y operativos de la organización, y de la Comisión de Defensa del Asegurado, que actúa con total independencia⁶. Este compromiso, que se ha ido adaptando a las sucesivas normativas supranacionales europeas dictadas en esta materia, traspuestas al derecho español, se lleva a cabo con un doble objetivo:

— **Individual:** pretende facilitar al cliente un procedimiento extrajudicial gratuito, voluntario, ágil, sencillo y breve para atender, tramitar y resolver las quejas y reclamaciones cuando, a juicio del cliente, la entidad no ha satisfecho sus pretensiones.

La información sobre dicho procedimiento se encuentra disponible en las pólizas. En www.mapfre.com y en la Oficina Internet MAPFRE (tanto en la versión en castellano como en inglés) se facilita la presentación telemática de reclamaciones y quejas, cuya atención y gestión se presta a través de la Dirección de Reclamaciones. Este procedimiento extrajudicial no obstaculiza el derecho de los clientes al ejercicio de las acciones previstas legalmente, tanto judiciales como administrativas.

La Comisión de Defensa del Asegurado, dentro del mismo procedimiento y conforme prevé el Reglamento de funcionamiento, conoce y resuelve aquellas reclamaciones promovidas por

personas físicas y comunidades de propietarios que tengan la condición de tomadores, asegurados o beneficiarios de pólizas de seguros contratadas con las sociedades del Grupo, y los partícipes o beneficiarios de planes de pensiones individuales promovidos o gestionados por sociedades de MAPFRE o depositados en ellas, así como los derechohabientes de todos ellos, que son sometidas a su decisión a través de la Dirección de Reclamaciones.

— **Colectivo:** el objetivo es preservar la confianza de los clientes en el funcionamiento y capacidad de las entidades de MAPFRE en las que confían sus contratos de seguro. Para ello, la Comisión de Defensa del Asegurado y la Dirección de Reclamaciones emiten recomendaciones y criterios generales de actuación, respectivamente, extraídos de su experiencia en la atención de reclamaciones y quejas con el fin de disminuir su número y mejorar el servicio, impulsando la gestión responsable, diligente y respetuosa con los clientes y usuarios.

La atención de reclamaciones y quejas supone una valiosa fuente de conocimiento interno acerca de los motivos de insatisfacción de los clientes. Por ello, existe un proceso para establecer por parte de la Comisión de Defensa del Asegurado y de la Dirección de Reclamaciones recomendaciones y criterios generales de actuación de manera armonizada con las distintas Unidades.

La Dirección de Reclamaciones, previa aprobación por la Comisión Delegada de MAPFRE, imparte instrucciones precisas, definiendo las acciones que proceda acometer, remitiéndolas a los distintos órganos del Grupo para su aplicación. Este proceso culmina con la supervisión del mismo y su puesta en práctica, dándose cuenta en el Informe Anual del siguiente año.

⁶ La actuación de estos órganos está regulada por la OM ECO 734/2004, de 11 de marzo, sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y el defensor del cliente de las entidades financieras, y por el Reglamento para la Solución de Conflictos entre las Sociedades del GRUPO MAPFRE y los Usuarios de sus Servicios Financieros, aprobado por el Consejo de Administración de MAPFRE S.A.

En el ejercicio 2012, la Dirección de Reclamaciones ha recibido un total de 8.369 escritos, de los cuales se han admitido a trámite 6.800, que han supuesto 3.808 reclamaciones, que incluyen pretensiones concretas de contenido económico, y 2.992 quejas respecto a incidencias en la tramitación de las prestaciones, que han sido remitidas a los departamentos oportunos para su adecuada atención. Los restantes 1.569 escritos (incluye 16 no identificables) no han sido objeto de tramitación por carecer de los requisitos legalmente previstos, decisión que ha sido comunicada de forma motivada a los respectivos usuarios para que puedan subsanar en su caso las deficiencias observadas.

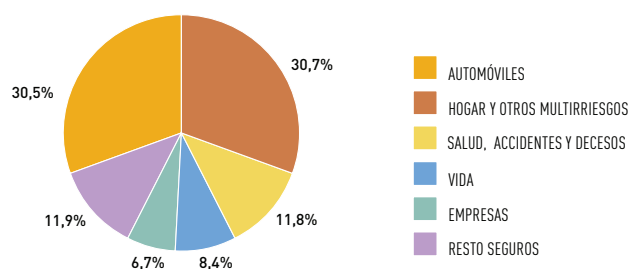
Las principales magnitudes de quejas y reclamaciones por entidad y área de negocio recibidas y tramitadas durante 2012 se reflejan a continuación:



| UNIDAD | ESCRITOS RECIBIDOS | | | | | | | | | |
|---|--------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | ADMITIDOS | | | | NO ADMITIDOS | | | | TOTAL | |
| | RECL | QUEJAS | TOTAL | % S/TOTAL | RECL | QUEJAS | TOTAL | % S/TOTAL | N.º | % S/TOTAL |
| FAMILIAR | 3.170 | 2.584 | 5.754 | 68,8 | 323 | 1.075 | 1.398 | 16,7 | 7.152 | 85,5 |
| AUTOMÓVILES | 986 | 1.089 | 2.075 | 24,8 | 91 | 423 | 514 | 6,1 | 2.589 | 29,3 |
| PATRIMONIALES | 1.547 | 901 | 2.448 | 29,3 | 173 | 377 | 550 | 6,5 | 2.998 | 35,8 |
| PERSONAS | 637 | 594 | 1.231 | 14,7 | 59 | 275 | 334 | 3,9 | 1.565 | 18,7 |
| VIDA | 291 | 279 | 570 | 6,8 | 15 | 72 | 87 | 1,0 | 657 | 7,9 |
| VIDA | 178 | 198 | 376 | 4,5 | 5 | 47 | 52 | 0,6 | 428 | 5,1 |
| VIDA PENSIONES | 8 | 11 | 19 | 0,2 | 1 | 4 | 5 | 0,1 | 24 | 0,3 |
| INVERSIÓN | 6 | 6 | 12 | 0,1 | 0 | 1 | 1 | 0,1 | 13 | 0,2 |
| CAJA MADRID VIDA | 99 | 64 | 163 | 1,9 | 9 | 20 | 29 | 0,3 | 192 | 0,2 |
| EMPRESAS | 336 | 121 | 457 | 5,5 | 18 | 47 | 65 | 0,8 | 522 | 6,2 |
| TOTAL DIVISIÓN SEGURO ESPAÑA | 3.797 | 2.984 | 6.781 | 81,0 | 356 | 1.194 | 1.550 | 18,5 | 8.331 | 99,5 |
| GLOBAL RISKS | 8 | 4 | 12 | 0,1 | 2 | 1 | 3 | 0,1 | 15 | 0,2 |
| CAUCIÓN Y CRÉDITO | 7 | 2 | 9 | 0,1 | 1 | 1 | 2 | 0,0 | 11 | 0,1 |
| GLOBAL RISKS | 1 | 2 | 3 | 0,1 | 1 | 0 | 1 | 0,0 | 4 | 0,1 |
| ASISTENCIA | 3 | 4 | 7 | 0,1 | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 7 | 0,1 |
| TOTAL DIVISIÓN NEGOCIOS GLOBALES | 11 | 8 | 19 | 0,2 | 2 | 1 | 3 | 0,1 | 22 | 0,3 |
| NO IDENTIFICABLES | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 7 | 9 | 16 | 19,1 | 16 | 19,1 |
| % S/RECIBIDAS | | | | 81,3 | | | | 18,7 | | 100 |

Respecto al ejercicio anterior, durante 2012 ha disminuido un 5,5 por 100 el conjunto de las reclamaciones y quejas admitidas a trámite; concretamente, las reclamaciones admitidas han descendido un 6,6 por 100 y las quejas se han reducido un 3,9 por 100, lo que refleja el esfuerzo realizado para mejorar permanentemente la calidad del servicio a los clientes, y para corregir las causas de las deficiencias o los motivos de insatisfacción manifestados.

El 30,7 por 100 de las reclamaciones y quejas admitidas a trámite en 2012 están relacionadas con el seguro de Hogar y resto de pólizas Multirriesgos (Patrimoniales), el 30,5 por 100 con el seguro de Automóviles, el 11,8 por 100 con los seguros de Salud, Accidentes y Decesos (Personas), el 8,4 por 100 con seguros de Vida, el 6,7 por 100 con seguros de Empresas y, el 11,9 por 100 restante, con otros seguros.



Respecto a la resolución de las reclamaciones y quejas, se han resuelto un total de 8.673, lo que supone un 5,7 por 100 menos que en el ejercicio 2011 (9.202). Han sido admitidas a trámite 7.104 (un 82 por 100) y 1.569 (18 por 100) han sido no admitidas por carecer de los requisitos legales para su presentación. El tiempo medio de rotación es de 25 días por expediente.

En el 40,1 por 100 de los casos (2.850) las reclamaciones y quejas admitidas a trámite se han estimado, mientras que en el 51,7 por 100 de los casos (3.676) se han desestimado y un 8,1 por 100 (578) ha sido objeto de otras soluciones (pericial contradictoria, tramitación simultánea con procedimiento judicial o administrativo, etc.).

| DATOS A 12/2012 | FAMILIAR | | | | VIDA | | | | | EMPRESAS | | | |
|--------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|------------|----------------|------------|-----------|------------------|------------|----------------------|------------------|------------|
| | AUTOS | PATRIMONIALES | PERSONAS | TOTAL | VIDA | VIDA PENSIONES | INVER. DOS | INVER. SV | CAJA MADRID VIDA | TOTAL | RIESGOS INDUSTRIALES | RIESGOS AGRARIOS | TOTAL |
| ESTIMADAS | 915 | 1.126 | 461 | 2.502 | 143 | 5 | 2 | 0 | 45 | 195 | 126 | 17 | 143 |
| DESESTIMADAS | 1.033 | 1.229 | 752 | 3.014 | 269 | 11 | 9 | 4 | 116 | 409 | 221 | 24 | 245 |
| OTROS (2) | 189 | 199 | 97 | 485 | 17 | 1 | 1 | 0 | 15 | 34 | 51 | 7 | 58 |
| TOTAL | 2.137 | 2.554 | 1.310 | 6.001 | 429 | 17 | 12 | 4 | 176 | 638 | 398 | 48 | 446 |

| DATOS A 12/2012 | GLOBAL RISKS | | | ASISTENCIA | | TOTAL | | |
|--------------------|-------------------|--------------|-----------|------------|--------------|-----------|---|--|
| | CAUCIÓN Y CRÉDITO | GLOBAL RISKS | TOTAL | TOTAL | Nº | % S/TOTAL | DETALLE RECLAMACIONES RESUELTAS POR CDA (1) | |
| ESTIMADAS | 3 | 0 | 3 | 7 | 2.850 | 40,1 | 99 | |
| DESESTIMADAS | 6 | 2 | 8 | 0 | 3.676 | 51,7 | 930 | |
| OTROS (2) | 0 | 1 | 1 | 0 | 578 | 8,1 | 4 | |
| TOTAL | 9 | 3 | 12 | 7 | 7.104 | | 1.033 | |

(1) Corresponde a las resoluciones emitidas por la CDA incluidas en el número total de resueltas

(2) Artículo 38 LCS, inhibición por presentación previa o simultánea de reclamación ante la DGSFP u órganos judiciales, prescripción, etc.

A la Comisión de Defensa del Asegurado de MAPFRE se han elevado 1.035 reclamaciones y ha resuelto durante el ejercicio 2012 un total de 1.033, habiendo formulado en su Memoria Anual 31 recomendaciones para incrementar la calidad del servicio a los clientes, entre las que destacan:

— Mejorar la información y documentación contractual que se traslada a los asegurados en pólizas colectivas.

— Incluir un cuestionario de salud en la contratación de pólizas de Decesos.

— Perfeccionar la redacción de algunas cláusulas de seguros de personas, como la del período de incapacidad en los seguros de Indemnización, los gastos de adopción en pólizas de Asistencia Sanitaria o las definiciones en los seguros de Accidentes Personales para la práctica deportiva.

— Matizar el texto de las condiciones generales de pólizas de Hogar en aspectos como la asistencia en viaje o las definiciones de mobiliario.

— Revisar algunas cláusulas de las pólizas de Asistencia en Viaje relacionadas con la cancelación de los viajes.

- Reconsiderar la redacción de la garantía de privación del permiso de conducir en pólizas de Automóviles.
- Modificar la interpretación que se hace de algunas cláusulas como las relativas a los períodos de carencia en los seguros de Asistencia Sanitaria o las coberturas de defensa jurídica en las pólizas de Hogar.
- Exigir mayor rigor y fundamentación en sus informes a los peritos e investigadores que colaboran con la Entidad.
- Reforzar la comunicación con los clientes, informando de manera más precisa y completa de la liquidación o del rechazo de los siniestros, así como de los servicios de defensa jurídica que se prestan.
- Limitar la capacidad de la rescisión de pólizas de Salud cuando se presentan enfermedades crónicas o de larga duración al supuesto en que se hayan producido ocultaciones dolosas o no, o amparar los gastos consecuencia de enfermedad manifestada durante el periodo de vigencia de la póliza.

A lo largo de 2012, las 38 recomendaciones emitidas sobre el ejercicio 2011 han seguido el proceso de implementación de acciones antes expuesto, que resalta la sensibilidad de MAPFRE respecto a las reclamaciones realizadas por los clientes, entre las que destacan:



Centro de Servicio del Automóvil en Pamplona

| MOTIVO | RECOMENDACIÓN 2011 | ACCIONES 2012 |
|----------------------------|--|--|
| FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO | Informar con mayor precisión a los clientes que proceden de otras aseguradoras sobre los efectos del cambio realizado | Recordar a la red comercial la necesidad de verificar con el asegurado que las condiciones particulares de la póliza recogen fielmente las modificaciones autorizadas |
| REDACCIÓN DEL CONTRATO | Revisar la redacción de las garantías de Defensa Jurídica y Responsabilidad Civil de Automóviles en cuanto al conflicto de intereses, para equilibrar las prestaciones que se garantizan a los clientes implicados en un siniestro | Concretar en estos supuestos la correcta imputación de los gastos y a cargo de qué garantía, así como modificar la redacción de las condiciones generales en algunos aspectos de la garantía de Defensa Jurídica |
| | También se aconseja la revisión de otros aspectos de la garantía de Defensa Jurídica en los seguros de Hogar (suma asegurada) y Edificios | |
| | Redactar de manera precisa en la cobertura de robo de Automóviles los supuestos a que se extiende, adecuándola a la voluntad de amparo de la aseguradora | Modificar la redacción dada en las condiciones generales en el sentido de dar cobertura a los daños derivados de la sustracción del vehículo asegurado o de alguna de sus piezas por parte de terceros |
| | Considerar el texto de la exclusión de cobertura en los siniestros en que concurra la ingesta de alcohol (Automóviles, Accidentes, Vida, etc.), estableciendo de forma más clara los supuestos en que puede aplicarse | Continuar la exhaustiva actividad probatoria que se lleva a cabo para determinar la relación de causalidad existente, en orden a apreciar o no el supuesto al que pueda aplicarse |

| MOTIVO | RECOMENDACIÓN 2011 | ACCIONES 2012 |
|-----------------------------|--|---|
| INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO | Evitar las interpretaciones analógicas que restrinjan los derechos de los asegurados, en especial en seguros de Salud, en materia de prótesis, medicamentos y síntomas declarados en cuestionarios de salud | Insistir en el cumplimiento de la presente recomendación para no aplicar la exclusión por analogía y revisar, con la colaboración de los servicios médicos de la entidad, la definición de prótesis, implantes y, en especial, su diferenciación con materiales que pueden eventualmente ser utilizados como sustitutos de aquellos |
| | Corregir la interpretación limitativa que en ocasiones se da a algunas cláusulas de pólizas de Hogar durante la tramitación de prestaciones, como en los casos de daños por fenómenos atmosféricos, reparación de grifos, rotura de espejos y fecha de ocurrencia del siniestro | Revisar el contenido de los textos empleados en las exclusiones de cobertura de este tipo de siniestros y modificar la garantía de algunas las condiciones generales, además de reforzar la necesidad de disponer de pruebas indubitadas que acrediten las causas de este tipo de siniestros |
| PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN | Perfeccionar las comunicaciones escritas con los clientes en los seguros de Vida. Respecto a la utilización de los mensajes de texto telefónicos dirigidos a clientes de seguros Combinados y de Automóviles, se debe medir la adecuación de los términos y su contenido al objetivo que se persigue | Revisar el momento del envío y el contenido de los mensajes para transmitir con claridad al asegurado la situación de la tramitación de su expediente, evitando generar falsas expectativas respecto a la resolución definitiva, y facilitar a los asegurados una mejor y más clara información dando respuesta a las cuestiones concretas que planteen |
| | Exigir mayor rigor en los informes periciales y de investigación, especialmente los que afecten a coberturas como la incapacidad temporal, el robo en el exterior de la vivienda o la defensa jurídica | Recordar la necesidad de que los informes contemplen una comprobación exhaustiva del origen del siniestro y la valoración de los daños, resolviendo a favor del asegurado, dentro de los límites contractuales establecidos, en los casos en que los informes no acrediten razonablemente la causa de posible exclusión del siniestro |
| | Favorecer el recurso al procedimiento pericial contradictorio en la resolución de conflictos por la discrepancia en la causa y/o cuantía de los siniestros | Recomendar al asegurado la utilización del procedimiento pericial contradictorio en caso de controversia sobre el origen y las causas del siniestro, y recordar la necesidad de su inicio en los términos legales en caso de discrepancia en cuanto al importe y forma de la indemnización |
| | Insistir a la red comercial en la necesidad de velar por el cumplimiento del periodo legal de custodia de la documentación contractual, así como revisar los actuales instrumentos para acreditar la fecha de entrega de las pólizas a los clientes en caso de venta telefónica o a distancia | Especificar a la red comercial los plazos legales de custodia de documentos contractuales y reforzar los mecanismos de control establecidos para la verificación del cumplimiento de estas acciones |

Fruto de la actividad llevada a cabo, la Dirección de Reclamaciones ha establecido en su Informe Anual del ejercicio 2012 un total de 18 criterios generales de actuación destinados a disminuir el número de reclamaciones de los usuarios, entre los que destacan:

- Mejora de la redacción de finiquitos e información proporcionada al cliente en los pagos mediante transferencias para que sean claros, explicativos y concisos.
- Unificación de criterios para ampliar la aplicación de la reserva de prima a otros ramos distintos al de Autos.
- Utilización del procedimiento pericial como medio voluntario de resolución extrajudicial para determinar la causa del siniestro.
- Aplicación de la reserva de prima o instar reclamación al causante en los casos de siniestro total con culpa del contrario.

— Aumento de la coordinación eficaz entre los distintos departamentos de prestaciones en los supuestos de tramitación compartida y entre los propios profesionales intervinientes.

— Posibilidad de ampliar la garantía de asistencia en el Hogar a las intervenciones de jardinería.

— Análisis del alcance temporal de la cobertura de personal de asistencia doméstica en Asistencia Familiar e inclusión de los días no laborables. Clarificación del concepto de accidente asegurado ocurrido en el domicilio, no sujeto al artículo 100 de la Ley de Contrato de Seguro.

— Consideración de las enfermedades preexistentes en las condiciones de la contratación de nuevos clientes cuando provienen de otras compañías del mismo ramo.

— Información y operatividad de los acuerdos de Asistencia Sanitaria en seguros de Accidentes durante los fines de semana especialmente, en seguro Obligatorio Deportivo.

— Concordancia entre los diversos documentos que emite la Entidad (condiciones particulares, garantías de los suplementos, etc.) para personas mayores de 60 años.

— Ampliación de la información facilitada a los clientes relativa a los valores liquidativos en seguros de Vida y de traspaso en Planes de Pensiones.

— Exigencia de mayor rigor en la información contenida en los cuestionarios de salud para seguros de Vida gestionados por entidades financieras.

Los citados criterios generales de actuación, tras su aprobación por los órganos de dirección, han sido puestos en conocimiento de las respectivas Unidades para su análisis y valoración de implantación como un instrumento más destinado a mejorar el servicio a los clientes y usuarios.

La calidad en MAPFRE

Las entidades del Grupo trabajan de forma permanente para conseguir elevados niveles de calidad en el servicio que presta a sus asegurados y clientes especialmente para la rápida, eficaz y equitativa atención y liquidación de los siniestros. Este compromiso de calidad es una constante en todos los países en los que MAPFRE opera. La apuesta por la calidad y el servicio se refleja en la confianza depositada en MAPFRE por sus clientes, como demuestran los índices de renovación en los principales países en los que el Grupo está presente.

| PAÍS | CLIENTES QUE RENUEVAN ANUALMENTE SU SEGURO EN % |
|-------------|---|
| Argentina | 78,3 |
| Brasil | 59,6 |
| Chile | 85,9 |
| Colombia | 75,0 |
| España | 87,9 |
| EE.UU. | 76,3 |
| Malta | 80,0 |
| México | 53,5 |
| Puerto Rico | 80,0 |
| Venezuela | 82,0 |

Además de los sistemas internos de seguimiento de la calidad, MAPFRE utiliza los establecidos por diferentes organismos acreditados del sector sobre calidad de los procesos, tanto en la contratación como en la prestación de los servicios.

Las encuestas realizadas en cuanto a la satisfacción general de los clientes desprenden las siguientes conclusiones.

| NEGOCIO DE ASISTENCIA | |
|--|------|
| % CLIENTES SATISFECHOS O MUY SATISFECHOS | |
| Asistencia en carretera | 94,0 |
| Asistencia médica | 94,5 |
| Garantía Automóvil | 84,2 |
| Seguro de Viaje | 82,0 |

Estos informes permiten hacer un seguimiento periódico de las anulaciones, así como de la evolución de la cartera de clientes, y realizar acciones específicas. MAPFRE dedica 312 empleados al seguimiento y control de la calidad.

Las plataformas de atención telefónica hacen un seguimiento especial de la calidad del servicio mediante la realización de encuestas entre los clientes, en las que se miden, entre otros parámetros, el nivel de resolución de sus solicitudes y la calidad ofrecida y percibida en términos de forma de acogida, expresión oral, utilización del lenguaje, tratamiento de las llamadas, solución al primer contacto y conocimiento y capacidad de adaptación a las situaciones planteadas.

Todas las evaluaciones de calidad realizadas son analizadas y procesadas diariamente para adoptar las acciones correctoras pertinentes, estableciéndose para los empleados que prestan atención a los clientes, planes concretos de formación en las habilidades propias de la labor que desempeñan y en técnicas necesarias para su trabajo, entre las que destacan:

- Orientación al cliente.
- Técnicas de atención al cliente.
- Estrategias de venta telefónica.
- Manejo de conflictos.
- Comunicación interpersonal.
- Productos MAPFRE.
- Procedimientos internos (gestión de cobros, siniestros y reclamaciones).

Asimismo se llevan a cabo controles internos de gestión, en los que se evalúan tiempos de respuesta y control de incidencias y reclamaciones, así como visitas de control de calidad realizadas por jefes de equipo de reparaciones. También se realizan encuestas de satisfacción al cliente, auditorías de calidad de los procesos de gestión y seguimiento telefónico periódico para el control de pólizas y el estudio de las causas de los impagos. Todo ello permite hacer un seguimiento periódico de las anulaciones, de la evolución de la cartera de clientes y realizar acciones específicas de fidelización y de recuperación.

MAPFRE es también consciente de la importancia de la confidencialidad de los datos personales de sus clientes, por lo que tiene

establecidos los procedimientos necesarios para conseguir su imprescindible protección.

En los cuadros siguientes se incluye una selección de datos con los que se evalúa la evolución del funcionamiento de los servicios telefónicos.

| | Llamadas Atención a clientes | | | | | |
|-------------|------------------------------|-----------|-------------|-----------|----------------|------|
| | ENTRANTES | | CONTESTADAS | | % CONTESTACIÓN | |
| | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 |
| ARGENTINA | 925.348 | 869.151 | 842.349 | 811.348 | 91,0 | 93,3 |
| BRASIL | 4.533.116 | 1.000.914 | 4.289.178 | 965.367 | 94,6 | 96,5 |
| CHILE | 148.875 | 163.010 | 130.454 | 125.857 | 87,6 | 77,2 |
| COLOMBIA | 289.803 | 237.844 | 286.527 | 226.858 | 98,9 | 95,4 |
| EE.UU. | 2.532.698 | 2.779.272 | 2.334.107 | 2.530.699 | 92,2 | 91,1 |
| ESPAÑA | 3.463.663 | 3.417.486 | 3.233.838 | 3.287.548 | 93,4 | 96,2 |
| MÉXICO | 585.178 | 493.245 | 517.259 | 475.591 | 88,4 | 96,4 |
| PERÚ | 286.466 | 264.733 | 243.496 | 231.536 | 85,0 | 87,5 |
| PORTUGAL | 240.194 | 274.021 | 188.034 | 200.678 | 78,3 | 73,2 |
| PUERTO RICO | 535.882 | 309.418 | 504.223 | 290.615 | 94,1 | 94,0 |
| TURQUÍA | 216.486 | 163.667 | 202.199 | 157.763 | 93,4 | 96,4 |

| | Llamadas Prestación de servicios | | | | | |
|-------------|----------------------------------|-----------|-------------|-----------|----------------|------|
| | ENTRANTES | | CONTESTADAS | | % CONTESTACIÓN | |
| | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 |
| ARGENTINA | 600.123 | 617.001 | 549.093 | 581.908 | 91,5 | 94,3 |
| BRASIL | 1.455.641 | 2.015.745 | 1.420.607 | 1.778.409 | 97,6 | 88,2 |
| CHILE | 72.304 | 97.657 | 52.630 | 76.545 | 72,8 | 78,4 |
| COLOMBIA | 362.004 | 252.327 | 342.477 | 238.820 | 94,6 | 94,6 |
| EE.UU. | 93.476 | 165.126 | 92.018 | 153.998 | 98,4 | 93,2 |
| ESPAÑA | 7.961.997 | 7.790.677 | 7.640.258 | 7.560.476 | 96,0 | 97,0 |
| MÉXICO | 876.963 | 1.015.533 | 868.973 | 989.492 | 99,1 | 97,4 |
| PERÚ | 215.855 | 230.234 | 211.538 | 222.070 | 98,0 | 96,5 |
| PORTUGAL | 74.008 | 68.014 | 69.897 | 64.706 | 94,4 | 95,1 |
| PUERTO RICO | 535.882 | 222.184 | 504.223 | 197.391 | 94,1 | 88,8 |
| TURQUÍA | 390.890 | 395.761 | 376.603 | 355.791 | 96,4 | 89,9 |

En las principales plataformas de la Unidad de Asistencia, los datos más significativos son los siguientes:

| | Llamadas Atención a Clientes | | | | | |
|----------|------------------------------|-----------|-------------|-----------|----------------|------|
| | ENTRANTES | | CONTESTADAS | | % CONTESTACIÓN | |
| | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 |
| BRASIL | 1.708.246 | 1.701.000 | 1.634.870 | 1.630.048 | 96,0 | 95,8 |
| COLOMBIA | 119.438 | 125.222 | 109.099 | 117.083 | 91,0 | 94,0 |
| EE.UU. | 77.056 | 66.209 | 67.444 | 60.812 | 88,0 | 91,8 |
| TURQUÍA | 2.600.162 | 2.685.957 | 2.204.330 | 2.381.456 | 85,0 | 88,7 |

| | Llamadas Prestación de servicios | | | | | |
|----------|----------------------------------|-----------|-------------|-----------|----------------|------|
| | ENTRANTES | | CONTESTADAS | | % CONTESTACIÓN | |
| | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 |
| BRASIL | 952.114 | 1.188.998 | 908.733 | 1.145.399 | 95,0 | 96,4 |
| COLOMBIA | 1.690.642 | 1.344.520 | 1.575.417 | 1.257.126 | 93,0 | 93,0 |
| EE.UU. | 1.743.985 | 1.267.998 | 1.602.156 | 1.152.725 | 92,0 | 90,9 |
| TURQUÍA | 2.624.705 | 1.913.285 | 2.369.725 | 1.781.929 | 90,0 | 93,1 |

Además, diversas empresas del Grupo tienen certificaciones de calidad cuya renovación exige mantener elevados estándares en el servicio a los clientes, y constituyen una garantía de servicio para éstos:

Certificaciones de entidades

SEGURO ESPAÑA

Certificación ISO 9001:2008 al Área de Prestaciones de Automóviles de MAPFRE FAMILIAR

Certificación ISO 9001:2008 al Área de Prestaciones Patrimoniales de MAPFRE FAMILIAR

Certificación ISO 9001:2008 al Proceso de atención al cliente a través de C@C24

SEGURO INTERNACIONAL

Certificación ISO 9001:2008 a MAPFRE COLOMBIA

Certificación ISO 9001:2008 a MAPFRE NICARAGUA

Certificación ISO 9001:2008 a MAPFRE GENEL SIGORTA

Certificación ISO 9001:2009 a MAPFRE GENEL YASAM

Certificación Probare-Probare Sello de Ética al call center de MAPFRE BRASIL

Certificación HEDIS 2012, otorgada por National Committee on Quality Assurance (HEDIS-NCQA) a MAPFRE PUERTO RICO

Certificación CONDUSEF 2012 al ramo de Daños de MAPFRE MÉXICO

NEGOCIOS GLOBALES

Certificación ISO 9001:2008 a MAPFRE ASISTENCIA en:

| | |
|-----------|-------------|
| Bahrein | Italia |
| Brasil | México |
| Colombia | Reino Unido |
| Chile | Túnez |
| China | Turquía |
| Filipinas | Venezuela |

MAPFRE y sus accionistas

La relación de MAPFRE con sus accionistas se basa en los principios de actuación ética y transparencia, así como en la generación de valor. En este sentido, es de destacar que en el año 2012 la diversificación del negocio y la prudencia en la gestión han permitido enfrentar con éxito un contexto económico muy adverso.

El comportamiento como empresa cotizada a favor del desarrollo sostenible y del respeto a los Derechos Humanos ha sido reconocido con la inclusión en los principales índices de sostenibilidad seguidos por los mercados financieros. De esta forma, MAPFRE forma parte desde 2006 de los índices FTSE4Good y FTSE4Good Ibex, y desde 2010 de Dow Jones Sustainability World y Dow Jones Sustainability Europe.

Canales de relación con los accionistas

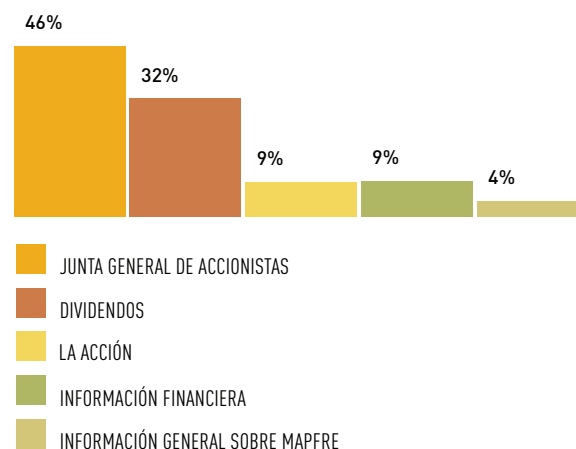
En relación con las actuaciones llevadas a cabo en 2012 para desarrollar los canales de comunicación con los accionistas, cabe destacar lo siguiente:

— El servicio telefónico de accionistas (902 024 004) ha atendido más de 2.900 consultas, relacionadas principalmente con la Junta General, pago de dividendos, evolución de la acción e información financiera.

— La sección "Accionistas e Inversores" de la página web corporativa incluye vínculos específicos que facilitan el acceso a documentación de especial importancia para el accionista, como la Junta General. De acuerdo con la modificación introducida el 1 de julio de 2010 en la Ley del Mercado de Valores, con motivo de la Junta General del día 5 de marzo de 2011 se constituyó el Foro Electrónico de Accionistas, que ha vuelto a estar operativo para la Junta General del día 10 de marzo de 2012.

— Se han distribuido dos boletines con información semestral sobre los resultados, las actividades más relevantes y la evolución del precio de la acción de la Sociedad.

Estos canales de comunicación han permitido identificar las principales preocupaciones de los accionistas, que se detallan en el siguiente cuadro:



Congreso RSE en Zaragoza

La acción de MAPFRE

En el siguiente cuadro se muestra la información básica relativa a la acción de MAPFRE al cierre del ejercicio 2012:

| | |
|--|---|
| NÚMERO DE ACCIONES EN CIRCULACIÓN | 3.079.553.273, totalmente suscritas e íntegramente desembolsadas |
| VALOR NOMINAL DE CADA ACCIÓN | 0,1 euros |
| TIPO DE ACCIÓN | Ordinaria, representada por anotación en cuenta. Todas las acciones en circulación tienen los mismos derechos políticos y económicos |
| MERCADOS EN LOS QUE COTIZA | Bolsas de Madrid y de Barcelona (Mercado Continuo) |
| PRINCIPALES ÍNDICES BURSÁTILES EN LOS QUE SE INCLUYE LA ACCIÓN | IBEX 35 Dow Jones Stoxx Insurance MSCI Spain FTSE All-World Developed Europe FTSE4Good ¹ y FTSE4Good IBEX ¹ DJSI World ¹ y DJSI Europe ¹ |
| CÓDIGO ISIN | ES0124244E34 |

(1) Índices que evalúan el comportamiento de las empresas en función de sus actuaciones a favor del desarrollo sostenible y del respeto a los Derechos Humanos

Composición de la base de accionistas

Al cierre del ejercicio 2012 la Sociedad contaba con un total de 304.479 accionistas, de los que 300.508 tenían residencia en España con una participación individual inferior al 0,10 por 100 del capital. La FUNDACIÓN MAPFRE, mediante su participación directa e indirecta, era titular del 64,7 por 100 del capital social; los inversores españoles con participación superior al 0,1 por 100 representaban el 15,4 por 100. En cuanto a los accionistas con residencia en otros países, el 11 por 100 correspondía a inversores con participación superior al 0,1 por 100, y el 1,1 por 100 al resto. En el siguiente cuadro se muestra el desglose del accionariado por países:

| PAÍS | % |
|-----------------|------|
| España | 87,9 |
| EE.UU. | 1,6 |
| Reino Unido | 1,2 |
| Alemania | 0,5 |
| Francia | 0,4 |
| Países Nórdicos | 0,4 |
| Canadá | 0,3 |
| Suiza | 0,3 |
| Países Bajos | 0,2 |
| Italia | 0,1 |
| Irlanda | 0,1 |
| Sin identificar | 7,0 |

En el ejercicio 2007 se aprobó la aplicación de un plan de incentivos referenciados al valor de las acciones, como fórmula retributiva para altos directivos de la sociedad y sus filiales. El número de

acciones de referencia tenidas en cuenta a efectos del plan ha ascendido a 7.529.241 acciones, equivalentes al 0.24 por 100 del capital. Durante el ejercicio 2012 se produjeron dos bajas.

Valor y rentabilidad de la acción

Uno de los principales objetivos de MAPFRE es la generación de valor y la adecuada remuneración al accionista. Por ello, en vista de la volatilidad del entorno económico y financiero, el Consejo de Administración ha considerado conveniente reforzar los niveles de capitalización, liquidez y flexibilidad financiera del Grupo y ha acordado abonar un dividendo activo a cuenta de los resultados del ejercicio 2012 de 0,04 euros por acción, elevando el dividendo total pagado en el año a 0,12 euros por acción. El desembolso total en 2012 en concepto de dividendos ha ascendido a 369,6 millones de euros. Debe destacarse que, desde que se inició la actual crisis económica y financiera en 2007, MAPFRE ha aumentado el importe destinado a dividendos en un 47,6 por 100.

El dividendo que se propone a la Junta General como dividendo complementario del ejercicio 2012 es de 0,07 euros brutos por acción.

La evolución del dividendo y de la rentabilidad por dividendos, calculada en base al precio medio de la acción, han sido las siguientes:

| | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|
| DIVIDENDO (euros) | 0,12 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,14 |
| RENTABILIDAD POR DIVIDENDO | 6,1% | 5,9% | 6,3% | 6,3% | 4,7% |

En el siguiente cuadro puede apreciarse el comportamiento de la acción de MAPFRE en los últimos cinco años, comparado con el de los dos principales índices de referencia (el selectivo IBEX 35 y el sectorial Dow Jones Stoxx Insurance):

| | 1 AÑO | 3 AÑOS | 5 AÑOS |
|--------------------|--------|---------|---------|
| MAPFRE | (5,7%) | (20,9%) | (23,1%) |
| DJ STOXX INSURANCE | 32,9% | 17,0% | (29,8) |
| IBEX 35 | (4,7%) | (31,6%) | (46,2%) |

En el mismo periodo, el beneficio por acción (BPA) de MAPFRE ha tenido el siguiente comportamiento:

| | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 |
|-------------|---------|------|--------|------|------|
| BPA (euros) | 0,22 | 0,32 | 0,31 | 0,33 | 0,33 |
| INCREMENTO | (31,3%) | 3,2% | (6,1%) | -- | 3,1% |

Información pública

La información sobre la evolución de los negocios y las actividades más relevantes de la Sociedad se pone a disposición del público inversor mediante la publicación regular de los siguientes documentos:

| FRECUENCIA | TIPO DE INFORMACIÓN |
|------------|--|
| ANUAL | Informes anuales individual y consolidado |
| | Valor intrínseco del negocio de Vida y Ahorro |
| TRIMESTRAL | Informes de acuerdo con los formatos exigidos por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) |
| | Presentaciones de resultados |

Comunicación con los mercados financieros

La comunicación con los mercados financieros se desarrolla principalmente a través de los siguientes canales:

- Depósito previo en los registros de la CNMV de toda la información publicada, que puede consultarse a través de la página web de la Comisión.
- Publicación de la información en el apartado de la página web corporativa de MAPFRE (www.mapfre.com) dedicado a los accionistas. Los documentos publicados en esta página web se pueden consultar tanto en castellano como en inglés.
- Distribución por correo electrónico a una base de datos de más de 400 analistas e inversores institucionales previamente registrados.
- Reuniones con analistas financieros e inversores institucionales, en España y en el extranjero.

Las reuniones presenciales y las teleconferencias dirigidas a presentar los resultados de cada trimestre se retransmiten en directo a través de Internet ("webcasts") para facilitar el acceso del público a la compañía. En el año 2012 se han realizado 4 retransmisiones de este tipo.

Relaciones con inversores

En el ejercicio 2012 se ha desarrollado una intensa actividad de comunicación con analistas financieros, accionistas e inversores institucionales. Entre los principales asuntos que se han comentado sobre la evolución de MAPFRE, destacan el contexto macroeconómico en los países en los que opera el Grupo, la situación de balance, y específicamente de la cartera de inversión, los niveles de rating y la contracción del volumen de negocio en España como consecuencia de la menor actividad económica.

En el siguiente cuadro se muestra la actividad de comunicación con los mercados financieros llevada a cabo en el año 2012:

| | |
|--|-----|
| Presentaciones de resultados | 4 |
| Teleconferencias | 4 |
| Reuniones con analistas e inversores institucionales españoles | 97 |
| Reuniones con analistas e inversores institucionales de otros países | 320 |
| Participación en foros de inversores institucionales | 9 |

En relación con la participación en foros de inversores institucionales, en noviembre de 2012 se participó por primera vez en la conferencia "One stop shop ESG" organizada por Cheuvreux en París, en la que se comentaron los desarrollos y políticas de Responsabilidad Social de MAPFRE con los analistas especializados en esta área.

Desde el año 2001 MAPFRE participa activamente en la junta directiva de la Asociación Española para las Relaciones con Inversores (AERI).

Datos bursátiles

Durante el ejercicio 2012 las acciones de MAPFRE S.A. han cotizado 256 días en el Mercado Continuo, con un índice de frecuencia del 100 por 100. Se han contratado 2.421.572.407 títulos, frente a 2.414.468.276 en el ejercicio anterior, con aumento del 0,3 por 100. El valor efectivo de estas transacciones ha ascendido a 4.739,4 millones de euros, frente a 6.169,7 millones de euros en 2011, con disminución del 23,2 por 100.

A finales de 2012, 9 bancos de negocios españoles e internacionales recomendaban "comprar" las acciones de la Sociedad, frente a 8 recomendaciones de "mantener" y 6 de "vender".

MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos

MAPFRE tiene la red de distribución más amplia del sector asegurador en España, con un alto grado de profesionalización, y una de las de mayor extensión y penetración en América Latina, donde igualmente se desarrolla el modelo de apertura de oficinas delegadas para favorecer la cercanía al cliente. El Grupo apuesta por el mantenimiento de redes propias en los países en los que opera compatibilizándolas con el desarrollo y utilización de otros canales de distribución. La orientación al cliente, la oferta global de productos y la adaptación a las particularidades jurídicas y comerciales de cada uno de los mercados en que está presente son algunas de las claves del éxito de su modelo de negocio, basado en la captación y fidelización de clientes como motor de crecimiento futuro. Así, la red comercial de MAPFRE está compuesta por 5.390 oficinas propias (1.080 directas, 4.277 delegadas y 33 de representación), 9.475 de bancaseguros y otros puntos de venta correspondientes a diferentes acuerdos de distribución.

Por otro lado, 7.391 empleados del Grupo realizan un trabajo relacionado con la actividad comercial (2.579 en España).

El siguiente cuadro muestra con mayor detalle la composición de la red comercial de MAPFRE en el mundo.

| OFICINAS | 2012 | 2011 |
|-----------------------------|---------------|---------------|
| Seguro España | | |
| Propias | 3.069 | 3.155 |
| Bancaseguros | 4.049 | 4.336 |
| TOTAL ESPAÑA | 7.118 | 7.491 |
| Seguro Internacional | | |
| Propias | 2.250 | 2.098 |
| Bancaseguros | 5.426 | 5.334 |
| Negocios Globales | 71 | 64 |
| TOTAL EXTERIOR | 7.747 | 7.496 |
| TOTAL OFICINAS | 14.865 | 14.987 |

En España, durante el ejercicio 2012 se ha implantado el modelo de organización comercial aprobado en 2011, con la creación de una Dirección General Comercial única, con dos direcciones comerciales (Particulares y Empresas) y direcciones específicas para los principales canales: red agencial, corredores, agropecuario, teléfono e Internet, bancaseguros y redes específicas. Este modelo tiene como objetivo avanzar en la mejora de la orientación al cliente particular y empresa, aprovechar las sinergias que permitan incrementar la eficiencia e impulsar, de forma ordenada, la complementariedad de los distintos canales de distribución para poner a disposición del cliente todas las opciones posibles de contacto y relación con la Entidad. Por otro lado, en 2012 se ha creado una nueva Dirección Global de Seguro Directo y se han establecido las bases para el desarrollo global de la venta *on-line* y telefónica en el Grupo.

Profesionales de la mediación

a. Información general

Tanto en España como en América Latina, la actuación de la red de distribución de MAPFRE se apoya en la colaboración de un amplio colectivo de profesionales de la distribución de seguros (Mediadores) que, con diferentes posiciones (Delegados, Agentes, Corredores), desempeñan un papel relevante en la comercialización de las operaciones y en la atención a los asegurados. La siguiente tabla muestra la distribución de los Mediadores del Grupo por colectivos:

| RED COMERCIAL | 2012 | 2011 |
|-----------------------------|---------------|---------------|
| Seguro España | | |
| Agentes | 10.495 | 13.706 |
| Delegados | 2.623 | 2.692 |
| Corredores | 4.042 | 5.673 |
| TOTAL ESPAÑA | 17.160 | 22.071 |
| Seguro Internacional | | |
| Agentes | 12.705 | 17.306 |
| Delegados | 4.832 | 3.101 |
| Corredores | 27.348 | 28.191 |
| TOTAL EXTERIOR | 44.885 | 48.598 |
| TOTAL RED COMERCIAL | 62.045 | 70.669 |

En España, durante el ejercicio 2012 se ha inscrito en el Registro de Mediadores de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones a 1.085 agentes exclusivos de MAPFRE con arreglo a la

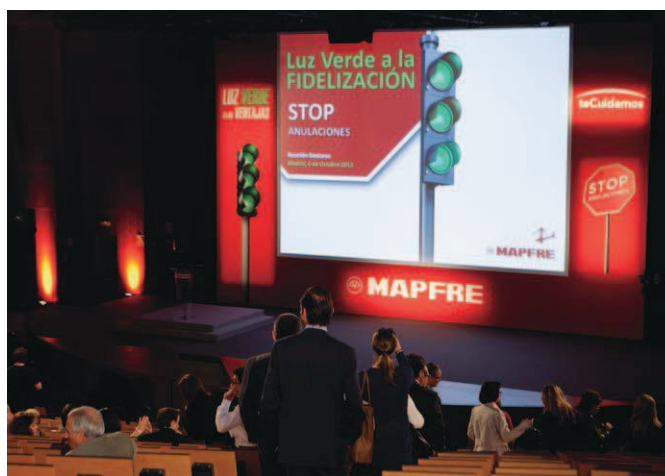
Ley 26/2006 de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados. Con el objetivo de agilizar esta inscripción, las entidades de MAPFRE están adheridas al Protocolo de Utilización de la Vía Telemática entre la Dirección de Seguros y Fondos de Pensiones y las Entidades Aseguradoras.

MAPFRE mantiene acuerdos con el Consejo General de Mediadores; con la Asociación Independiente de Corredurías de Seguros (ADECOSE); con la Asociación Profesional de Mediadores de Seguros (APROMES); y con la Federación de Corredores y Corredurías de Seguros de España (FECOR). Dichos acuerdos reflejan la mejora continua de la relación con los mediadores y el esfuerzo por desarrollar actividades conjuntas que faciliten la profesionalización de la mediación de seguros privados.

En América, MAPFRE también mantiene relaciones con asociaciones de corredores, como AAPAS (Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros), con la que colabora para el desarrollo de sus actividades. Asimismo, durante 2012 han continuado las relaciones con las principales microfinancieras de Nicaragua con el fin de impulsar la venta masiva de seguros a través de ellas.

b. Relaciones con los Mediadores

Tanto en España como en el exterior, las relaciones de MAPFRE con las entidades y profesionales que colaboran como Mediadores en la distribución de sus operaciones se desarrollan con vocación de estabilidad, permanencia y profesionalidad, lo que le permite contar con la red de distribución más amplia del sector y con un alto nivel de vinculación de los mediadores, que se traduce en niveles de rotación muy bajos. Esta vinculación se refuerza, por un lado, con la globalidad de la oferta del Grupo que, además de constituir uno de sus principales factores diferenciales para el cliente, aporta a sus Mediadores un importante valor añadido, permitiéndoles presentar una oferta integral personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente y, por otro, con la vocación multicanal de MAPFRE, que se adapta a las particularidades de cada canal de distribución para conseguir una relación profesional óptima.



Reuniones Territoriales sobre fidelización



La Red asume un papel clave en el nuevo modelo de negocio

La Dirección de MAPFRE Seguro España ha reunido entre septiembre y octubre a los Delegados de MAPFRE con objeto de detallar la estrategia de captación de nuevo negocio y las herramientas de la compañía para fidelizar a los clientes en el actual escenario comercial. En el actual modelo de negocio la Red debe asumir, una vez más, un papel protagonista. (Página 3)

Entrevista con Jesús Martínez Castellanos
Recientemente reunido Consejo Delegado de MAPFRE-EMPRENSAS, sobre el papel que debe desempeñar la Red en este negocio. (Página 2)



El objetivo es mantener la cartera
Delegados de toda España valoran el apoyo de MAPFRE a la Red Agencial y explican su estrategia para hacer frente a las nuevas tendencias. (Página 7)



«Despega 2012», impulsó hasta final de año
La campaña ofrece en la etapa final de 2012 beneficios para nuevos clientes e incentivos para la Red. (Página 11)



En España, la relación con los delegados y agentes que forman parte de la red comercial, con los que hay un especial vínculo fruto de su dedicación exclusiva y fidelidad a los principios de actuación del Grupo, se produce a través de diversos medios, entre los que destacan por su importancia la infraestructura técnica y humana que aportan las oficinas directas, tanto a través de sus directores como del equipo de asesores y gestores de clientes. Para articular esta relación, se ha diseñado un modelo de actuación comercial que define cómo mantener formados e informados a los mediadores e incluye orientaciones y criterios relativos al desempeño profesional adecuado en cada caso. Esta estrecha relación, a través de la organización territorial, se complementa con medios escritos (revistas, documentación y manuales), información a través del Portal Interno y contacto a través de las plataformas operativas y telefónicas, que cuentan con áreas para la atención de los mediadores donde pueden realizar todo tipo de consultas y recibir orientación técnica y comercial. Además, se ha llevado a cabo una mejora y ampliación de las aplicaciones instaladas en el Portal Interno al que tiene acceso toda la Red Agencial de MAPFRE.

Entre las iniciativas desarrolladas en 2012 destacan las reuniones específicas celebradas con la Red para presentar el nuevo modelo de negocio comercial que la entidad impulsa actualmente en España. En este ejercicio, además, se ha continuado avanzando en la mejora de los sistemas de comunicación de MAPFRE con sus Mediadores, aumentando su eficiencia para agilizar en lo posible el intercambio de información. Entre estos sistemas destaca la progresiva implantación del Catálogo de Contenidos de la Red Agencial de MAPFRE y las mejoras introducidas en los procedimientos del Sistema de Gestión Comercial (SGC). También en 2012 se ha desarrollado el programa de Delegados MAPFRE, que contempla ayudas para la implantación de telefonía IP y móvil, para

dotación tecnológica y una línea de asesoramiento fiscal o laboral, entre otros aspectos.

Existen, por otra parte, medios específicos para articular la relación con los Corredores, dadas las diferentes necesidades y planteamientos propios de estos profesionales. La atención a las diferentes corredurías se lleva a cabo desde las oficinas de canales complementarios. Esto permite seguir potenciando un trato profesional, cercano y adaptado a un canal con tanto protagonismo en el sector. De forma complementaria, el Centro Nacional de Corredores facilita la gestión con las grandes corredurías, añadiendo valor a la relación entre éstas y la Red Agencial de MAPFRE. El Grupo cuenta con canales de comunicación orientados específicamente a corredores y ha creado un newsletter dirigido a los operadores de bancaseguros.

Por otra parte, en España MAPFRE pone a disposición de sus Mediadores una amplia variedad de herramientas, entre las que destacan el Portal Interno para la Red Agencial; la Oficina 2000 para agentes plaza y empleados; la plataforma informática PDM exclusiva para delegados; el portal de corredores y el de concesionarios; el sistema de publicación de informes INFORED, que facilita el seguimiento y la gestión de la actividad comercial; el Gestor de Campañas; el Sistema de Gestión Operativa; el Sistema de Gestión Comercial, y el Sistema de Distribución Agencial, una herramienta a través de la cual las oficinas directas de MAPFRE pueden distribuir productos bancarios de BANKIA, procedentes de CAJA MADRID.

Durante este ejercicio se ha continuado desarrollando el proyecto "La RED en la Red", para reforzar la presencia de las oficinas MAPFRE en Internet y su capacidad de relación con el cliente a través de esta herramienta. Asimismo, se están desarrollando e impulsando plataformas *on-line* que favorecerán el aprovechamiento de las redes sociales en la gestión comercial.

Fuera de España existen también herramientas para facilitar la comunicación con la red comercial, como el *site* Mediadores de Portugal; el microsite M@pfrenet o el *newsletter* digital para delegados en Argentina; los boletines CIMA Comercial en Colombia; Mi MAPFRE en México; Notiflash en Panamá; y MAPFRE Connect y "blog da rede", en Brasil. Asimismo se celebran



Jornada del Club Prestigio en Madrid

reuniones presenciales y existen aplicaciones on line y micrositos específicas en Turquía.

Existen también en los países de América Latina distintas herramientas para facilitar el trabajo de los mediadores entre las que destacan los Centros de Conservación de Cartera (CCC), los cotizadores *on-line*, la herramienta Pivotal Next, un sistema de gestión comercial cuyo objetivo es fomentar la retención de clientes; el Sistema de Protección de Pagos y el Centro de Conservación de Clientes, en Argentina; el SI24, para prestar apoyo en la gestión de clientes y declaración de siniestros, y el portal MAPFRE en línea (MEL), para la gestión de cartera y cobros, ambos en Chile; el portal Zona Aliados y el portal Segla II para cotizar, emitir y cobrar pólizas *on-line*, en México; los cotizadores web en Guatemala y Uruguay; y el sistema Tronador en Paraguay.

c. Selección

En el proceso de selección de nuevos Mediadores en España, MAPFRE tiene establecido un protocolo que incluye la realización de dos series de pruebas psicométricas dirigidas a evaluar la eficacia comercial y los rasgos de personalidad, tales como orientación a la venta y actitudes. Este proceso requiere la intervención del responsable comercial y de los formadores y responsables de formación de la Red, quienes aplican y corrigen las pruebas psicométricas con el fin de elegir profesionales con capacidad, potencial y ética en su actuación.

En América, existen distintos sistemas de selección de Mediadores, entre los cuales se encuentran la realización de un test comercial para la valoración de habilidades y competencias profesionales en Chile; la aplicación de exámenes psicométricos para evaluar la eficacia comercial y las aptitudes personales en México; y la realización de un test de orientación comercial, psicotécnico y psicológico en Perú.

d. Formación

Un elemento de diferenciación de MAPFRE en la relación con sus Mediadores es la importancia concedida a la formación. En 2012 se ha continuado impulsando la profesionalización de la red comercial a través de la formación adaptada a las necesidades de cada mediador, con especial atención a la capacitación en nuevos productos, la formación enfocada a la fidelización de clientes, la formación inicial y de reciclaje, y la información centralizada. Asimismo, se ha continuado con el programa de capacitación específico para oficinas de canales complementarios, adaptado a sus necesidades concretas.

Además, se ha llevado a cabo el Plan de Formación 2012 para la Red Agencial de MAPFRE, concebido para ayudar al cumplimiento de los objetivos y al desarrollo profesional de las personas que la integran, que responde a las necesidades formativas de cada puesto, según los conocimientos y experiencia de cada alumno. El Plan se adapta a la estructura establecida para todas las áreas de formación del Grupo, e incluye información corporativa orientada a transmitir la política, cultura, estrategia y valores de la compañía; capacitación técnica, orientada al conocimiento de los procesos de las distintas áreas o Divisiones del Grupo; y formación comercial, dirigida a proporcionar conocimientos sobre productos,

herramientas, habilidades y técnicas de venta. Este colectivo ha sido también destinatario del programa corporativo Actitud MAPFRE.

En España, a lo largo de 2012 estos tipos de formación se han distribuido de la siguiente forma:

| MEDIADORES | Tipo | HORAS |
|----------------------|-------------|----------------|
| COMERCIAL | Multimedia | 107.601 |
| | Presencial | 493.148 |
| CORPORATIVA | Multimedia | 431 |
| | Presencial | 452 |
| TÉCNICA | Multimedia | 5.652 |
| | Presencial | 3.044 |
| TOTAL GENERAL | | 610.328 |

| EMPLEADOS (RED COMERCIAL) | Tipo | HORAS |
|----------------------------------|-------------|----------------|
| COMERCIAL | Multimedia | 19.466 |
| | Presencial | 78.809 |
| CORPORATIVA | Multimedia | 808 |
| | Presencial | 19.185 |
| TÉCNICA | Multimedia | 24.364 |
| | Presencial | 1.014 |
| TOTAL GENERAL | | 143.646 |



Programa de formación para nuevos delegados de la DGT Madrid-Baleares

Cabe mencionar además la formación impartida al colectivo de nuevos mediadores, y especialmente a los agentes profesionales y agentes subvencionados. A lo largo de 2012 se han formado 1.085 nuevos mediadores. En conjunto, el colectivo de nuevos mediadores ha recibido un total de 236.288 horas de formación.

En el ámbito internacional se han impartido más de un millón de horas de formación comercial y de formación institucional, entre otras materias.

e. Programas de apoyo

En la profesionalización de Mediadores, durante 2012 se ha continuado con el programa Agente Profesional MAPFRE, ampliando la subvención para estos nuevos agentes de 3 a 4 años,

y se ha desarrollado el Programa de Orientación de Carrera (POC) en Panamá, que tiene como objetivo potenciar una fuerza de ventas propia.

Acuerdos de distribución

En España, en los últimos años se ha impulsado la distribución multicanal, prestando especial atención a los diferentes tipos de Mediadores (agentes, corredores y operadores de bancaseguros), además de a los agentes exclusivos del Grupo. En esta línea, las oficinas de canales complementarios; procedentes de acuerdos con distintas entidades, permiten ofrecer una atención especializada y complementar la capacidad de distribución de la red comercial de MAPFRE.

Destacan en este sentido la alianza con BANKIA (procedente del acuerdo con CAJA MADRID) –que implica la colaboración recíproca de las redes comerciales de ambos grupos– y las establecidas con BANKINTER (para Vida y Seguros Generales), CAJA CASTILLA-LA MANCHA y CAJA DUERO (para Vida y Pensiones), y CATALUNYACAIXA (para Vida y Seguros Generales), entre otras. En conjunto, en este ejercicio MAPFRE distribuyó sus productos en España a través de 4.049 oficinas de bancaseguros. El canal bancario aportó a MAPFRE un volumen de primas de 1.760 millones de euros.

El Grupo mantiene además acuerdos de distribución de seguros con otras entidades financieras, talleres, concesionarios de automóviles y centros comerciales, entre otros. Al cierre de 2012 contaba con 815 acuerdos de este tipo.

En América Latina, MAPFRE mantiene acuerdos de bancaseguros con el BANCO HIPOTECARIO DOMINICANO, con BBVA, HSBC, y con el BANCO DO BRASIL, entre otros. Al cierre de 2012, MAPFRE contaba con otros 1.193 acuerdos de distribución en la región que complementan la actividad comercial de su red. Asimismo, se mantienen acuerdos con las principales entidades microfinancieras de distintos países.

En Estados Unidos, MAPFRE mantiene acuerdos de distribución exclusivos con clubes de la Asociación Americana del Automóvil (AAA), que comercializan sus productos a través de sus puntos de venta.

MAPFRE apoya la actuación de las entidades con las que mantiene alianzas o acuerdos de distribución. En esta línea, en 2012 se ha continuado con la coordinación de la formación comercial entre MAPFRE y la red de BANKIA procedente de CAJA MADRID, siendo los formadores del Grupo los responsables de impartir formación sobre los seguros de Automóviles, Hogar, Salud y Vida a los profesionales de la organización territorial de esta entidad; y continúan los planes de formación específicos sobre todas las líneas de productos de MAPFRE para otras entidades de bancaseguros con las que el Grupo mantiene acuerdos de distribución.



Mesa redonda sobre el agente exclusivo y la distribución multicanal en la Semana del Seguro



Nueva oficina en el edificio de MAPFRE, Majadahonda 3 (Madrid)

MAPFRE y sus proveedores

MAPFRE mantiene con sus proveedores relaciones basadas en la calidad de los servicios y productos que ofrecen, y en la integridad de sus prácticas empresariales, a la vez que les garantiza una actuación socialmente responsable, transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establece la normativa interna de contratación del Grupo.

Tipos de proveedores

El Grupo distingue tres categorías de proveedores con los que tiene diferentes tipos de relación:

- Proveedores de bienes y servicios de carácter general (servicios postales, valija y mensajería, material publicitario y promocional, gestión documental y archivo, servicios de impresión, mobiliario oficina, viajes de negocio, servicios derivados de la gestión de inmuebles), que se relacionan con MAPFRE a través del Departamento Central de Medios, que gestiona para todo el Grupo en España las compras de dichos bienes y servicios, establece las normas generales aplicables en dicha materia, y coordina la información a los órganos de decisión de MAPFRE sobre la actuación del Grupo en relación con sus proveedores.
- Proveedores de bienes y servicios específicos de cada actividad operativa, fundamentalmente relacionados con la atención de siniestros (reparaciones de automóviles y hogar, prestación de servicios sanitarios, servicios de atención en carretera, etc.), que son gestionados por las respectivas Unidades y Sociedades Operativas de acuerdo con las normas generales que establece la Dirección General de Recursos y Medios.
- Proveedores de bienes y servicios tecnológicos (*hardware*, *software*, desarrollo de soluciones, servicios tecnológicos y comunicaciones), que se relacionan con MAPFRE a través de la Dirección General de Tecnologías y Procedimientos.

En total, MAPFRE ha mantenido principalmente relación en 2012 con 339.785 proveedores con el siguiente desglose:

| TIPOLOGÍA | NÚMERO DE PROVEEDORES | | |
|--|-----------------------|------------------------------|-------------------|
| | Seguro Directo España | Seguro Directo Internacional | Negocios Globales |
| Bienes y servicios de carácter general | 272 | 5.487 | 6.626 |
| Bienes y servicios específicos | 67.879 | 165.596 | 92.192 |
| Bienes y servicios tecnológicos | 155 | 1.166 | 412 |
| Alcance Grupo MAPFRE | | | |

En 2012, el coste total facturado por los proveedores a entidades de seguros del Grupo ha ascendido a más de 4.968 millones de euros, con el siguiente detalle:

| COSTE | MILLONES DE EUROS | | |
|--|-----------------------|------------------------------|-------------------|
| | Seguro Directo España | Seguro Directo Internacional | Negocios Globales |
| Bienes y servicios de carácter general | 111 | 114 | 93 |
| Bienes y servicios específicos | 1.562 | 2.315 | 453 |
| Bienes y servicios tecnológicos | 198 | 109 | 9 |
| Datos en millones de euros/Alcance: Grupo MAPFRE | | | |

Canales de relación y sistemas de apoyo

Con carácter general, la relación con los proveedores se articula a través de plataformas *web*, portales específicos, plataformas telefónicas propias o concertadas, líneas telefónicas específicas, redes sociales, boletines y grupos de trabajo, aunque existen responsables de proveedores específicos para cada área de negocio y para bienes y servicios tecnológicos que gestionan la relación con los mismos. De esta forma, además de los canales específicos diseñados para cada tipo de proveedor, existe una comunicación permanente y periódica de MAPFRE con dicho colectivo. Merecen destacarse como canales especialmente significativos los siguientes:

- El Portal de Compras (SAP) puesto en marcha en 2012 y utilizado por MAPFRE FAMILIAR, MAPFRE EMPRESAS y MAPFRE VIDA para la realización de pedidos de material y que permite a los proveedores acceder a las órdenes generadas.
- El Portal de MAPCOL para proveedores de servicios de asistencia y reparación del Automóvil (grúas, taxis, talleres), a través del cual pueden autofacturarse y canalizar todas sus relaciones con MAPFRE FAMILIAR, incluyendo la suscripción gratuita a publicaciones especializadas, acceso a un canal de preguntas técnicas, y otras ventajas. Al cierre de 2012 estaban registrados en este portal más de 31.701 proveedores y se habían realizado más de 1.443.774 visitas.
- El Portal INFOCOL, a través del cual los proveedores de prestaciones patrimoniales mantienen una comunicación permanente con MAPFRE FAMILIAR. A finales de 2012 se habían registrado en esta plataforma y operaban a través de ella 531 peritos, 350 abogados, y 3.961 profesionales de reparación -la totalidad de los que colaboran con la entidad-, que también cuentan con un sistema de comunicación de encargos a través de SMS.
- El Servicio de Atención al Profesional Sanitario, dirección de correo electrónico para estos proveedores en la web de MAPFRE, y el Servicio Telefónico de Atención al Profesional, mediante los cuales los profesionales sanitarios pueden obtener todo tipo de información para el desarrollo de su actividad. Además, existe un portal específico para este colectivo en el que pueden consultar información relevante sobre facturación, baremos y servicios prestados.
- La Aplicación Mundial de Asistencia (AMA) de MAPFRE ASISTENCIA en la que se incorpora un sistema de seguimiento del servicio, costes y facturación.

— La plataforma operativa FUTURA para la gestión de Asistencia, ya implantada en Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Grecia, Italia, México, Turquía y Venezuela, que integra en el proceso al cliente y al proveedor, y permite realizar una mejor gestión de flotas.

— Otras plataformas como el sistema de gestión online “Abastecerse” de Argentina; el Sistema Remedy para proveedores específicos de Tecnología de Brasil; un nuevo portal lanzado en Colombia; y las nuevas herramientas para la elección de proveedores y de Asistencia en Carretera de Puerto Rico. En Brasil, la relación con proveedores se articula a través de las Academias de Sostenibilidad y el Modelo de Gestión Sostenible de Proveedores.

— Destaca la utilización de redes sociales para la comunicación con proveedores en Brasil, Filipinas y Perú.

Criterios de selección

De acuerdo con lo establecido en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE, las pautas globales en las que se basa la selección de proveedores dentro del Grupo son las siguientes:

— La selección y contratación de productos o servicios a terceros debe realizarse con criterios técnicos, profesionales y económicos objetivos, siempre atendiendo a las necesidades e intereses de MAPFRE, y cumpliendo con las normas internas de selección y contratación establecidas al efecto.

— No se podrán establecer relaciones con proveedores que infrinjan la ley o los principios básicos establecidos en dicho Código.

— Ningún empleado de MAPFRE podrá recibir u ofrecer cantidades en concepto de comisiones o gratificaciones, ni regalos o favores de cualquier otra naturaleza por actuaciones que esté realizando en nombre de MAPFRE, salvo los regalos de cortesía de valor simbólico o de carácter publicitario, de acuerdo con lo establecido en las normas internas de contratación y gastos.

— Los empleados deben situar los intereses de la empresa por encima de los suyos propios en cualquier negociación realizada en nombre de MAPFRE.

De acuerdo con dichos principios, la selección de los proveedores en general y el seguimiento de sus contratos se realizan con criterios objetivos, en los que se valoran factores como la calidad, el precio, la infraestructura con la que cuentan, el reconocimiento en el mercado, así como la pertenencia al colectivo de colaboradores de alguna de las entidades de MAPFRE, y su historial de calidad en el servicio prestado a las mismas.

El cumplimiento de la normativa fiscal y laboral vigente en los diferentes países, así como la implantación de medidas de seguridad cuando procede, son requisitos indispensables para su elección. Otros factores que se valoran de forma positiva son el tiempo de respuesta, el servicio posventa, la cobertura geográfica, y el valor añadido que puedan aportar a los asegurados y clientes de MAPFRE.

En España, MAPFRE FAMILIAR o en la Subdirección General de Medios, los candidatos que no son seleccionados como proveedores, pero cumplen los criterios requeridos, pasan a formar parte del Listado de Proveedores Potenciales de modo que en el futuro se pueda recurrir a sus servicios. La Subdirección General de Medios continúa la implantación de su modelo operativo para la homologación y la selección de los proveedores de carácter general y en 2012 ha puesto en marcha en España un Portal Corporativo de Compras. Además se está definiendo un Cuestionario de Evaluación y Catalogación de Proveedores, que incluirá criterios medioambientales y de sostenibilidad.

Con independencia de estos criterios generales:

— MAPFRE FAMILIAR, MAPFRE EMPRESAS y MAPFRE VIDA disponen de un formulario de catalogación donde se evalúan las capacidades globales de los proveedores, además de su situación financiera.

— MAPFRE FAMILIAR cuenta con procedimientos específicos para los proveedores de Automóviles (Guía de Talleres Distinguidos y Guía de Selección de Proveedores de Asistencia en Viaje para Taxis y Grúas). Además, para la selección de proveedores sanitarios, junto a los criterios de calidad y acreditación, se tienen en cuenta aspectos como el número de asegurados, habitantes, y necesidades asistenciales y comerciales. En el caso de los hospitales, también se valora la oferta de servicios existente.

— MAPFRE ASISTENCIA aplica criterios técnicos en sus diferentes procesos de selección, en función de las diferentes tipologías de proveedores: grúas, vehículos de alquiler, centros médicos, peritos, talleres de reparación, traslado sanitario, etc.

— Merecen también destacarse los siguientes procedimientos de selección de proveedores de bienes y servicios de actividades operativas: el Sistema de Cotizaciones en Línea y Comité de Compras de Argentina; las herramientas Solicitud de Propuesta y de Cotización de Brasil; el Manual de Compras y Proveedores de Chile; la normativa de Registro y Evaluación de Proveedores desarrollada en Colombia; el Manual de Políticas de Contratación de Proveedores de Nicaragua; el Programa de Licitación on line de



Paraguay; y el Comité de Credenciales para el área de Salud, el Manual de Procedimientos de Compras, el Sistema de Documentación de Procesos y la solicitud de acreditaciones en Puerto Rico. Además de estas herramientas específicas para la selección de este colectivo, Brasil, Chile, Guatemala, México, Nicaragua, Perú y República Dominicana cuentan con políticas concretas para su homologación.

— En los procesos de selección de proveedores de bienes y servicios de carácter general destacan la Política de Abastecimiento de Argentina; el Manual de Procesos Logísticos utilizado en Colombia; el Manual de Políticas de Compra de Chile; el Sistema de Subastas Electrónicas y el nuevo proceso de certificación de proveedores administrativos de Perú; y la Normativa de Procesos Administrativos para estos proveedores de Venezuela.

— La Dirección General de Procedimientos y Tecnologías aplica una política de selección específica para sus proveedores y cuenta con procedimientos marco de servicios normalizados. También destacan en esta área la Normativa y las Disposiciones aplicadas en México, y los sistemas utilizados en Brasil.

Fidelización

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE es alta, siendo la rapidez en el pago uno de los factores más valorados. MAPFRE ha desarrollado también programas específicos de fidelización de sus proveedores en diferentes áreas, entre los que destacan los de MAPFRE FAMILIAR en el área de Automoción (Programa de Fidelización y Calidad Taxi 2011-2012 y Programa de Fidelización y Calidad Proveedores Grúa 2011-2012), que incluyen, entre otras ventajas, descuentos en empresas del Grupo, servicios gratuitos como el de asesoría jurídica, y acuerdos con marcas de vehículos y con establecimientos para la compra de materiales. MAPFRE mantiene también un acuerdo con la entidad financiera FRACCIONA para que sus proveedores puedan acceder a créditos al consumo en condiciones muy ventajosas.

MAPFRE ASISTENCIA mantiene también programas de fidelización para sus proveedores en Turquía, Estados Unidos, Grecia, Irlanda, o Italia con descuentos en neumáticos, navegadores, combustible, mensajería y ropa de trabajo.

La rotación de los proveedores que colaboran con las entidades del Grupo es en general reducida. Las razones más habituales de las bajas son el incumplimiento de sus obligaciones, o su inadaptación a los requerimientos del servicio en cada momento.

Formación

MAPFRE mantiene también un fuerte compromiso con la formación de sus proveedores, como medio de mejorar el servicio a sus clientes y asegurados. Con este fin, los proveedores reciben de forma general información acerca de la cultura de MAPFRE y de su filosofía de la calidad. De forma general se desarrollan sistemas, materiales o dossiers formativos, herramientas y cursos on-line y presenciales para proveedores, de forma que se facilite su labor y puedan mantenerse actualizados en cuanto a modificaciones legislativas, desarrollos tecnológicos u otros temas relevantes para el desarrollo de sus funciones. Merecen destacarse:

— Los diversos cursos que se imparten en España a los proveedores de servicios en relación con la gestión de reparaciones y servicio al cliente, como los de Gerentes de Empresas de Asistencia en Carretera, Metodología y Técnicas de Asistencia en Carretera, Metodología y Técnicas de Asistencia a Motocicletas, y Metodología y Técnicas de Asistencia a Vehículos Industriales. MAPFRE FAMILIAR incluye en su programa formación específica para los denominados Talleres Distinguidos, como los de Soldadura de Aluminio. En 2012, ha impartido 4.824 horas de formación a sus proveedores.

— El Manual de Facturación del Profesional Sanitario y formación específica en Valoración del Daño Corporal para este colectivo.

— Las reuniones formativas con los nuevos proveedores patrimoniales de MAPFRE FAMILIAR sobre el Portal INFOCOL y las pautas de trato a los clientes.

— La formación de MAPFRE FAMILIAR, MAPFRE VIDA y MAPFRE EMPRESAS en el uso de la aplicación del nuevo portal para proveedores y en el funcionamiento de la factura digital.

— Los materiales de formación del procedimiento de verificación y valoración, según la política de VERTI.

— Las acciones formativas para la gestión de servicios a través de la herramienta Futura de MAPFRE ASISTENCIA realizadas en Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Grecia, Italia, México, Turquía y Venezuela, así como las acciones específicas para la incorporación en esta herramienta de nuevos proveedores (Italia), y actualización de los existentes y los cursos sobre relaciones humanas (Turquía). También se ha impartido formación relacionada con seguridad en la conducción de grúas (Grecia, Malta y Turquía) y en técnicas de asistencia en carretera y atención al cliente.

— Los cursos para Peritos y Talleres sobre chapa, pintura, mecánica y administración eficiente impartidos en Argentina; la formación realizada en Brasil para dar a conocer la política de compras y la incluida en la Academia de Sostenibilidad en los que participaron 139 proveedores en 2012; los cursos Trabajo Seguro en las Alturas y Seguridad Industrial, impartidos en Colombia; el material de apoyo distribuido en México; la formación para Proveedores tecnológicos, y los manuales y guías informativas en salud y asistencia en carretera de Puerto Rico; las sesiones sobre coberturas y prestaciones aseguradoras en Perú; y los cursos de atención y servicio al cliente en El Salvador.

— Los cursos y congresos organizados por CESVIMAP (Centro de Experimentación y Seguridad Vial de MAPFRE) a los que tienen acceso los proveedores del Grupo.

Junto a la formación técnica, los proveedores de particulares y empresas de MAPFRE tienen acceso a los principios institucionales y empresariales del Código de Buen Gobierno y la Política de Responsabilidad del Grupo. En España, esta información se facilita a través del portal MAPCOL, entre otros canales. En el exterior, en 2012 se ha realizado diferentes acciones formativas para divulgar estos aspectos. En concreto, en Argentina en 2012 se ha distribuido la Política Medioambiental y Energética a todos los proveedores; en Brasil, la formación en este campo se ha articulado a través de

las Academias de Sostenibilidad y el Modelo de Gestión Sostenible de Proveedores; y en Colombia, El Salvador, México, Nicaragua, Paraguay y República Dominicana, los proveedores también reciben información sobre estos aspectos.

Calidad

Todas las entidades del Grupo llevan a cabo un seguimiento de la calidad del servicio que prestan sus proveedores, principalmente a través de visitas a las instalaciones del proveedor o encuestas entre los clientes. Las evaluaciones de calidad y los criterios utilizados varían en función de las actividades que realizan para MAPFRE. En general, se lleva a cabo una evaluación del grado de cumplimiento del servicio, del plazo en el que se ha realizado el mismo, y de la competitividad de sus tarifas. El sistema de evaluación de los proveedores se extrae de diferentes canales: incidencias detectadas por los operadores; visitas, reuniones o convenciones con los proveedores; comités de compras; comunicación con el cliente; y auditorías internas y específicas. Los principales parámetros de calidad son los siguientes:

— MAPFRE FAMILIAR efectúa diversos controles y acciones para evaluar e impulsar la calidad del servicio proporcionados por sus proveedores operativos. Por una parte, se realiza un seguimiento del número de quejas y reclamaciones derivadas de las actuaciones de los proveedores de servicios de asistencia y reparación del Automóvil. Además, dentro de los programas desarrollados para impulsar la calidad, durante el ejercicio 2012 se ha facilitado la obtención gratuita de certificaciones de Calidad TQ a 3 Talleres Distinguidos (TD). Dicha certificación, expedida por CESVIMAP, distingue a los talleres que son capaces de ofrecer una mayor calidad de reparación a sus clientes, teniendo en cuenta criterios referentes a instalaciones y equipos, personal y procedimientos de trabajo. MAPFRE FAMILIAR utiliza también la Encuesta de Satisfacción de Clientes para Proveedores de Automóviles realizada por ICEA, en la que, entre otros resultados, destacan los siguientes:

| PROVEEDORES DE AUTOMÓVILES | |
|--|-----|
| % clientes que valora entre 7 y 10 el cumplimiento de sus expectativas | |
| Servicio de Rent a Car | 88% |
| Servicio de los TD de Lunas | 94% |
| Servicio de Grúa | 96% |
| Servicio de Taxi | 96% |
| Servicio de los TD Carrocería | 90% |
| Servicio de reparación Patrimoniales | 88% |
| Fuente: ICEA. Encuesta de Satisfacción de Clientes para Proveedores de Automóviles (2011-2012) | |

Los siguientes datos, reflejan el resultado de las evaluaciones de la calidad de los proveedores de prestaciones patrimoniales de MAPFRE FAMILIAR realizados en 2012:

| | Reparadores |
|--|-------------|
| Ratio de servicios retrasados en devolución ¹ | 0,33 % |
| Vida media del servicio retrasado (días) ² | 1,01 |
| Incidencias en los servicios | 0,54% |

(1) Mide el porcentaje de servicios finalizados fuera del plazo establecido

(2) Mide los días desde que se ha cumplido el plazo de devolución hasta que finaliza el servicio



Vehículos de Asistencia de MAPFRE PERÚ

Se han llevado a cabo también un total 30.135 controles de calidad para verificar el trabajo realizado en las prestaciones.

Asimismo, dentro de la campaña de calidad de proveedores de Hogar (Tourmap 2012), se ha premiado a un total de 80 proveedores valorando aspectos como la puntualidad, la calidad del trabajo realizado, el trato al cliente, la imagen profesional, la limpieza y el orden, y la uniformidad en la utilización de la vestimenta MAPFRE.

También se utilizan diferentes indicadores para evaluar la calidad de los servicios prestados por los proveedores sanitarios y funerarios, como la capacidad resolutoria de problemas, la actitud comercial, la disponibilidad de vehículo, la instalación de tanatorio, etc.; y está prevista la puesta en marcha de un plan integral de calidad de servicios médicos.

— MAPFRE ASISTENCIA mide en cada una de sus unidades una serie de parámetros mínimos que incluyen ratios de rechazo de servicios y de reclamaciones procedentes, el tiempo medio de llegada al lugar de la asistencia, la satisfacción de clientes y el estado de los equipos y las instalaciones. De forma global, el 73,4 por 100 de los proveedores de esta entidad señalaron estar muy satisfechos en 2012. La calificación más elevada se alcanzó en Alemania.

— Son relevantes las evaluaciones periódicas realizadas a proveedores para el seguimiento de su actividad en Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay. Además, en Argentina, Brasil, Colombia, México, Nicaragua, Perú, Puerto Rico y República Dominicana se realizan encuestas para medir el grado de satisfacción de los proveedores con MAPFRE, destacando los resultados de Perú, donde el 85 por 100 de los proveedores está satisfecho de su relación.

En el marco de las relaciones con los proveedores de bienes y servicios tecnológicos, también se llevan a cabo diversos controles a través de encuestas internas y reuniones de seguimiento en las que se miden diferentes atributos como eficacia de los proyectos, integración, fiabilidad, transparencia, eficiencia en costes, liderazgo y gestión por procesos que se realizan desde la Dirección General de Tecnologías y Procedimientos.



El concepto de sostenibilidad ha estado siempre presente en los valores de MAPFRE desde sus orígenes, y está recogido expresamente en su Código de Buen Gobierno. La Política Medioambiental, que todos los empleados del Grupo deben asumir y respetar, es la expresión de este compromiso con el desarrollo sostenible, que también se recoge en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE.

La Política Medioambiental y Energética de MAPFRE se articula en torno a tres pilares:

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA DE MAPFRE

| | |
|---|--|
| INTEGRACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA ENERGÍA EN EL NEGOCIO | Aplicación de criterios medioambientales y energéticos en los procesos de planificación y toma de decisiones sobre cuestiones que puedan ejercer impactos medioambientales y energéticos, como son el proceso de valoración de inversiones, la selección de proveedores o la gestión de inmuebles |
| | Desarrollo de productos y servicios que contribuyen a la mejora de la gestión del riesgo medioambiental y del consumo sostenible de la energía en la Sociedad |
| GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA | Cumplimiento de la legislación medioambiental y energética que es de aplicación a su actividad, así como otros compromisos adquiridos de forma voluntaria, y adopción de medidas para la mejora continua de su comportamiento en este ámbito a través del desarrollo de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética, que fija objetivos periódicos cuyo cumplimiento se verifica mediante el desarrollo de auditorías, y que dispondrá de la información y los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos y metas anuales. El presente documento constituye el marco de referencia para establecer y revisar los mismos |
| | Utilización de forma racional de los recursos, minimizando los consumos de agua, papel y energía, reduciendo la generación de residuos y emisiones, y favoreciendo el reciclado, a través de la implantación de buenas prácticas medioambientales y de ahorro y eficiencia energética; y búsqueda de soluciones tecnológicas eco-eficientes para los edificios, que permitan un óptimo desempeño energético |
| | Empleo de los medios necesarios para asegurar que esta Política Medioambiental y Energética sea conocida por todos los empleados y esté a disposición del público, e información periódica de los progresos logrados en su gestión medioambiental y energética |

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA DE MAPFRE

| | |
|---|---|
| PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA | Puesta de recursos a disposición de los empleados para que participen en el logro de los objetivos medioambientales y energéticos de MAPFRE y contribuyan al desarrollo sostenible |
| | Desarrollo de actuaciones para lograr una mayor concienciación medioambiental y energética de la Sociedad, a través de actividades de educación, sensibilización y divulgación destinadas a colectivos diversos, así como con la promoción de buenas prácticas medioambientales y de rendimiento y ahorro energético entre clientes y proveedores |
| | Contribución a la investigación, al desarrollo y a la difusión del conocimiento científico y tecnológico que tiene como finalidad la preservación del Medio Ambiente y de los recursos energéticos, y participación en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueve y apoya el desarrollo de iniciativas para su protección |

Integración en el negocio

La integración en el negocio involucra a la totalidad de la cadena de valor y afecta de forma especial a los clientes, principales beneficiarios de la actividad de MAPFRE. Se materializa, por un lado, en los seguros para riesgos medioambientales y el adecuado tratamiento de dichos riesgos, en colaboración con el asegurado y para el mutuo beneficio; por otro lado, en la creación y comercialización de productos que, además de proporcionar al cliente servicios adecuados a sus necesidades, constituyen una herramienta para la conservación del medio ambiente y el uso racional de la energía.

Su descripción y alcance se muestran en el apartado Productos y Servicios para el Riesgo Ambiental (sección MAPFRE y sus clientes) de este Informe.

Gestión medioambiental

La gestión medioambiental se estructura a través del Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética (SIGMAYE), marco corporativo de MAPFRE para prevenir y gestionar los potenciales efectos de la actividad del Grupo sobre el medio ambiente y para asegurar la correcta gestión energética en el desarrollo de dicha actividad.

— Evaluación de los objetivos ambientales de 2012

El sistema establece, por un lado, objetivos específicos para las distintas instalaciones en las que se halla implantado; por otro, objetivos estratégicos cuyo cumplimiento muestra de forma global el comportamiento de MAPFRE en cuanto al desempeño medioambiental de sus procesos operativos.

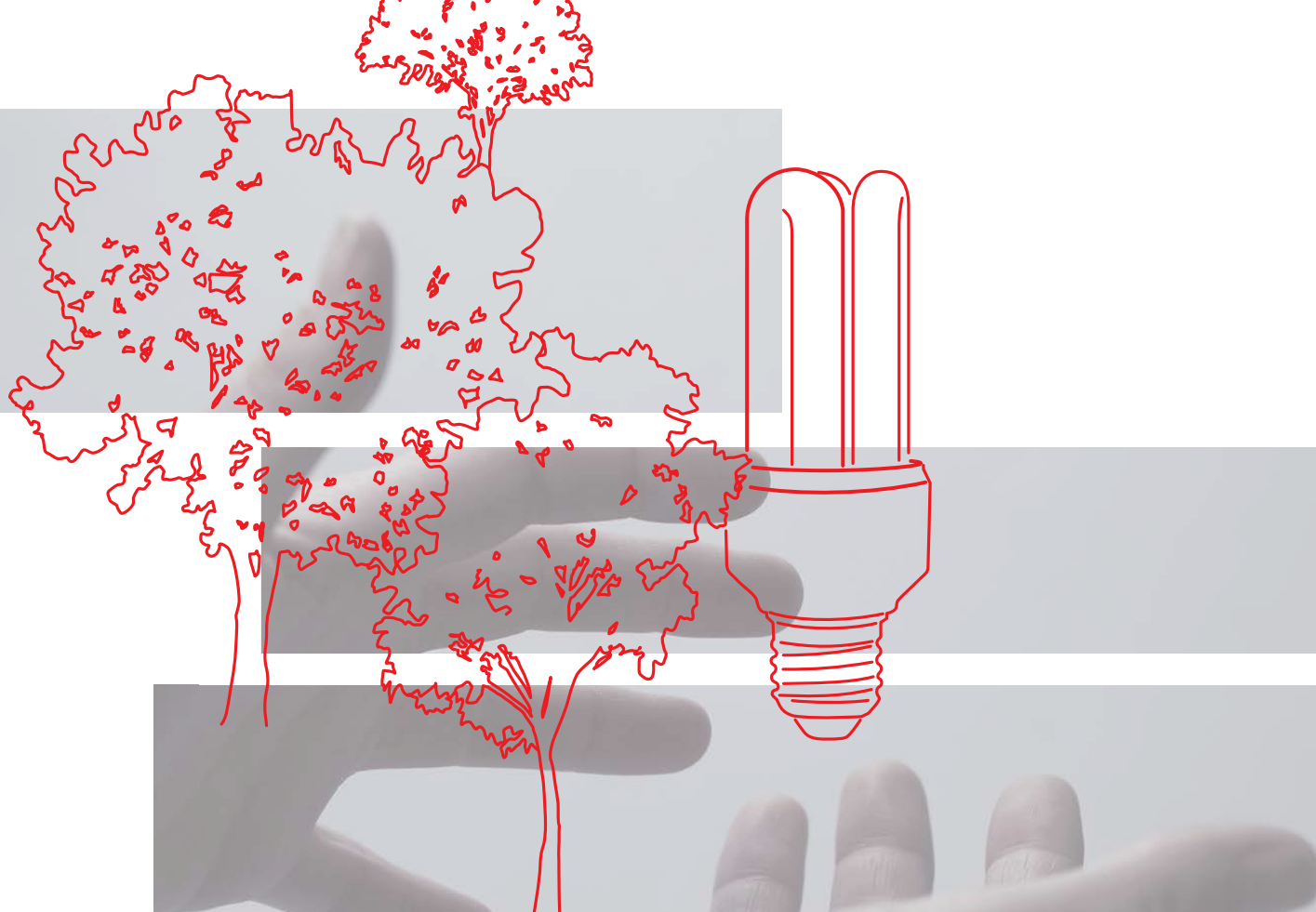
A continuación se muestra la evaluación del cumplimiento de los objetivos estratégicos relacionados con la actividad de MAPFRE, con indicación de las actuaciones planificadas y su grado de desarrollo:

| OBJETIVO | EVOLUCIÓN DEL OBJETIVO | | DESARROLLO DE ACTUACIONES PREVISTAS PARA LOGRAR EL OBJETIVO | | |
|--|------------------------|-----------|--|------------|---|
| | Resultado | Evolución | Actuaciones | Desarrollo | Comentarios |
| Mantener el porcentaje de empleados que trabajan bajo la certificación medioambiental ISO 14001 | (2,8%) | ⊖ | Ampliación de alcance al nuevo edificio Majadahonda 4 | Sí | Alcance España. Certificado un (1) edificio sin empleados de MAPFRE |
| Ampliar a 2 nuevos edificios el alcance de la certificación energética conforme a la Norma ISO 50001 | 2 centros | ⊕ | Actualización del Sistema de Gestión Energética. Gestión de Consumos | Sí | |
| Implantar el Sistema de Gestión Medioambiental en 3 entidades de MAPFRE en América. | 3 entidades | ⊕ | Creación de Estructura Local, comunicación de la Política. Implantación de procedimientos y elaboración de registros | Sí | Argentina, Colombia y Puerto Rico |
| Incrementar un 5% el porcentaje de papel que se recicla sobre el total consumido. | 8,2% | ⊕ | Implantación de planes de reciclado en entidades internacionales | Sí | Alcance Global. El porcentaje ha subido del 27,1% al 35,3% |
| Reducir un 5% la huella de carbono originada por el consumo de papel de oficina en impresoras y fotocopadoras. | (19%) | ⊕ | Políticas de ahorro en gestión de impresión | Sí | Alcance España |
| Reciclar el 70% de los consumibles | 69% | ⊕ | Política de ahorro. Plan de retirada de tóner para el gestor de impresión. | Sí | Aumento de más del 5% |
| Obtener un ahorro energético superior a 300 MWh en puestos de trabajo. | > 300 | ⊕ | Implantación de software de política de ahorro en PC | Sí | |

MAPFRE ha consolidado en 2012 el proceso de implantación del SIGMAYE en España, donde el 42,2 por 100 de los empleados realiza su actividad en centros con certificado medioambiental ISO 14001, mientras que el 31,5 por 100 de la energía consumida se encuentra bajo el alcance de la certificación ISO 50001 de gestión energética.

De forma paralela, se ha implantado el Sistema de Gestión Ambiental en los edificios sede de las Entidades MAPFRE de Argentina, Colombia y Puerto Rico, cuya Certificación ISO 14001 se prevé para el próximo ejercicio.

| INDICADORES DE GESTIÓN AMBIENTAL Y ENERGÉTICA | | | | | | |
|---|--------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| SEGURO ESPAÑA Y NEGOCIOS GLOBALES | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Empleados bajo ISO 14001 | nº | | 4.723 | 4.923 | 4.549 | ⊖ |
| Consumo energético bajo ISO 50001 | MWh | | ND | 17.202 | 20.369 | ⊕ |
| Proveedores con compromiso ambiental | nº | | 255 | 260 | 371 | ⊕ |
| Gastos ambientales | € | | 477.052 | 479.600 | 459.977 | ⊖ |
| SEGURO ESPAÑA Y NEGOCIOS GLOBALES | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Proveedores con compromiso ambiental | € | | ND | 180.912 | 484.281 | ⊕ |



Procesos de control y evaluación

Según establece el Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética, en 2012 se han realizado 60 visitas de control a edificios del Grupo, en las que se han identificado y evaluado los aspectos ambientales, así como los procedimientos para el control y minimización de su impacto. Como resultado de estas visitas, se han elaborado planes de acción que contienen propuestas de mejora, que han sido consideradas en la definición de los objetivos ambientales de cada centro de trabajo.

Los procesos de control y las revisiones técnicas periódicas permiten, entre otros, verificar el cumplimiento de los programas de mantenimiento y control de las instalaciones susceptibles de generar impactos significativos con el objetivo de asegurar un rendimiento óptimo más allá del cumplimiento que establece la normativa.

Eficiencia energética

Las medidas de ahorro en el consumo de recursos energéticos generan un doble beneficio. Por un lado, hacen más eficiente, desde un punto de vista económico, la actividad empresarial de MAPFRE; por otro, suponen un beneficio para el medio ambiente y favorecen la sostenibilidad. Entre las medidas de ecoeficiencia llevadas a cabo en 2012 merecen destacarse las siguientes:

- Establecimiento de políticas de ahorro en equipos ofimáticos asociados a los puestos de trabajo mediante la plataforma corporativa de gestión de aplicaciones de MAPFRE. De esta forma, no es imprescindible la actuación del usuario para lograr un uso eficiente de la energía en dichos equipos.

En 2012 dichas políticas se han implantado en más de 7.000 equipos y han generado un ahorro de más de 300.000 kWh.

- Realización de auditorías energéticas para la identificación y evaluación de oportunidades de mejora que incrementen la eficiencia energética de los edificios.
- Aplicación de los criterios corporativos de eficiencia y ahorro energético en reformas y nuevos edificios en el ámbito internacional de MAPFRE.
- Estudio de los ahorros generados mediante la aplicación de medidas de racionalización de horarios de funcionamiento de los edificios. El ahorro promedio en los edificios analizados supone el 2,4 por 100 del consumo eléctrico.

Es de resaltar el papel de las entidades internacionales, dado que quince de ellas ya han implantado medidas para el ahorro y la eficiencia energética en sus instalaciones; asimismo se ha planteado, a medio y corto plazo, el establecimiento de nuevas medidas, o la ampliación de alcance de las ya implantadas, en quince entidades, mientras que en tres han optado por campañas de sensibilización en el ahorro energético.

Las medidas más implantadas han consistido en la sustitución de luminarias convencionales por otras más eficientes y la instalación de sensores de presencia, aunque también se contempla la actualización de equipos de climatización.

Sobresale la amplitud de las medidas adoptadas en Brasil y Puerto Rico (entidades en las que se está implementando el Plan

Estratégico medioambiental corporativo) y de las previstas a corto plazo en estos dos países y en Estados Unidos.

| SEGURO ESPAÑA Y NEGOCIOS GLOBALES | INDICADORES DE CONSUMO DE ENERGÍA | | | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---------|------------|------------|------------|-----------|
| | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Consumo de energía total | kWh | (1) | 64.149.587 | 63.187.141 | 66.251.177 | NC |
| Total energía consumida/empleado | kWh | | 5.861 | 5.738 | 6.143 | NC |
| Consumo de energía de la red pública | kWh | (1) | 59.264.616 | 57.613.966 | 57.768.256 | NC |
| Consumo de gas natural | m³ | (1) | 150.051 | 272.585 | 471.683 | NC |
| Consumo de gasóleo | L | (1) | 329.185 | 265.135 | 341.722 | NC |
| SEGURO INTERNACIONAL | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Consumo de energía total | kWh | (2) | ND | 29.213.700 | 46.163.590 | NC |
| Total energía consumida/empleado | kWh | | ND | ND | 2.685 | NC |
| Consumo de energía de la red pública | kWh | (2) | ND | 26.055.000 | 40.437.149 | NC |
| Consumo de gas natural | m³ | (2) | ND | 475.758 | 512.363 | NC |
| Consumo de gasóleo | L | (2) | ND | 12.102,2 | 23.028 | NC |

(1) El sistema de obtención de datos de consumo en MAPFRE VIDA se ha adaptado al del resto de entidades MAPFRE, variando respecto al utilizado en 2011. Se han incluido además datos de las Comunidades de Propietarios de edificios de titularidad de entidades de MAPFRE con el mismo sistema de obtención. Los datos varían ligeramente y no son totalmente comparables.

(2) Consumo total de las entidades. En 2011 sólo figuraba el consumo de edificios sede de entidades.

El seguimiento del sistema de gestión energética implantado en los edificios conforme a ISO 50001 se efectúa a través de los indicadores de desempeño energético que se muestran a continuación.

| | INDICADORES 2012 DE DESEMPEÑO ENERGÉTICO (NORMA ISO 50001) EN ESPAÑA | | | |
|---|--|-------------------|------------|-----------|
| TORRE MAPFRE (BARCELONA) | LÍNEA BASE (2009) | 2011 | 2012 | Evolución |
| Consumo eléctrico (kWh) | 2.787.409 | 2.166.509 | 2.175.638 | NA |
| Consumo de gas (kWh) | 433.171 | 325.235 | 160.222 | NA |
| Climatización invierno (indicador propio) | 1 | 1,10 | 0,80 | + |
| Climatización verano (indicador propio) | 1 | 1,43 | 0,88 | + |
| Ascensores (kWh/pax) | 147 | 147 | 147 | = |
| MAJADAHONDA 1-2 (MADRID) | LÍNEA BASE (2010) | 2011 | 2012 | Evolución |
| Consumo eléctrico (kWh) | 14.222.948 | 14.187.726 | 13.736.304 | NA |
| Consumo de gas (kWh) | 1.799.233 | 1.432.721 | 1.490.856 | NA |
| Climatización invierno (indicador propio) | 1 | 1,06 | 1,04 | + |
| Climatización verano (indicador propio) | 1 | 1,32 | 1,09 | + |
| Ofimática (kWh/pax) | 540 | 540 | 540 | = |
| CPD (PUE) | 1,63 | 1,65 | 1,65 | = |
| ARAVACA (MADRID) | | LÍNEA BASE (2011) | 2012 | Evolución |
| Consumo eléctrico (kWh) | | 2.529.230 | 2.539.368 | NA |
| Consumo de gas (kWh) | | 85.182 | 88.703 | NA |
| Climatización invierno (indicador propio) | | 1 | 1,14 | - |
| Climatización verano (indicador propio) | | 1 | 0,93 | + |
| Ofimática (kWh/pax) | | 254 | 148 | + |
| OVIEDO (ASTURIAS) | | LÍNEA BASE (2011) | 2012 | Evolución |
| Consumo eléctrico (kWh) | | 594.031 | 590.074 | NA |
| Consumo de gas (kWh) | | 189.864 | 206.341 | NA |
| Climatización invierno (indicador propio) | | 1 | 1 | = |
| Climatización verano (indicador propio) | | 1 | 0,62 | + |
| Ofimática (kWh/pax) | | 395 | 332 | + |

Gestión de recursos

La implantación progresiva de criterios medioambientales de compra corporativa en España ha dado lugar al aumento del porcentaje de uso de papel "neutro de carbono", que en 2012 ha alcanzado el 0,9 por 100 del total. De igual forma, se mantiene o aumenta el porcentaje de uso de papel respetuoso con el medio ambiente: el 100% del papel de copias es libre de cloro (ECF), y dispone de certificado de procedencia de bosques explotados con criterios de sostenibilidad; el 98 por 100 de todo el papel consumido en España, que incluye impresos, agendas o carteles, dispone también de certificados de explotación sostenible.

Una iniciativa en favor de la sostenibilidad de recursos es el lanzamiento en 2012 del nuevo formato digital para los packs de bienvenida que se entregan al cliente con toda la documentación de su seguro, y que se ha iniciado con los clientes que contratan seguros de las modalidades Autos, YCAR, Camiones, Póliza Ecológica y Motos.

El desarrollo del proceso de gestión centralizada de impresión, que incluye la monitorización de los trabajos de impresión y la preferencia de configuraciones de ahorro de papel y consumibles que incorporan la mayoría de los equipos ofimáticos, se ha plasmado igualmente en el ahorro de papel y consumibles, como se muestra en la tabla adjunta.



| SEGURO ESPAÑA Y NEGOCIOS GLOBALES | INDICADORES DE CONSUMOS DE PAPEL Y TÓNER | | | | | |
|--|--|---------|--------|--------|-------|-----------|
| | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Total consumo de papel | Tm | | 2.000 | 1.845 | 1.463 | + |
| Total consumo papel reciclado | Tm | (1) | 26 | 27 | 16,5 | - |
| Total consumo papel "carbon neutral" | Tm | | ND | 16 | 12,8 | + |
| Papel ECF sobre total papel de copia consumido | % | | 100% | 100% | 100% | + |
| Papel con etiqueta ecológica sobre total papel consumido | % | | 99% | 97% | 98% | + |
| Papel consumido/empleado | Tm | | 0.18 | 0.17 | 0.14 | + |
| Total consumo de tóner | Ud | | 11.880 | 14.281 | 8.633 | + |
| SEGURO INTERNACIONAL | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Total consumo de papel | Tm | | ND | 2.461 | 1.570 | + |
| Total consumo papel reciclado | Tm | | ND | ND | ND | |
| Papel consumido/empleado | Tm | | ND | ND | 0.09 | |

(1) El porcentaje de "carbón neutral" respecto del total de papel consumido aumentó en 2012

Al igual que en el caso de la energía, las entidades internacionales han desarrollado importante labor en la gestión de papel, consumibles y agua, para las que diez entidades han implantado medidas de control y ahorro, cuyo alcance será ampliado a corto plazo por cuatro de ellas. Otras cinco han planificado implantar en breve medidas de este tipo, mientras que otras dos limitarán su acción a las campañas de sensibilización interna para colaboradores.

Las medidas más comúnmente implantadas consisten en la instalación de perlizadores y/o mandos automáticos en grifos, así como las configuraciones de ahorro en los equipos de impresión

Consumo de agua

En 2012 se consumieron 839.396 m³ de agua en MAPFRE. En sus instalaciones, el agua procede de la red sanitaria pública y se destina fundamentalmente a usos sanitarios o de climatización.

| SEGURO ESPAÑA Y NEGOCIOS GLOBALES | CONSUMO DE AGUA | | | | | |
|-----------------------------------|-----------------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Agua consumida | m ³ | (1) | 250.352 | 223.598 | 354.208 | NC |
| Agua consumida/empleado | m ³ | (1) | 23 | 20 | 35 | NC |
| SEGURO INTERNACIONAL | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Agua consumida | m ³ | (2) | N.D. | 73.399 | 485.188 | NC |
| Agua consumida/empleado | m ³ | | | ND | 28 | NC |

El sistema de obtención de datos de consumo en MAPFRE VIDA se ha adaptado al del resto de entidades MAPFRE, variando respecto al utilizado en 2011. Se han incluido además datos de las Comunidades de Propietarios de edificios de titularidad de entidades de MAPFRE con el mismo sistema de obtención. Los datos varían ligeramente y no son totalmente comparables.

(2) Consumo total de las entidades. En 2011 sólo figuraba el consumo de edificios sede de entidades

Huella de carbono

MAPFRE determina y evalúa las emisiones ocasionadas por su actividad conforme al estándar internacional de referencia Greenhouse Gas (GHG) Protocol.

Emisiones directas

Comprenden las generadas en edificios, oficinas, talleres y vehículos propios (Alcance 1). MAPFRE aplica programas de mantenimiento y control, cuyo objetivo no es solo asegurar que las instalaciones susceptibles de generar emisiones a la atmósfera cumplen los parámetros que establece la normativa, sino que su rendimiento es óptimo y, por tanto, sus emisiones son mínimas.

Emisiones indirectas

El cálculo de las emisiones derivadas del consumo de energía eléctrica originado por las actividades que lleva a cabo en el interior de sus establecimientos (Alcance 2, según el GHG Protocol) permite a MAPFRE evaluar el efecto de los programas e iniciativas de ahorro de energía que se han descrito anteriormente, tanto de forma individual como agrupada.

En cuanto a las emisiones correspondientes a la huella de carbono de bienes y servicios requeridos para la actividad empresarial (Alcance 3), MAPFRE ha calculado y estimado la evolución de las correspondientes a viajes de empresa y consumo de papel.

Los programas de reducción de estas emisiones se centran, por un lado, en la promoción de las conferencias, videoconferencias y otras herramientas informáticas de telecomunicación, y por otro, en los planes de reducción de consumo de papel y de adquisición de papel “cero emisiones” ya citados.

La tabla adjunta refleja la evolución de la huella de carbono de MAPFRE.

| SEGURO ESPAÑA Y NEGOCIOS GLOBALES | INDICADOR DE HUELLA DE CARBONO. EMISIONES CO ₂ | | | | | |
|--|---|---------|--------|--------|--------|-----------|
| | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Emisiones directas edificios | Tm | (1) | 1.204 | 1.301 | 1.941 | NC |
| Emisiones directas vehículos | Tm | | 1.204 | 647 | 727 | ⊖ |
| Emisiones por consumo eléctrico | Tm | (1) | 16.001 | 13.827 | 16.753 | NC |
| Emisiones alcance 3 GHG. Papel | Tm | (2) | 1.252 | 1.071 | 828 | ⊕ |
| Emisiones alcance 3 GHG. Viajes | Tm | | 3.904 | 4.489 | 4.406 | ⊕ |
| CO ₂ emitido /empleado (Emisiones directas) | Tm | (1) | 0.22 | 0.19 | 0,25 | NC |
| CO ₂ emitido/empleado (Consumo eléctrico) | Tm | (1) | 1,48 | 1,26 | 1,55 | NC |
| CO ₂ emitido/empleado (Alcance 3) | Tm | | ND | 0,5 | 0,49 | ⊕ |
| SEGURO INTERNACIONAL | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Emisiones directas edificios | Tm | | ND | ND | 1.021 | |
| Emisiones directas vehículos | Tm | | ND | ND | 3.208 | |
| Emisiones por consumo eléctrico | Tm | (3) | ND | 11.882 | 15.958 | NC |
| Emisiones alcance 3 GHG. Papel | Tm | (2) | | ND | 1.471 | |
| CO ₂ emitido /empleado (Emisiones directas) | Tm | | | ND | 0,25 | |
| CO ₂ emitido/empleado (Consumo eléctrico) | Tm | | | ND | 0,93 | |

El cálculo de las emisiones de CO₂ se ha realizado en base a la metodología propuesta para el Sector Oficinas, por el GhG Protocol, del World Business Council for Sustainable Development. El sistema de obtención de datos de consumo en MAPFRE VIDA se ha adaptado al del resto de entidades MAPFRE, variando respecto al utilizado en 2011. Se han incluido además datos de las Comunidades de Propietarios de edificios de titularidad de entidades de MAPFRE con el mismo sistema de obtención. Los datos varían ligeramente y no son totalmente comparables.

(2) El cálculo comprende las emisiones de CO₂ por consumo de papel normal y de papel reciclado y las emisiones evitadas por el papel enviado a reciclar.

(3) Consumo total de las entidades. En 2011 sólo figuraba el consumo de edificios sede de entidades

Gestión de residuos

Como consecuencia de la actividad desarrollada en los centros de trabajo de MAPFRE se generan residuos de diversas características cuya gestión es compleja dada la dispersión geográfica de la red comercial. La gestión de residuos del conjunto de MAPFRE ha experimentado un crecimiento progresivo en cuanto al volumen y tipología de residuos gestionados.

El desarrollo de la gestión centralizada favorece la eficiencia de los procesos y la optimización de sus costes, con lo que además se logra un mayor beneficio para el medio ambiente y mejor aprovechamiento de los recursos de MAPFRE. Los procesos aplicados a los equipos informáticos fuera de uso son una buena muestra de ello. En 2012 se ha fomentado especialmente la reutilización, interna y externa, de dichos equipos, con el consiguiente beneficio para todos los grupos participantes en el proceso.

Resultado de estas actuaciones son las 1.073 toneladas de papel recicladas en 2012 y los 71.325 kg de equipos ofimáticos fuera de uso

gestionados, de los cuales 20.886 corresponden a donaciones a colegios, asociaciones y otras entidades o personas y 50.439 han sido entregados a plantas autorizadas para su reciclaje y/o gestión final.

Asimismo, en 2012 se ha dado un nuevo impulso a la campaña de recogida de teléfonos móviles fuera de uso promovida por CRUZ ROJA y FUNDACIÓN ENTRECULTURAS, en la que los ingresos generados con la reutilización de los móviles donados se destinan a proyectos humanitarios, sociales y de educación en favor de los colectivos y países más desfavorecidos. La cantidad acumulada de móviles recogidos alcanza las 13.940 unidades.

También se ha incrementado la colaboración con Sistemas Integrados de Gestión (SIG) como productores de residuos procedentes del canal profesional. En 2012 se ha formalizado el acuerdo con la FUNDACIÓN ECOPILAS, en la que se agrupan los principales productores de pilas, acumuladores o baterías, por el que esta organización se encarga de recoger y gestionar, de forma

medioambientalmente segura, las pilas y baterías generadas por MAPFRE en el desarrollo de su actividad y las procedentes del canal doméstico a través de los empleados.

Igualmente se ha actuado con AMBILAMP, asociación sin ánimo de lucro que reúne a los principales fabricantes de iluminación para el reciclado de bombillas y fluorescentes, mediante un acuerdo institucional que asegura a MAPFRE la continuidad del tratamiento sostenible de este residuo y la convierte en empresa pionera en disponer de un servicio de recogida directa a través de este SIG.

Tanto CESVIMAP como los talleres MULTISERVICAR y los centros médicos SALUD 4 disponen de sistemas de gestión que abarcan la

totalidad de los residuos específicos generados por dichas actividades.

En otra línea de actuación, la entidad CESVIMAP, a través de CESVI RECAMBIOS ha continuado trabajando en la gestión de los vehículos fuera de uso, para reducir el impacto ambiental derivado del fin de la vida útil de los mismos y facilitar un tratamiento no contaminante, así como para recuperar piezas, compuestos y materiales para nuevos usos. En 2012 se han tratado en las instalaciones de CESVI RECAMBIOS 2.385 vehículos fuera de uso, y se han recuperado 68.924 piezas y componentes.

La tabla adjunta muestra los indicadores de gestión de residuos:

| SEGURO ESPAÑA Y NEGOCIOS GLOBALES | INDICADORES DE GESTIÓN DE RESIDUOS | | | | | Evolución |
|--|------------------------------------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | |
| Total tóner reciclado | ud | | 6.821 | 9.096 | 5.945 | |
| Tóner reciclado / Tóner consumido | % | | 57,4% | 56,56% | 68,86% | + |
| Total papel reciclado | kg | | 845.057 | 894.175 | 709.500 | |
| Papel reciclado / Papel consumido | % | | 42,3% | 48,5% | 48,5% | + |
| Ordenadores y equipos electrónicos gestionados | ud | (1) | 5.363 | 4.848 | 3.938 | + |
| Ordenadores y equipos electrónicos donados | % ud | | 29,5% | 29% | 37,8 | + |
| Soportes informáticos gestionados | kg | | 4.330 | 5.028 | 4.065 | |
| Teléfonos móviles reciclados (acumulado) | ud | | 11.946 | 12.929 | 13.940 | = |
| Pilas gestionadas | kg | | 1.282 | 1.131 | 1.331 | + |
| Radiografías | kg | | 80 | 440 | 601 | + |
| Medicamentos caducados y envases de medicamentos | kg | | 63 | 98 | 156 | + |
| Residuos sanitarios Clase II y III | kg | | 6.536 | 1.946 | 1.100 | |
| Fluorescentes | kg | | 1710 | 708 | 1178 | |
| Residuos peligrosos totales en edificios | kg | | 9.804 | 5.934 | 5.173 | |
| Residuos peligrosos en talleres | Tm | | 90 | 90 | 81 | |
| Residuos no peligrosos en talleres | Tm | | 1.245 | 1.796 | 1.654 | |
| Total residuos gestionados | Tm | | 2.268 | 2.875 | 2.498 | |
| Vehículos fuera de uso (VFU) tratados | ud | | 2.494 | 2.462 | 2.386 | - |
| Piezas de VFU recuperadas | ud | | 68.980 | 70.640 | 68.924 | - |
| SEGURO INTERNACIONAL | Unidad | Observ. | 2010 | 2011 | 2012 | Evolución |
| Total tóner reciclado | kg | | ND | ND | 3.290 | |
| Total papel reciclado | kg | | ND | 273,1 | 315.579 | |
| Papel reciclado / Papel consumido | % | | ND | 11% | 20,1% | + |
| Ordenadores y equipos electrónicos gestionados | kg | | ND | 39.170 | 16.159 | |
| Pilas gestionadas | kg | | ND | 2.742 | 589 | |
| Residuos sanitarios | kg | | ND | 633,8 | 3.064 | |
| Fluorescentes | kg | | ND | 1.405 | 6.745 | |
| Residuos peligrosos totales | kg | | ND | 10.580 | 9.365 | |
| Total residuos gestionados | Tm | | ND | 357,8 | 503,7 | |

(1) Durante el año 2012, MAPFRE ha desarrollado una amplia actuación de reutilización interna de equipos informáticos.

Promoción de la responsabilidad medioambiental

El compromiso medioambiental de MAPFRE se dirige también a la promoción de la responsabilidad medioambiental entre empleados, proveedores, clientes y gestores de negocio, asociaciones y organismos públicos y privados y otros Grupos de Interés que rodean la actividad de MAPFRE, haciéndoles partícipes de la consecución de logros, desarrollando actuaciones de sensibilización y buenas prácticas, contribuyendo al desarrollo y difusión del conocimiento científico y participando en foros medioambientales.

Organismos y administraciones públicas

MAPFRE participa en los principales foros de sostenibilidad, como la Iniciativa Financiera del Programa Medioambiental de las Naciones Unidas (UNEP FI) y el Pacto Mundial. Además, es muy activa en otros foros, como el Congreso Nacional del Medio Ambiente (CONAMA) y participa en congresos y grupos de trabajo relacionados con el análisis y evaluación de riesgos medioambientales, el cambio climático y los gases de efecto invernadero. También colabora en aquellas iniciativas que pretenden la concienciación de la Sociedad ante los retos de sostenibilidad y los riesgos asociados al cambio climático.

Un ejemplo de ello ha sido la participación, por cuarto año, en "La Hora del Planeta", en la que han participado las entidades de MAPFRE de Brasil, México, Puerto Rico, Argentina, Colombia y España. Además de participar en esta iniciativa con el gesto simbólico de apagar durante una hora las luces de los letreros luminosos de la compañía y de sus carteles publicitarios en 34 edificios principales y 204 oficinas comerciales, se ha fomentado a través del portal corporativo la participación de los empleados desde sus hogares.

Además, el Grupo respalda programas medioambientales de difusión mundial como el Carbon Disclosure Project, del que MAPFRE es signatario, y en cuyo Informe "Iberia 125" de 2012 ha avanzado 11 puntos, hasta alcanzar los 83, en el apartado de divulgación (disclosure), manteniéndose en la banda C de desempeño.

Proveedores

Como establecen los Principios de Aseguramiento Sostenible, la responsabilidad medioambiental se propaga en la cadena de valor. MAPFRE contribuye al desempeño ambiental de sus proveedores, mediante el establecimiento de criterios de selección que valoran su comportamiento ambiental, y la inclusión de cláusulas medioambientales que figuran de forma sistemática en los contratos. Las cláusulas medioambientales en los pliegos de contratación favorecen la promoción de la sostenibilidad en los proveedores, lo mismo que los criterios de sostenibilidad en las especificaciones de compra y en las matrices utilizadas para las comparaciones de ofertas, con especial atención a los suministros corporativos de gran envergadura.

Además, se proporcionan procedimientos de actuación a los proveedores de actividades o servicios con impacto en el entorno que operen en centros de trabajo con certificado ambiental, con el

objetivo de informarles sobre buenas prácticas en el desarrollo de su actividad.

El cumplimiento de dichas medidas es objeto de auditoría por parte de la Dirección General de Auditoría Interna de MAPFRE.

Por otra parte, los proveedores de servicios ambientales de MAPFRE se encuentran en un proceso de formación y evaluación permanente que garantiza la continuidad de sus autorizaciones y de su capacidad de servicio.

Empleados

El personal de MAPFRE en España ha recibido un total de 2.693 horas lectivas de formación medioambiental durante 2012. El compromiso medioambiental de MAPFRE sigue formando parte de los contenidos de la formación corporativa que realizan todos los empleados. Por otra parte, la Dirección de Medio Ambiente de MAPFRE participa como ponente en diversos Cursos de Formación Ambiental a terceros.

En 2012 la participación en el proyecto "Compartir coche", que promueve que los empleados compartan el vehículo privado para realizar el desplazamiento habitual a su centro de trabajo, es todavía más fácil, gracias al acceso directo del portal corporativo "en Persona".

La participación de los empleados ha sido esencial en el proyecto "Firma en Verde", que se ha llevado a cabo en 2012 con el objeto de establecer un mensaje corporativo de sensibilización sobre la impresión de correos electrónicos y que se seleccionará entre las 594 propuestas creativas remitidas por empleados de MAPFRE desde 29 países.

En la Zona del Empleado del Portal Interno se puede acceder a la información general referente a la Política Medioambiental y Energética de MAPFRE. Además, en este espacio se ha creado, para determinados centros de trabajo, un apartado especial en el que aparece información e indicaciones precisas relacionadas con la gestión medioambiental y el ahorro energético de aplicación específica al propio centro.

La intranet de Medio Ambiente de MAPFRE ha recibido más de 400 visitas en 2012 e incluye un buzón de sugerencias medioambientales, que ha recibido 55 consultas a lo largo del año.

Cualquier consulta o sugerencia sobre el medio ambiente en MAPFRE puede realizarse a través de la dirección de correo electrónico medioambiente@mapfre.com.



Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social

Alcance y perfil

Como en años anteriores, MAPFRE ha elaborado su Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3.1, tanto las relativas a indicadores generales, centrales y adicionales, como las correspondientes al Sector Financiero aplicables a las entidades aseguradoras¹⁰. El Informe da cobertura a las actuaciones empresariales de MAPFRE en el **ámbito asegurador**.

Fiabilidad y verificación

Los datos cualitativos y cuantitativos que dan respuesta a los indicadores GRI han sido verificados externamente por la firma Ernst & Young, e incluyen los aportados por las entidades de MAPFRE en Argentina, Brasil, EE.UU, Colombia, Chile, México, Puerto Rico, Turquía y España (que en su conjunto representan el 84 por 100 del volumen de negocio del Grupo).

La Dirección General de Auditoría de MAPFRE ha colaborado asimismo en el proceso de análisis y verificación del Informe que, como es preceptivo, ha sido revisado por el Comité de Auditoría de MAPFRE, previamente a su aprobación definitiva por el Consejo de Administración.

Los datos que dan soporte a este informe corporativo han sido obtenidos mediante CREDIT360, nuestra herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social implantada en el Grupo.

Claridad, precisión y exhaustividad

La información se expone de forma sistemática, incluyendo un índice general, que facilita su lectura (página 1), y un índice global de indicadores GRI (páginas 79-89), que permite la accesibilidad y ubicación de los datos que se presentan.

El Informe está redactado con suficiente detalle como para que los diferentes grupos de interés conozcan el desempeño económico, social y medioambiental de MAPFRE desde los puntos de vista cualitativo y cuantitativo; y se ha evitado en la medida de lo posible la utilización de términos técnicos y acrónimos, introduciendo en su caso notas aclaratorias.

Los informes correspondientes a los últimos nueve ejercicios se encuentran disponibles para su consulta en la página web del Grupo (www.mapfre.com).

10) Además se han seguido las recomendaciones de la Norma AA1000 -que comprende los Principios de AccountAbility AA 1000APS (2008)-, y la Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA 1000 AS (2008), en relación con los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, normas estas últimas cuya aplicación no ha sido verificada.

Periodicidad y comparabilidad

Este Informe tiene periodicidad anual (enero a diciembre), y se presenta en la Junta General de Accionistas conjuntamente con la información financiera del Grupo antes de su publicación en formato Web.

Siguiendo la línea establecida en años anteriores, los datos cuantitativos que figuran en el Informe se confrontan con los referidos al año inmediatamente anterior, permitiendo así que se analicen y puedan compararse los cambios experimentados por la organización en el desarrollo de su actividad.

Toda variación significativa que se refiera a la cobertura, alcance, duración del periodo o información se identifica y explica en el correspondiente índice.

Equilibrio

El Informe refleja los aspectos positivos del desempeño de la organización, y cuando los resultados no han alcanzado las expectativas que se habían formulado, tal circunstancia se hace notar en los correspondientes epígrafes.

Materialidad, relevancia e inclusividad¹¹

En la elaboración de este Informe han participado representantes de las distintas Áreas Corporativas, Divisiones de Negocio y Sociedades del Grupo, con el objetivo de que su contenido aporte información relevante y suficiente sobre aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización en su actividad aseguradora.

Además, se han tenido en cuenta las observaciones de las partes interesadas con las que se relaciona el Grupo, obtenidas a lo largo del año por medio de los canales de comunicación que MAPFRE tiene establecidos formalmente con ellas. También se han considerado las indicaciones contenidas en los acuerdos y normas internacionales aplicables.

Por otra parte, existen aspectos relevantes cuya información no se presenta completa en este Informe, por estar plenamente desarrolladas e incluidas en los otros informes que publica el Grupo. En estos casos, el índice de indicadores GRI incorpora, como cada año, las oportunas referencias a los siguientes documentos:

— Informe de Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales (publicado en la página web corporativa www.mapfre.com)

— Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE. (Publicado en la página Web www.fundacionmapfre.com)

11) El Global Reporting Initiative define la materialidad como "el umbral a partir del cual un aspecto o Indicador pasa a ser lo suficientemente importante como para ser incluido en la memoria."

Nivel de aplicación de los indicadores GRI v3.1

El presente Informe de Responsabilidad Social se ha realizado conforme a los requisitos exigidos por el nivel de aplicación A+ de la Guía de Elaboración de Memorias de Responsabilidad Social G3 del Global Reporting Initiative, nivel que es refrendado externamente por tercera parte a través del certificado de verificación emitido por Ernst&Young.

Capacidad de respuesta

El informe, además de ofrecer información relevante para las partes interesadas con las que MAPFRE interactúa, da respuesta a las observaciones transmitidas por ésta a lo largo del ejercicio. No obstante, las personas interesadas en consultar o completar la información aportada en este documento pueden contactar con la Entidad a través de:

- La Dirección de Responsabilidad Social: cbazanc@mapfre.com
- La Dirección de Comunicación: comunicacion@mapfre.com
- La Dirección de Medio Ambiente: medioambiente@mapfre.com
- Y el Portal corporativo de MAPFRE: www.mapfre.com





Índice de indicadores GRI

Parte general

Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

| Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|--|------------------------------------|--|
| ESTRATEGIA Y ANÁLISIS | | |
| 1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la responsabilidad social para la organización y su estrategia | G | — Pág. 4 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: págs. 13-25 |
| 1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades | G | — Pág. 4 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Riesgos ESG: págs. 18-19 — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN | | |
| 2.1 Nombre de la organización | G | — MAPFRE |
| 2.2 Principales marcas, productos y/o servicios | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: págs. 41-46 — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| 2.3 Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures) | G | — Capítulo 2. Información General: 2.1. Implantación, 2.2. Organigrama Societario: págs. 7-9 — Capítulo 6. Información complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social: Alcance y perfil: págs. 77-78 — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| 2.4 Localización de la sede principal de la organización | G | MAPFRE 1 Ctra. de Pozuelo nº 52 28222 – Majadahonda Madrid (España) |
| 2.5 Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria | G | — Capítulo 2. Información General: 2.1. Implantación Internacional: págs. 7-8 — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| 2.8 Dimensiones de la organización informante | G | — Capítulo 2. Información General: Principales magnitudes económicas. pág. 10 — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| 2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización | G | — Pág. 4 — Capítulo 6. Información complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social: Alcance y perfil: págs. 77-78 — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| 2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo | G | — Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: 3.6 Principales Asociaciones: págs. 20-25 — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| PARÁMETROS DE LA MEMORIA | | |
| 3.1 Periodo cubierto por la información contenida | G | 2012 |
| 3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente | G | — Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2011 — Informes locales de empresas del Grupo: MAPFRE ARGENTINA 2011; MAPFRE BRASIL 2011; MAPFRE COLOMBIA 2011; MAPFRE MEXICO 2011; MAPFRE PUERTO RICO 2011 |
| PERFIL DE LA MEMORIA | | |
| 3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.) | G | Anual |
| 3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido | G | — Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social: capacidad de respuesta: pág. 78 |
| ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA | | |
| 3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria | G | — El Informe da cobertura a todas las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador en el que MAPFRE desarrolla sus principales actividades |
| 3.6 Cobertura de la memoria | G | — El Informe no incluye datos sobre la actividad fundacional de MAPFRE, por estar totalmente separada de la actividad mercantil del Grupo. FUNDACIÓN MAPFRE elabora su informe Anual propio e independiente. Ver www.fundacionmapfre.com |
| 3.7 Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria | G | — Pág. 4 |
| 3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones | G | — Capítulo 6. Información Complementaria Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social; Informe de Verificación Externa: págs. 77-78; pág. 95 |
| 3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria | G | |

Parte general

|  | Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|---|--|------------------------------------|---|
| | 3.10 Descripción del efecto que pueda tener los cambios de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que los han motivado | G | No existen cambios significativos en relación con el alcance y cobertura de la información que afecte al conjunto del contenido de este informe, ni relativos a periodos anteriores |
| | 3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria | G | No obstante, en aquellos casos en los que se haya producido un cambio en el alcance y método de valoración se ha incluido la correspondiente nota informativa. |
|  | INDICE DEL CONTENIDO GRI | | |
| | 3.12 Tabla que indica la localización de las Contenidos básicos en la memoria | G | — Capítulo 6. Información complementaria: Índice de Indicadores: pág. 79 |
|  | VERIFICACIÓN | | |
| | 3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria | G | — Pág. 4 — Capítulo 6. Información complementaria: Principios para la elaboración del Informe; Informe de Verificación Externa: págs. 77-78; págs.95 |
|  | GOBIERNO | | |
| | 4.1 Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. Mandato y composición (incluyendo el número de miembros independientes y de miembros no ejecutivos) de dichos comités e indicar su responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y ambiental | G | — Capítulo 2. Información General: 2.4. Órganos de Gobierno: pág. 11 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com) — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| | 4.2 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen) | G | |
| | 4.3 Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos | G | |
| | 4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno | G | — Capítulo 3. MAPFRE y la RS: pág. 12 — Capítulo 4. MAPFRE y sus accionistas: canales de relación: pág. 55 — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: canales de relación y Código Ético y Conducta de MAPFRE: pág. 27; págs. 35 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com) — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| | 4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental) | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: pág. 30; págs. 32-33 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com) — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| | 4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno | G | — Capítulo 2. Información General: 2.4. Órganos de Gobierno: pág. 11 — Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE: pág. 16 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales. — Reglamento interno de conducta relativo a los valores cotizados emitidos por MAPFRE, publicado en la Intranet de MAPFRE, en la página Web corporativa (www.mapfre.com) y en la página Web de la CNMV — Código Ético y de Conducta: Comité de Ética: canal de consultas y denuncias éticas para empleados de MAPFRE |
| | 4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos | G | — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com) — Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales |
| | 4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación | G | — Pág. 4 — Principios Institucionales y empresariales del Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com) — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: política y modelo (publicado en la página web corporativa www.mapfre.com) Actuación ética y socialmente responsable: pág. 12 — Capítulo 4. MAPFRE y los empleados: protocolos, Código Ético y de Conducta — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes — Capítulo 5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Política. (publicado en la página web corporativa www.mapfre.com): pág. 67 |

Parte general

Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

| Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|---|--|---|
| 4.9 | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios | 6 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Pág. 4 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación ética y socialmente responsable: Riesgos ESG: págs. 18-19 — Capítulo 4. MAPFRE y la sus empleados: Introducción – Código Ético y de Conducta: págs. 16-17. pág. 27 — Capítulo 6. Información complementaria: Principios para la elaboración del Informe: págs. 77-78 — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales |
| 4.10 | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social | 6 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación ética y socialmente responsable: Control Interno: pág. 17 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales |
| COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS | | |
| 4.11 | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | 6 — Pág. 4 — Código de Buen Gobierno: — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Riesgos ESG: págs. 18-19 — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales |
| 4.12 | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe. | 6 — pág. 4 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social : Principales asociaciones: pág. 23 — Capítulo 4. MAPFRE y sus accionistas: Índices bursátiles en los que se incluye la acción: págs. 55-56 — Capítulo 5. Dimensión Medioambiental: Participación en el Informe del Carbon Disclosure Project y patrocinio como entidad colaboradora del Carbon Disclosure Project Iberia (www.cdproject.net): pág. 75 — Capítulo 6. Información complementaria: Principios del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo del Milenio: págs. 19-20; págs. 92-93 — En su edición Internacional e Interamericana, MAPFRE impulsa y patrocina el Premio Robin Cosgrove, para trabajos que se ocupen de la ética en los negocios, escritos por menores de 35 años |
| 4.13 | Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya como miembros a nivel de organización | 6 — Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social : Principales asociaciones: pág. 23 |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | | |
| 4.14 | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido | 6 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social. Grupos de interés y la Política de Actuación de Responsabilidad Social: págs. 13-16 — La estructura del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE, dedica un capítulo a los siguientes grupos de interés: empleados, clientes, accionistas, profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos y proveedores. Además, MAPFRE dedica un capítulo a su Dimensión Medioambiental. En cada uno de estos capítulos, dedicados a los grupos de interés, se trata de forma específica los canales de relación o atención que MAPFRE tiene establecidos |
| 4.15 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete | 6 — MAPFRE y la Responsabilidad Social: Partes interesadas: mapa corporativo: págs. 13-16 |
| 4.16 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés | 6 — Pág. 4 — Capítulo 6. Información complementaria: Principios para la elaboración del Informe: págs. 77-78 |
| 4.17 | Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria | 6 — Ver indicador 4.14 |

Indicadores de desempeño económico

Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

| Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|---------------------------------------|------------------------------------|---|
| DIMENSIÓN ECONÓMICA | | |
| EC1 | G | — Capítulo 4. MAPFRE y la sus empleados : Política retributiva: págs. 32-33 — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales — (Relacionado con el LA14; LA3; S01) |
| EC2 | G | — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Riesgos ESG: págs. 18-19 — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales — (Relacionado con el EN3) |
| EC3 | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: pág. 33; págs. 35 — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales — (Relacionado con el LA3) |
| EC4 | G | — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales |
| PRESENCIA EN EL MERCADO | | |
| EC5 | G | En MAPFRE se cumple lo dispuesto en la legislación laboral vigente en cada país y en los convenios colectivos que también le sean de aplicación a las entidades del Grupo. No existe, por tanto un "salario inicial estándar" — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Política de retribuciones: págs. 32-33 — (Relacionado con el LA14) |
| EC6 | G | Política y prácticas: — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Cuadro compromisos Grupos de Interés. Política de RS: págs. 13-16 — Capítulo 4. MAPFRE y sus proveedores: pág. 62 — Código Ético y de Conducta: www.mapfre.com Gasto proveedores: — Capítulo 4. MAPFRE y sus proveedores: pág. 62 — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales. |
| EC7 | G | Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com) — Principio Institucional de actuación ética y socialmente responsable apartado c) "Equidad en las relaciones con quienes prestan sus servicios como consejeros, directivos, empleados, delegados y agentes y profesionales colaboradores. Ello exige objetividad en su selección y promoción, retribución y condiciones de colaboración adecuadas y razonables; y no discriminación por razón de su raza, ideología política, creencias religiosas, sexo o condición social — TII (Altos Cargos de Representación y Dirección) (Altos Cargos) Política de Selección del Grupo El 92,3 % de los empleados de alta dirección y directivos que trabajan en las empresas del Grupo en el exterior son de origen local |
| IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS | | |
| EC8 | NA | |
| EC9 | NA | |

Indicadores de desempeño medioambiental

Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

| Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|--------------------------------|--|---|
| MATERIALES | | |
| EN1 | Materiales utilizados, por peso o volumen | G |
| EN2 | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados | E |
| ENERGÍA | | |
| EN3 | Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias | G |
| EN4 | Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias | G |
| EN5 | Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia | G |
| EN6 | Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas | |
| EN7 | Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas | G |
| AGUA | | |
| EN8 | Captación total de agua por fuentes. | G |
| EN9 | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. | NA |
| EN10 | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada | NA |
| BIODIVERSIDAD | | |
| EN11 | Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas | G |
| EN12 | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas | G |
| EN13 | Hábitats protegidos o restaurados | G |
| EN14 | Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad | G |
| EN15 | Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitat se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie | G |
| EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS | | |
| EN16 | Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso | G |
| EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso | |
| EN18 | Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas | G |
| EN19 | Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso | G |
| EN20 | NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso | NA |
| EN21 | Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino | NA |
| EN22 | Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento | G |
| EN23 | Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos | G |
| EN24 | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente | NA |
| EN25 | Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante | G |

Indicadores de desempeño medioambiental

| | Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|--|-------------------------------|---|---|
| | PRODUCTOS Y SERVICIOS | | |
| | EN26 | Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto | G — Capítulo 4. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios para el riesgo ambiental: pág. 46 |
| | EN27 | Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos | NA |
| | CUMPLIMIENTO NORMATIVO | | |
| | EN28 | Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental | G No tenemos constancia de que se encuentren pendientes de tramitación multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental, por parte de MAPFRE, durante el ejercicio 2012 |
| | TRANSPORTE | | |
| | EN29 | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal | NA |
| | GENERAL | | |
| | EN30 | Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales | G — Capítulo 5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Residuos; Gestión medioambiental y energética: págs. 67-70 |

Indicadores de desempeño social

Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE









| | Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|--|--|---|--|
| | EMPLEO | | |
| | LA1 | Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región | G — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Estructura de la plantilla: págs. 27-28 |
| | LA2 | Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región | G |
| | LA3 | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal | G — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Política de retribuciones y compensaciones: págs. 32-33 |
| | LA15 | Vuelta Al trabajo y tasas de retención después de las bajas por maternidad/ paternidad, por género | G El 98% de las mujeres regresa al trabajo después de la baja por maternidad. El 99,3% de los hombres regresa al trabajo después de la baja por paternidad |
| | RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES | | |
| | LA4 | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo | G — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Comunicación con los empleados y relación: pág. 35 — (Relacionado con el LA1) |
| | LA5 | Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos | G Se aplica lo dispuesto en la legislación laboral vigente de cada país |
| | SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO | | |
| | LA6 | Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo | G — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Salud y Seguridad en el trabajo, Promoción de la Salud: págs. 35-36 |
| | LA7 | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región | G — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Salud y Seguridad en el trabajo: págs. 35-36 |

Indicadores de desempeño social

Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

| Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios | |
|--|--|---|--|
| LA8 | Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Salud y Seguridad en el trabajo; Promoción de la Salud: pág. 36 |
| LA9 | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Salud y Seguridad en el trabajo — (Relacionado con el indicador LA6): pág. 35 |
| FORMACIÓN Y EDUCACIÓN | | | |
| LA10 | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Formación y desarrollo profesional: cuadros: págs. 30-32 |
| LA11 | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Formación y desarrollo profesional: págs. 30-32 |
| LA12 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Evaluación y desarrollo: págs. 30-32 |
| DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | | | |
| LA13 | Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad | G | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: — Estructura de la plantilla: págs. 27-28 — Empleados con discapacidad: pág. 29 — Selección: pág. 29 — Movilidad y promoción interna: pág. 29 — Igualdad de oportunidades y conciliación de la vida familiar y laboral: igualdad de oportunidades: págs. 33-34 — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales — (Relacionado con el indicador LA1) |
| IGUALDAD SALARIAL | | | |
| LA14 | Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional | ND | — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Política de retribuciones y compensaciones: págs. 32-33 |
| PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO | | | |
| HR1 | Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos | G | — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Riesgos ESG: págs. 18-19 — Política de RS principio 1 |
| HR2 | Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia | G | — Código Ético y de Conducta (Art. 3.2.3) de aplicación en todo el Grupo. www.mapfre.com |
| HR3 | Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados | G | — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación Ética: págs. 16-18 y Socialmente Responsable: Formación sobre anti-corrupción. — Ver indicador S03 — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Formación y desarrollo profesional: cuadros, Acoso moral y sexual en el trabajo: págs. 30-31; págs. 34 |
| NO DISCRIMINACIÓN | | | |
| HR4 | Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas | G | pág. 17; págs. 34 |

Indicadores de desempeño social

| | Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS | | |
| | HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos | G | MAPFRE está comprometida con la defensa, respeto y protección de los derechos laborales básicos, y de los derechos humanos y libertades públicas reconocidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos y ha suscrito formalmente su apoyo a los Diez Principios contenidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas |
|  | TRABAJO INFANTIL | | MAPFRE mantiene una línea de máximo respeto a los derechos de los trabajadores en materia sindical y de negociación colectiva, de acuerdo con la normativa aplicable en cada país. (MAPFRE y sus empleados. Relación empresa-trabajadores) |
| | HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación | G | No emplea ni directa ni indirectamente mano de obra infantil, no admite el trabajo forzoso y garantiza la libertad de opinión y expresión de sus empleados. Todo ello, de conformidad con lo establecido en su Código de Ética y Conducta, que aplica a todos los empleados del Sistema MAPFRE, sea cual fuere su puesto o nivel, así como en sus filiales y empresas participadas en las que el Grupo tenga el control de la gestión, con independencia de su actividad o ubicación geográfica. |
|  | TRABAJOS FORZADOS | | Esta declaración figura en el Código de Ética y Conducta de MAPFRE, publicado en la web corporativa www.mapfre.com , en español, inglés y chino |
| | HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación | G | — pág. 4 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Política de Responsabilidad Social; Riesgos ESG: págs. 18-19 — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Pág. de introducción. Comunicación con los empleados y relación empresa-trabajadores: Representantes de los trabajadores: pág. 27; págs. 35 — Capítulo 4. MAPFRE y sus accionistas Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX Pacto Mundial (pag. web); DJSI — Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) |
|  | PRÁCTICAS DE SEGURIDAD | | |
| | HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades | G | Verificado satisfactoriamente tanto en España como en las entidades de MAPFRE en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU., México, Puerto Rico y Turquía |
|  | DERECHOS DE LOS INDÍGENAS | | |
| | HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptada | G | No se tiene constancia de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas producidos directamente por MAPFRE y medidas adoptadas. — Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) — Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX; DJSI |
|  | EVALUACIÓN | | |
| | HR10 Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos | G | — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación ética y socialmente responsable: pág. 17 — Relacionado con indicadores HR1-HR7 |
|  | MEDIDAS CORRECTORAS | | |
| | HR11 Número total de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, abordadas y resueltas a través de los mecanismos de queja formal | G | |
|  | COMUNIDAD LOCAL | | |
| | S01 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa | NA | No se consideran indicadores materiales para el Informe Corporativo: El tipo de actividad que desarrolla MAPFRE no tiene un impacto significativo negativo en las comunidades locales en las que opera |
| | S09 Porcentaje de las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales | NA | Por otra parte, existe un procedimiento para la apertura de nuevas oficinas comerciales que, entre otros aspectos, analiza la viabilidad económica de la misma, con el objetivo de que perdure en el tiempo y sea rentable, beneficiando a la comunidad en la que se implanta |
| | S10 Medidas de prevención y de mitigación aplicadas en las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales | NA | — pág. 4 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Política de Responsabilidad Social. Riesgos ESG: págs. 14-15; págs. 18-19 — Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) — Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX; DJSI |

Indicadores de desempeño social


Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

| Indicador GRI | | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|---------------------------------------|--|------------------------------------|---|
| CORRUPCIÓN | | | |
| S02 | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. | G | Págs. 16-18 |
| S03 | Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización. | G | — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación ética y socialmente responsable. Tabla de formación: págs. 16-17 |
| S04 | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción | G | No tenemos constancia de que se hayan producido incidentes significativos de corrupción en el Grupo. MAPFRE dispone de mecanismos de control para evitar este tipo de comportamientos dentro de la organización. — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación ética y socialmente responsable: págs. 16-17 — Código de Ética y Conducta www.mapfre.com |
| POLÍTICA PÚBLICA | | | |
| S05 | Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying” | G | — Código de Buen Gobierno de MAPFRE publicado en la Web corporativa. www.mapfre.com |
| S06 | Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países | G | — Código Ético y de Conducta de MAPFRE publicado en la Web corporativa. www.mapfre.com |
| COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL | | | |
| S07 | Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados | G | En el Informe Anual de Responsabilidad Social de 2010 informamos en este indicador sobre el recurso presentado ante los Tribunales competentes contra una Resolución sancionadora de la C.N. de la Competencia por una supuesta infracción de MAPFRE consistente en la fijación de unas primas mínimas en el seguro decenal de daños a la edificación. El recurso contencioso-administrativo interpuesto frente a la Resolución del Consejo de la CNC ha continuado su tramitación y se ha fijado el 4 de marzo como fecha para votación y fallo. Cabe indicar que la Audiencia Nacional ha dictado recientemente sentencia en los procedimientos instados por las sancionadas CASER, SCOR, ASEFA y MUNICH RE contra la misma resolución y, en todos los casos, se estiman íntegramente los recursos contencioso-administrativos interpuestos por las sancionadas. La Audiencia Nacional utiliza como argumento principal la existencia de una explicación alternativa al cartel, que se encuentra en línea con argumentos de la demanda presentada por MAPFRE RE y MAPFRE EMPRESAS. Estas circunstancias hacen pensar que la sentencia que se dicte por la Audiencia Nacional en el caso de MAPFRE puede ser de signo positivo. |
| CUMPLIMIENTO | | | |
| S08 | Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones | G | — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales — Relacionado con los indicadores: HR4, HR9; S07; PR4, PR8-9 |
| SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE | | | |
| PR1 | Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación | NA | Los productos y servicios aseguradores de MAPFRE no afectan a la salud y seguridad de los clientes. El ciclo de vida de la póliza de seguros, depende del cliente y de la entidad aseguradora, quedando regulados todos los aspectos en el contrato que suscriben ambas partes |
| PR2 | Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes | NA | |
| ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | | | |
| PR3 | Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos | G | MAPFRE aplica lo dispuesto en la Ley y demás normativa aplicable, en todos los países en los que desarrolla su actividad. Además, aplica los Principios Institucionales y Empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Política de Responsabilidad Social: págs. 14-15 — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Pág. de introducción. Código Ético y de Conducta: pág. 17 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) |

| | Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|--|-------------------------------|---|---|
| | PR4 | Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes | G No tenemos constancia de que se hayan producido demandas por incumplimiento en la aplicación de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios. |
| | PR5 | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente | G — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: Calidad: pág: 53 |
| | MARKETING | | |
| | PR6 | Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios | G MAPFRE aplica en todo el grupo lo dispuesto en la Guía de Buenas prácticas en materia de transparencia y publicidad de UNESPA |
| | PR7 | Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes | G No tenemos conocimiento ni constancia alguna de que se hayan producido demandas por incumplimiento en la aplicación de los códigos voluntarios relativos a la información |
| | PRIVACIDAD DEL CLIENTE | | |
| | PR8 | Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes | G En 2012 el grupo MAPFRE ha sido notificado de dos únicos expedientes sancionadores por temas relacionados con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), ambos pendientes de resolución por la Agencia de Protección de Datos. Asimismo se ha dictado sentencia en un procedimiento judicial pendiente del año 2008, estimando íntegramente nuestra demanda y anulando la sanción impuesta a una entidad del grupo. MAPFRE ha seguido trabajando en el desarrollo, implantación y formación de aquellos procedimientos y mecanismos necesarios para un adecuado cumplimiento de la legislación en materia de protección de datos de carácter personal en todo el Grupo. Código Ético y de Conducta de MAPFRE (www.mapfre.com) |
| | CUMPLIMIENTO NORMATIVO | | |
| | PR9 | Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización | G — Relacionado con el indicador PR4 |

Indicadores de suplemento financiero

Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

|  | Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|---|---|------------------------------------|--|
| | IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | | |
| FS1 | Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio | G | — Pág. 4 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Política de responsabilidad social (disponible también en la web corporativa www.mapfre.com): págs. 14-16 — Capítulo 5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Política Medioambiental (disponible también en la web corporativa www.mapfre.com): pág. 67 |
| FS2 | Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales | G | — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Riesgos ESG: págs. 18-19 — Capítulo 5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Gestión ambiental y energética: págs. 67-70 — Cuentas Anuales. Informe de Gestión; Sociedades Filiales. |

Indicadores de suplemento financiero

Alcance de la información. G: INFORMACIÓN GLOBAL E: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

| Indicador GRI | Alcance información y verificación | Localización en el Informe/ Comentarios |
|---------------------------------------|------------------------------------|--|
| FS3 | G | Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Riesgos ESG. Auditorías de RS — Sistema de Control Interno: págs. 18-19 |
| FS4 | G | Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Formación y desarrollo profesional: pág. 30 — Capítulo 5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Empleados: pág. 75 |
| FS5 | G | Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente Interacciones con clientes: — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: Canales de atención al cliente: pág. 39 — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: Productos y servicios para el riesgo ambiental: pág. 46 Interacciones con inversores y socios: — Capítulo 4. MAPFRE y la sus accionistas: Canales de relación con los accionistas. Relaciones con inversores: pág. 55. Web corporativa: www.mapfre.com |
| CARTERA DE PRODUCTO | | |
| FS6 | G | Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: pág. 38 Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales: págs. 41-46 |
| FS7 | G | Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: pág. 38; págs. 40-46 |
| FS8 | G | Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes. Productos para el riesgo ambiental: pág. 46 |
| AUDITORÍA | | |
| FS9 | G | Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos — Pág. 4 — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: auditorías de RS; riesgos ESG: págs. 18-19 — Capítulo 6. Información complementaria. Principios seguidos en la elaboración del Informe: págs. 77-78 — Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades Filiales |
| GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD | | |
| FS10 | ND | Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales No se dispone de la información tal y como la solicita este indicador |
| FS11 | NA | Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental |
| FS12 | NA | Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto |
| COMUNIDAD | | |
| FS13 | G | Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos. — Información general |
| FS14 | G | Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros — Pág. 4 — Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: Canales de atención a los clientes. Productos y servicios aseguradores: pág. 39 |
| SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE | | |
| FS15 | G | Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa — Pág. 4 MAPFRE aplica los Principios Institucionales y Empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. En España se aplica lo dispuesto en la Guía de Buenas prácticas en materia de transparencia y publicidad y en la guía de Discapacidad de UNESPA y en el resto del Grupo, en las guías de autorregulación correspondientes en este ámbito a cada país. — Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Política de Responsabilidad Social: págs. 14-16 — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Pág. de introducción. Código Ético y de Conducta: pág. 27 |
| COMUNICACIONES DE MARKETING | | |
| FS16 | G | Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario MAPFRE, a través del Instituto del Seguro de la FUNDACIÓN MAPFRE, y con su colaboración, promueve y fomenta el conocimiento del seguro (www.fundacionmapfre.com) — Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: formación y desarrollo profesional. Cursos de formación Interna |

Índice de indicadores de ICEA para el sector asegurador




En 2008 inició su actividad en España el Grupo de Trabajo de Responsabilidad Social de ICEA (*Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones*)⁽¹⁾, constituido por representantes de diferentes grupos aseguradores, entre los que está MAPFRE, y con el objetivo de convertirse en un foro de encuentro e intercambio de experiencias de las entidades de seguros en España, en materia de responsabilidad social, que permitan que el sector avance en este ámbito.

En 2010 este grupo elaboró un primer informe “La RSC generadora de valor” y en 2012, y, partiendo de la premisa de que la elaboración y publicación de informes de responsabilidad social para las empresas tiene carácter voluntario, se publicó el segundo informe, “Indicadores de RSC en el Sector Asegurador”.

Este documento tiene carácter de guía complementaria de los actuales modelos de reporting, como el utilizado para la elaboración de la Memoria de Responsabilidad Social de MAPFRE 2012, y permite establecer unos mínimos comunes entre las empresas aseguradoras que quieran “expresar su compromiso de sostenibilidad como un activo mas de su actividad aseguradora”⁽²⁾, procurándonos además un lenguaje común en este ámbito de la responsabilidad social.

MAPFRE ha acordado incorporarlos como indicadores complementarios a los GRI descritos en el apartado anterior.

Índice de Indicadores de RSC de ICEA para el Sector Asegurador

| Grupo de Interés | Indicadores | Indicadores GRI | Localización en el Informe/ Comentarios |
|---|---|-----------------|---|
|  | Cientes / Mutualistas | | |
| | Retención de clientes | PR5 | Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social — Los Grupos de Interés y la política de actuación en Responsabilidad Social: págs. 13-16 — La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE: pág. 17 |
| | Índice de Satisfacción (GRI) | | |
| | Quejas y Reclamaciones sobre Pólizas | 4.16; PR8 | Capítulo 4. Dimensión Social de MAPFRE — MAPFRE y sus clientes: págs. 38-54 |
| | Quejas y Reclamaciones presentadas a la DGS | | |
| | Número de nuevos productos o mejoras en los existentes respecto a la oferta aseguradora del año | EN26; FS6; FS14 | |
| | Características de los nuevos productos o mejoras realizadas | 2.2; FS6 | |
| Adhesión a la guías de UNESPA referidas a Clientes | PR6 | | |
|  | Distribuidores | | |
| | Formación a mediadores | FS4; 4.16, 4.17 | Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social — Los Grupos de Interés y la política de actuación en Responsabilidad Social: págs. 13-16 — La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE: pág. 17 |
| | Retención de Agentes | | |
| | Índice de Satisfacción | | Capítulo 4. Dimensión Social de MAPFRE — MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de productos: pág. 57 |
| | Existencia de procedimientos sobre pautas o códigos deontológicos | | |
|  | Proveedores de Negocio | | |
| | Selección de proveedores bajo criterios de RSC | 4.16; FS1 | Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social — Los Grupos de Interés y la política de actuación en Responsabilidad Social: págs. 13-18 — La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE: pág. 17 |
| | Formación a proveedores de negocio | 4.16 | |
| | Índice de Satisfacción | 4.16; 4.17 | Capítulo 4. Dimensión Social de MAPFRE — MAPFRE y los proveedores: pág. 62 |

(1) www.icea.es

(2) Informe, "Indicadores de RSC en el Sector Asegurador", www.icea.es

(1) www.icea.es

(2) Informe, “Indicadores de RSC en el Sector Asegurador”. www.icea.es

Índice de indicadores de RSC para el sector asegurador de ICEA

| Grupo de Interés | Indicadores | Indicadores GRI | Localización en el Informe/ Comentarios |
|----------------------------------|--|------------------|---|
| Empleados | | | |
| | Temporalidad | LA1 | Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social — Los Grupos de Interés y la política de actuación en Responsabilidad Social: págs. 13-16 — La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE: pág. 17 Capítulo 4. Dimensión Social de MAPFRE — MAPFRE y sus empleados: págs. 27-37 |
| | Antigüedad media de la plantilla | LA1 - 15 | |
| | Promoción Interna | LA11; LA12 | |
| | Procesos normalizados de Evaluación de desempeño | LA12 | |
| | Formación adicional a la establecida por la ley | LA10, LA11 | |
| | Existencia de políticas de conciliación / Descripción de políticas de conciliación | LA14 | |
| | Índice de Satisfacción | 4.17; LA2 | |
| | Igualdad | LA2, LA13, LA14 | |
| | Discapacidad % que supera LISMI | LA13 | |
| Accionistas / Mutualistas | | | |
| | Adhesión a la guías de UNESPA referidas a Accionistas | 4.8; PR6 | Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social — Los Grupos de Interés y la política de actuación en Responsabilidad Social: págs. 13-16 — La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE: pág. 17 Capítulo 4. Dimensión Social de MAPFRE MAPFRE y sus accionistas: págs. 55-56 |
| Medioambiente | | | |
| | Existencia de una política medioambiental implantada en su entidad | FS1 | Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social — Los Grupos de Interés y la política de actuación en Responsabilidad Social: págs. 13-16 Capítulo 4. Dimensión Social de MAPFRE — MAPFRE y sus clientes: productos aseguradores para el riesgo ambiental: pág. 39 Capítulo 5. Dimensión medioambiental de MAPFRE: págs. 66-75 |
| Sociedad | | | |
| | Voluntariado Corporativo | LA11; FS13; FS14 | Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social — Los Grupos de Interés y la política de actuación en Responsabilidad Social: págs. 13-16 Capítulo 4. Dimensión Social de MAPFRE — MAPFRE y sus empleados: voluntariado: pág. 37 FUNDACIÓN MAPFRE: www.fundacionmapfre.com Informe Anual de Cuentas de MAPFRE 2012 |
| | Porcentaje sobre primas destinado a contribución a la sociedad | FS7, FS14 | |
| | Contribución a la sociedad | | |



Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio

La siguiente tabla muestra la correlación entre Principios del Pacto Mundial, indicadores de desempeño del GRI V3 y Objetivos de Desarrollo del Milenio según la Memoria Responsabilidad Social de MAPFRE.

| ÁREAS | PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL | INDICADORES GRI 3* | OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO |
|--------------------|---|--|---|
| DERECHOS HUMANOS | 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia | DESEMPEÑO SOCIAL – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – No discriminación: HR4 – Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6, – Trabajos forzados: HR7 – Prácticas de seguridad: HR8 – Derechos de los indígenas: HR9 – Relación Empresa/Trabajadores: LA4 – Salud y seguridad en el trabajo: LA6-LA9 – Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 – Política Pública: S05 – Salud y seguridad del cliente: PR1, PR2, – Privacidad del cliente: PR8. DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC5 | Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 5: Fomentar la salud materna Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo |
| | 2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos | DESEMPEÑO SOCIAL – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – No discriminación: HR4 – Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6, – Trabajos forzados: HR7 – Prácticas de seguridad: HR8 – Derechos de los indígenas: HR9 – Evaluación: HR10 – Medidas correctivas: HR11 – Política Pública: S05 | |
| DERECHOS LABORALES | 3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva | DESEMPEÑO SOCIAL – Relación Empresa/Trabajadores: LA4-LA5 – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5 – Política Pública: S05 | Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo |
| | 4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. | DESEMPEÑO SOCIAL – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – Trabajos forzados: HR7 – Política Pública: S05 | Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil |
| | 5. Erradicar el trabajo infantil | DESEMPEÑO SOCIAL – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – Libertad de asociación y convenios colectivos: HR6 – Política Pública: S05 | Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer |
| | 6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación | DESEMPEÑO SOCIAL – Empleo: LA2, LA15 – Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – No discriminación: HR4 – Política Pública: S05 DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC7 | Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo |

| ÁREAS | PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL | INDICADORES GRI 3* | OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO |
|----------------|--|--|---|
| MEDIO AMBIENTE | 7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental. | DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2 DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL – Emisiones, vertidos y residuos: EN18 – Productos y servicios: EN26 – General: EN30, DESEMPEÑO SOCIAL – Política Pública: S05 | Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente |
| | 8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental. | DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL – Materiales: EN1, EN2 – Energía: EN3-EN7 – Agua: EN8-EN10 – Biodiversidad: EN11-EN15 – Emisiones, vertidos y residuos: EN16-EN25 – Productos y servicios: EN26, EN27 – Cumplimiento normativo: EN28 – Transporte: EN29 – General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL – Política Pública: S05 – Etiquetado de productos y servicios: PR3, PR4. | Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente |
| | 9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente | DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL – Materiales: EN2 – Energía: EN5-EN7 – Agua: EN10 – Emisiones, vertidos y residuos: EN18 – Productos y servicios: EN26, EN27 – General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL – Política Pública: S05 | Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio |
| ANTICORRUPCIÓN | 10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno | DESEMPEÑO SOCIAL – Comunidad: S02-S04 – Política Pública: S05-S06 | Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo |

[Fuente: Elaboración propia tomando en consideración los principios del Pacto Mundial y los indicadores GRI. Informe Making the Connection (MTC). Información contenida en www.globalreporting.org]





INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2012

A la Dirección de MAPFRE, S.A.

Alcance del trabajo:

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2012, a nivel global, a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1 y el suplemento sectorial financiero.
- Los indicadores de RSC definidos por ICEA (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones).

El perímetro considerado por Mapfre para la elaboración de su Informe Anual de Responsabilidad Social 2012 incluye las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE a nivel mundial.

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Social así como el contenido del mismo es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de MAPFRE, S.A., los cuales también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe de revisión independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE 3000) del International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) con un alcance de nivel limitado y la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).

Las revisiones efectuadas se refieren al ejercicio 2012, habiéndose cotejado asimismo la coincidencia de los datos relativos a los indicadores centrales del ejercicio anterior con el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2011.

Los procedimientos efectuados han sido los siguientes:

- Reuniones con responsables de MAPFRE para obtener la información sobre las actividades realizadas y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE 2012 a los estándares del GRI.
- Análisis de la inclusión de la información de los indicadores de RSC definidos por ICEA.
- Análisis, en su caso, de los sistemas de información y metodología utilizada para la compilación de los datos cuantitativos correspondientes a los indicadores centrales y sectoriales de MAPFRE.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la

información cuantitativa y cualitativa de los indicadores centrales y específicos del suplemento financiero incluidos en el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2012 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información para las actividades de MAPFRE realizadas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU, España, Méjico, Puerto Rico y Turquía, que suponen en su conjunto aproximadamente un 84% del volumen de negocio.

- Análisis de la razonabilidad de los criterios utilizados para la consideración como "no aplicables" o "no disponibles" de los indicadores.

En el Anexo adjunto se incluye una relación de los indicadores incluidos en nuestro alcance junto con la descripción de los procedimientos aplicados para su revisión. Asimismo, se incluye un detalle de los indicadores revisados en cada una de los países incluidos en el alcance de nuestro trabajo.

El alcance de esta revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2012, y con el alcance indicado, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), e incluidos los indicadores definidos por ICEA.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de MAPFRE, S.A., de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.

Manuel Martínez Pedraza
Socio

Madrid, 4 de febrero de 2013

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2012

| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | | | |
|------------------------------------|------|------|-------|------|
| ASPECTO | IND. | ALC. | P.V. | CAP. |
| Desempeño Económico | EC1 | G | CA | 4 |
| | EC2 | G | CA | 4 |
| | EC3 | G | CA | 4 |
| | EC4 | G | CA | 4 |
| Presencia en el mercado | EC5 | G | SI | 4.I |
| | EC6 | G | PP/CA | 4 |
| | EC7 | G | SI/FE | 4.I |
| Impactos económico Directos | EC8 | n.a. | n.a. | - |
| | EC9 | n.a. | n.a. | - |

| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | | |
|---|------|------|-------|------|
| ASPECTO | IND. | ALC. | P.V. | CAP. |
| Materiales | EN1 | G | FE | 5 |
| | EN2 | E | FE | 5 |
| | EN3 | G | FE | 5 |
| | EN4 | G | FE | 5 |
| Energía | EN5 | G | FE | 5 |
| | EN6 | G | SI | 5 |
| | EN7 | G | SI/FE | 5 |
| | EN8 | G | FE | 5 |
| Agua | EN9 | n.a. | n.a. | - |
| | EN10 | n.a. | n.a. | - |
| | EN11 | G | DE | 5 |
| | EN12 | G | DE | 5 |
| Biodiversidad | EN13 | G | DE | 5 |
| | EN14 | G | DE | 5 |
| | EN15 | G | DE | 5 |
| | EN16 | G | SI | 5 |
| Emisiones Vertidos y Residuos | EN17 | G | SI | 5 |
| | EN18 | G | SI | 5 |
| | EN19 | G | SI/FE | 5 |
| | EN20 | n.a. | n.a. | - |
| Productos y Servicios | EN21 | n.a. | n.a. | - |
| | EN22 | G | SI/FE | 5 |
| | EN23 | G | DE | 5 |
| | EN24 | n.a. | n.a. | - |
| Cumplimiento Normativo | EN25 | G | DE | 5 |
| | EN26 | G | SI | 5 |
| | EN27 | n.a. | n.a. | - |
| | EN28 | G | DE | 5 |
| General | EN29 | n.a. | n.a. | - |
| | EN30 | G | SI/FE | 5 |

| INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | | | |
|--|------|------|----------|------|
| PRÁCTICAS LABORALES Y DE TRABAJO DECENTE | | | | |
| ASPECTO | IND. | ALC. | P.V. | CAP. |
| Empleo | LA1 | G | SI/FE | 4.I |
| | LA2 | G | SI/FE | 4.I |
| | LA3 | G | SI/FE | 4.I |
| | LA15 | G | SI | 4.I |
| Relación Empresa Trabajadores | LA4 | G | SI/PP | 4.I |
| | LA5 | G | PP | 4.I |
| Salud y Seguridad en el Trabajo | LA6 | G | SI | 4.I |
| | LA7 | G | SI/FE | 4.I |
| | LA8 | G | SI/FE | 4.I |
| | LA9 | G | SI | 4.I |
| Formación y Educación | LA10 | G | SI/FE | 4.I |
| | LA11 | G | SI | 4.I |
| | LA12 | G | SI | 4.I |
| Diversidad e Igualdad de Oportunidades | | | | |
| | LA13 | G | CA/PP/SI | 4.I |
| Igualdad de remuneración | LA14 | Nd | nd | - |

IND: Indicadores
ALC.: Alcance
P.V.: Proceso de Verificación
CAP: Capítulo
G: Grupo Mapfre
E: Grupo Mapfre España

| DERECHOS HUMANOS | | | | |
|---|------|------|----------|------|
| ASPECTO | IND. | ALC. | P.V. | CAP. |
| Prácticas de Inversión y Abastecimiento | HR1 | G | SI/FE | 3 |
| | HR2 | G | SI | 4.IV |
| | HR3 | G | SI/FE | 4.I |
| No discriminación | HR4 | G | PP/CG | 4.I |
| Libertad de Asoc. y Conv. Colectivos | HR5 | G | SI/PP/FE | 4.I |
| Explotación Infantil | HR6 | G | SI/PM/FE | 4.I |
| Trabajos forzados | HR7 | G | SI/PM | 4.I |
| Prácticas de seguridad | HR8 | G | FE | 4.I |
| Derechos de los indígenas | HR9 | G | DE/PM | 4.I |
| Valoración del riesgo | HR10 | G | DE/PM | 4.I |
| Resolución conflictos | HR11 | G | PP/DE/CG | 4.I |

| SOCIEDAD | | | | |
|--------------------------------------|------|------|-------|-----------|
| ASPECTO | IND. | ALC. | P.V. | CAP. |
| Comunidad | SO1 | n.a. | n.a. | - |
| | SO9 | n.a. | n.a. | - |
| | SO10 | n.a. | n.a. | - |
| | SO2 | G | SI | 6.2 y 6.3 |
| Corrupción | SO3 | G | SI/FE | 6.2 y 6.3 |
| | SO4 | G | SI | 6.2 y 6.3 |
| | SO5 | G | CG | 6.2 y 6.3 |
| | SO6 | G | DE | 6.2 y 6.3 |
| Política Pública | | | | |
| Comportamiento o Competencia desleal | SO7 | G | DE | 6.2 y 6.3 |
| Cumplimiento normativo | SO8 | G | DE | 6.2 y 6.3 |

| RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | | | | |
|-------------------------------------|------|------|-------|------|
| ASPECTO | IND. | ALC. | P.V. | CAP. |
| Salud y seguridad del cliente | PR1 | n.a. | n.a. | - |
| | PR2 | n.a. | n.a. | - |
| Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 | G | PP/CG | 4.II |
| | PR4 | G | DE | 4.II |
| | PR5 | G | SI | 4.II |
| Comunicaciones de Marketing | PR6 | G | PP/FE | 4.II |
| | PR7 | G | SI/DE | 4.II |
| Privacidad del Cliente | PR8 | G | SI/FE | 4.II |
| Cumplimiento Normativo | PR9 | G | SI/DE | 4.II |

| SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | | | | |
|--------------------------------------|------|------|-------|------------|
| ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | | | | |
| ASPECTO | IND. | ALC. | P.V. | CAP. |
| Impacto de productos y servicios | FS1 | G | PP | 3 y 5 |
| | FS2 | G | PP/CG | 3 y 5 |
| | FS3 | G | CG/SI | 3 y 5 |
| | FS4 | G | SI/FE | 3 y 5 |
| | FS5 | G | SI | 4.II y III |
| Cartera de producto | FS6 | G | CA | 4.II |
| | FS7 | G | SI/CA | 4.II |
| | FS8 | G | SI | 4.II |
| Auditoría | FS9 | G | SI/FE | 3 y 5 |
| | FS10 | n.d. | n.d. | - |
| | FS11 | n.a. | n.a. | - |
| Gestión activa de la propiedad | FS12 | n.a. | n.a. | - |
| | FS13 | G | SI | 2 |
| Comunidad | FS14 | G | SI | 4.II |
| Salud y seguridad del cliente | | | | |
| Comunicaciones de marketing | FS15 | G | PP | 3 y 4.II |
| | FS16 | G | SI/FE | 4.II |

| CAPITULO | CONTENIDO |
|------------|--|
| Cap. 2 | Información General |
| Cap. 2.III | Principales magnitudes económicas |
| Cap. 3 | Mapfre y la Responsabilidad Social |
| Cap. 4 | Dimensión Social de Mapfre |
| Cap. 4.I | Mapfre y sus empleados |
| Cap. 4.II | Mapfre y sus clientes |
| Cap. 4.III | Mapfre y sus accionistas |
| Cap. 4.IV | Mapfre y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos |
| Cap. 5 | Dimensión medioambiental de Mapfre |
| Cap. 6.2 | Índice de indicadores GRI |
| Cap. 6.3 | Principios del Pacto Mundial y objetivos de desarrollo del milenio |

| LEYENDA Procedimiento de revisión | CA | Verificación con Cuentas Anuales Consolidadas | DE | Obtención de declaración expresa del responsable de los servicios correspondientes. |
|--------------------------------------|----|---|------|--|
| | FE | Revisión mediante pruebas de muestreo con fuentes externas. | EI | Contraste con la información recopilada mediante encuestas internas a las Unidades de Negocio. |
| | SI | Revisión mediante pruebas de muestreo con sistemas de recopilación de información internos. | CG | Verificación de su inclusión en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE. |
| | PP | Verificación de la existencia de Políticas, Sistemas y Procedimientos. | n.a. | Verificación de la razonabilidad de los criterios utilizados para su consideración como "no aplicable" a las actividades desarrolladas por MAPFRE. |
| | PM | Verificación de su inclusión en los Principios del Pacto Mundial. | n.d. | Indicadores de aplicación a las actividades de MAPFRE para los cuales no se dispone de información. |
| | | | | |

| INDICADORES DE ARGENTINA | | | | | |
|---|------|---|------|--------------------------------------|------|
| ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | SOCIEDAD | |
| Desempeño económico | EC1 | PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE | | Corrupción | SO2 |
| | EC2 | Empleo | LA1 | | SO3 |
| | EC3 | | LA2 | | SO4 |
| | EC4 | | LA3 | Política Pública | SO5 |
| Presencia del mercado | EC5 | Relación Empresa Trabajadores | LA15 | | SO6 |
| | EC6 | | LA4 | Comportamiento Competencia Desleal | SO7 |
| | EC7 | | LA5 | Cumplimiento Normativo | SO8 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | LA6 | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | |
| Materiales | EN1 | Salud y Seguridad en el Trabajo | LA7 | Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 |
| Energía | EN3 | | LA8 | | PR4 |
| | EN4 | | LA9 | | PR5 |
| Agua | EN8 | Formación y Educación | LA10 | Comunicaciones de Marketing | PR6 |
| Biodiversidad | EN11 | | LA11 | Privacidad del Cliente | PR7 |
| | EN12 | | LA12 | Cumplimiento Normativo | PR8 |
| | EN13 | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | LA13 | Cumplimiento Normativo | PR9 |
| | EN14 | DERECHOS HUMANOS | | SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | EN15 | Prácticas de Inversión y Absentismo | HR1 | ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | |
| | EN16 | | HR2 | Impacto de Productos y Servicios | FS1 |
| | EN22 | | HR3 | | FS2 |
| | EN23 | No Discriminación | HR4 | | FS3 |
| | EN25 | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | HR3 | | FS4 |
| Productos y Servicios | EN26 | Explotación Infantil | HR6 | Cartera de Producto | FS5 |
| Cumplimiento Normativo | EN28 | Trabajos Forzados | HR7 | | FS6 |
| Gestión Ambiental | EN30 | Prácticas de Seguridad | HR8 | | FS7 |
| | | Derechos de los Indígenas | HR9 | Auditoría | FS9 |
| | | Valoración del Riesgo | HR10 | Comunidad | FS13 |
| | | Resolución Conflictos | HR11 | | FS14 |
| | | | | Salud y Seguridad del Cliente | FS15 |
| | | | | Comunicaciones de Marketing | FS16 |

| INDICADORES DE BRASIL | | | | | |
|---|------|---|------|--------------------------------------|------|
| ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | SOCIEDAD | |
| Desempeño económico | EC1 | PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE | | Corrupción | SO2 |
| | EC2 | Empleo | LA1 | | SO3 |
| | EC3 | | LA2 | | SO4 |
| | EC4 | | LA3 | Política Pública | SO5 |
| Presencia del mercado | EC5 | Relación Empresa Trabajadores | LA15 | | SO6 |
| | EC6 | | LA4 | Comportamiento Competencia Desleal | SO7 |
| | EC7 | | LA5 | Cumplimiento Normativo | SO8 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | LA6 | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | |
| Materiales | EN1 | Salud y Seguridad en el Trabajo | LA7 | Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 |
| Energía | EN3 | | LA8 | | PR4 |
| | EN4 | | LA9 | | PR5 |
| Agua | EN8 | Formación y Educación | LA10 | Comunicaciones de Marketing | PR6 |
| Biodiversidad | EN11 | | LA11 | Privacidad del Cliente | PR7 |
| | EN12 | | LA12 | Cumplimiento Normativo | PR8 |
| | EN13 | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | LA13 | Cumplimiento Normativo | PR9 |
| | EN14 | DERECHOS HUMANOS | | SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | EN15 | Prácticas de Inversión y Absentismo | HR1 | ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | |
| | EN16 | | HR2 | Impacto de Productos y Servicios | FS1 |
| | EN22 | | HR3 | | FS2 |
| | EN23 | No Discriminación | HR4 | | FS3 |
| | EN25 | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | HR5 | | FS4 |
| Productos y Servicios | EN26 | Explotación Infantil | HR6 | Cartera de Producto | FS5 |
| Cumplimiento Normativo | EN28 | Trabajos Forzados | HR7 | | FS6 |
| Gestión Ambiental | EN30 | Prácticas de Seguridad | HR8 | | FS7 |
| | | Derechos de los Indígenas | HR9 | Auditoría | FS9 |
| | | Valoración del Riesgo | HR10 | Comunidad | FS13 |
| | | Resolución Conflictos | HR11 | | FS14 |
| | | | | Salud y Seguridad del Cliente | FS15 |
| | | | | Comunicaciones de Marketing | FS16 |

| INDICADORES DE CHILE | | | | | |
|---|------|---|------|--------------------------------------|------|
| ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | SOCIEDAD | |
| Desempeño económico | EC1 | PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE | | Corrupción | SO2 |
| | EC2 | Empleo | LA1 | | SO3 |
| | EC3 | | LA2 | | SO4 |
| | EC4 | | LA3 | Política Pública | SO5 |
| Presencia del mercado | EC5 | | LA13 | | SO6 |
| | EC6 | Relación Empresa Trabajadores | LA4 | Comportamiento Competencia Desleal | SO7 |
| | EC7 | | LA5 | Cumplimiento Normativo | SO8 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | LA6 | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | |
| Materiales | EN1 | Salud y Seguridad en el Trabajo | LA7 | Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 |
| Energía | EN3 | | LA8 | | PR4 |
| | EN4 | | LA9 | | PR5 |
| Agua | EN8 | Formación y Educación | LA10 | Comunicaciones de Marketing | PR6 |
| Biodiversidad | EN11 | | LA11 | | PR7 |
| | EN12 | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | LA12 | Privacidad del Cliente | PR8 |
| | EN13 | | LA13 | Cumplimiento Normativo | PR9 |
| | EN14 | DERECHOS HUMANOS | | SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | EN15 | Prácticas de Inversión y Absentismo | HR1 | ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | |
| | EN16 | | HR2 | Impacto de Productos y Servicios | FS1 |
| | EN17 | | HR3 | | FS2 |
| | EN18 | No Discriminación | HR4 | | FS3 |
| | EN19 | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | HR5 | | FS4 |
| Productos y Servicios | EN26 | Explotación Infantil | HR6 | | FS5 |
| Cumplimiento Normativo | EN28 | Trabajos Forzados | HR7 | Cartera de Producto | FS6 |
| | | Prácticas de Seguridad | HR8 | | FS7 |
| | | Derechos de los Indígenas | HR9 | Auditoría | FS9 |
| | | Valoración del Riesgo | HR10 | Comunidad | FS13 |
| | | Resolución Conflictos | HR11 | | FS14 |
| | | | | Salud y Seguridad del Cliente | FS15 |
| | | | | Comunicaciones de Marketing | FS16 |

| INDICADORES DE COLOMBIA | | | | | |
|---|------|---|------|--------------------------------------|------|
| ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | SOCIEDAD | |
| Desempeño económico | EC1 | PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE | | Corrupción | SO2 |
| | EC2 | Empleo | LA1 | | SO3 |
| | EC3 | | LA2 | | SO4 |
| | EC4 | | LA3 | Política Pública | SO5 |
| Presencia del mercado | EC5 | | LA13 | | SO6 |
| | EC6 | Relación Empresa Trabajadores | LA4 | Comportamiento Competencia Desleal | SO7 |
| | EC7 | | LA5 | Cumplimiento Normativo | SO8 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | LA6 | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | |
| Materiales | EN1 | Salud y Seguridad en el Trabajo | LA7 | Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 |
| Energía | EN3 | | LA8 | | PR4 |
| | EN4 | | LA9 | | PR5 |
| Agua | EN8 | Formación y Educación | LA10 | Comunicaciones de Marketing | PR6 |
| Biodiversidad | EN11 | | LA11 | | PR7 |
| | EN12 | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | LA12 | Privacidad del Cliente | PR8 |
| | EN13 | | LA13 | Cumplimiento Normativo | PR9 |
| | EN14 | DERECHOS HUMANOS | | SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | EN15 | Prácticas de Inversión y Absentismo | HR1 | ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | |
| | EN16 | | HR2 | Impacto de Productos y Servicios | FS1 |
| | EN17 | | HR3 | | FS2 |
| | EN18 | No Discriminación | HR4 | | FS3 |
| | EN19 | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | HR5 | | FS4 |
| Productos y Servicios | EN26 | Explotación Infantil | HR6 | | FS5 |
| Cumplimiento Normativo | EN28 | Trabajos Forzados | HR7 | Cartera de Producto | FS6 |
| | | Prácticas de Seguridad | HR8 | | FS7 |
| | | Derechos de los Indígenas | HR9 | Auditoría | FS9 |
| | | Valoración del Riesgo | HR10 | Comunidad | FS13 |
| | | Resolución Conflictos | HR11 | | FS14 |
| | | | | Salud y Seguridad del Cliente | FS15 |
| | | | | Comunicaciones de Marketing | FS16 |

| INDICADORES DE E.E.UU. | | | | | |
|---|------|---|------|--------------------------------------|------|
| ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | SOCIEDAD | |
| Desempeño económico | EC1 | PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE | | Corrupción | SO2 |
| | EC2 | Empleo | LA1 | | SO3 |
| | EC3 | | LA2 | | SO4 |
| | EC4 | | LA3 | Política Pública | SO5 |
| Presencia del mercado | EC5 | | LA15 | | SO6 |
| | EC6 | Relación Empresa Trabajadores | LA4 | Comportamiento Competencia Desleal | SO7 |
| | EC7 | | LA5 | Cumplimiento Normativo | SO8 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | LA6 | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | |
| Materiales | EN1 | Salud y Seguridad en el Trabajo | LA7 | Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 |
| Energía | EN3 | | LA8 | | PR4 |
| | EN4 | | LA9 | | PR5 |
| Agua | EN8 | Formación y Educación | LA10 | Comunicaciones de Marketing | PR6 |
| Biodiversidad | EN11 | | LA11 | Privacidad del Cliente | PR7 |
| | EN12 | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | LA12 | | PR8 |
| | EN13 | | LA13 | Cumplimiento Normativo | PR9 |
| | EN14 | DERECHOS HUMANOS | | SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | EN15 | Prácticas de Inversión y Absentismo | HR1 | ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | |
| | EN16 | | HR2 | Impacto de Productos y Servicios | FS1 |
| | EN22 | No Discriminación | HR3 | | FS2 |
| | EN23 | | HR4 | | FS3 |
| | EN25 | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | HR5 | | FS4 |
| Productos y Servicios | EN26 | Explotación Infantil | HR6 | | FS5 |
| Cumplimiento Normativo | EN28 | Trabajos Forzados | HR7 | Cartera de Producto | FS6 |
| Gestión Ambiental | EN30 | Prácticas de Seguridad | HR8 | | FS7 |
| | | Derechos de los Indígenas | HR9 | Auditoría | FS9 |
| | | Valoración del Riesgo | HR10 | Comunidad | FS13 |
| | | Resolución Conflictos | HR11 | | FS14 |
| | | | | Salud y Seguridad del Cliente | FS15 |
| | | | | Comunicaciones de Marketing | FS16 |

| INDICADORES DE MÉXICO | | | | | |
|---|------|---|------|--------------------------------------|------|
| ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | SOCIEDAD | |
| Desempeño económico | EC1 | PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE | | Corrupción | SO2 |
| | EC2 | Empleo | LA1 | | SO3 |
| | EC3 | | LA2 | | SO4 |
| | EC4 | | LA3 | Política Pública | SO5 |
| Presencia del mercado | EC5 | | LA15 | | SO6 |
| | EC6 | Relación Empresa Trabajadores | LA4 | Comportamiento Competencia Desleal | SO7 |
| | EC7 | | LA5 | Cumplimiento Normativo | SO8 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | LA6 | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | |
| Materiales | EN1 | Salud y Seguridad en el Trabajo | LA7 | Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 |
| Energía | EN3 | | LA8 | | PR4 |
| | EN4 | | LA9 | | PR5 |
| Agua | EN8 | Formación y Educación | LA10 | Comunicaciones de Marketing | PR6 |
| Biodiversidad | EN11 | | LA11 | Privacidad del Cliente | PR7 |
| | EN12 | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | LA12 | | PR8 |
| | EN13 | | LA13 | Cumplimiento Normativo | PR9 |
| | EN14 | DERECHOS HUMANOS | | SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | EN15 | Prácticas de Inversión y Absentismo | HR1 | ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | |
| | EN16 | | HR2 | Impacto de Productos y Servicios | FS1 |
| | EN22 | No Discriminación | HR3 | | FS2 |
| | EN23 | | HR4 | | FS3 |
| | EN25 | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | HR5 | | FS4 |
| Productos y Servicios | EN26 | Explotación Infantil | HR6 | | FS5 |
| Cumplimiento Normativo | EN28 | Trabajos Forzados | HR7 | Cartera de Producto | FS6 |
| | | Prácticas de Seguridad | HR8 | | FS7 |
| | | Derechos de los Indígenas | HR9 | Auditoría | FS9 |
| | | Valoración del Riesgo | HR10 | Comunidad | FS13 |
| | | Resolución Conflictos | HR11 | | FS14 |
| | | | | Salud y Seguridad del Cliente | FS15 |
| | | | | Comunicaciones de Marketing | FS16 |

| INDICADORES DE PUERTO RICO | | | | | |
|---|------|---|------|--------------------------------------|------|
| ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | SOCIEDAD | |
| Desempeño económico | EC1 | PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE | | Corrupción | SO2 |
| | EC2 | Empleo | LA1 | | SO3 |
| | EC3 | | LA2 | | SO4 |
| | EC4 | | LA3 | Política Pública | SO5 |
| Presencia del mercado | EC5 | | LA15 | | SO6 |
| | EC6 | Relación Empresa Trabajadores | LA4 | Comportamiento Competencia Desleal | SO7 |
| | EC7 | | LA5 | Cumplimiento Normativo | SO8 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | |
| Materialidad | EN1 | Salud y Seguridad en el Trabajo | LA6 | Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 |
| Energía | EN3 | | LA7 | | PR4 |
| | EN4 | | LA8 | | PR5 |
| Agua | EN8 | Formación y Educación | LA9 | Comunicaciones de Marketing | PR6 |
| Biodiversidad | EN11 | | LA10 | Privacidad del Cliente | PR7 |
| | EN12 | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | LA11 | | PR8 |
| | EN13 | | LA12 | Cumplimiento Normativo | PR9 |
| | EN14 | DERECHOS HUMANOS | | SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | EN15 | Prácticas de Inversión y Absentismo | HR1 | ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | |
| | EN16 | | HR2 | Impacto de Productos y Servicios | FS1 |
| | EN22 | | HR3 | | FS2 |
| | EN23 | No Discriminación | HR4 | | FS3 |
| | EN25 | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | HR5 | | FS4 |
| Productos y Servicios | EN26 | Explotación Infantil | HR6 | | FS5 |
| Cumplimiento Normativo | EN28 | Trabajos Forzados | HR7 | Cartera de Producto | FS6 |
| | | Prácticas de Seguridad | HR8 | | FS7 |
| | | | HR9 | Auditoría | FS9 |
| | | Valoración del Riesgo | HR10 | Comunidad | FS13 |
| | | Resolución Conflictos | HR11 | | FS14 |
| | | | | Salud y Seguridad del Cliente | FS15 |
| | | | | Comunicaciones de Marketing | FS16 |

| INDICADORES DE TURQUÍA | | | | | |
|---|------|---|------|--------------------------------------|------|
| ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. | ASPECTO | IND. |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO | | INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL | | SOCIEDAD | |
| Desempeño económico | EC1 | PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE | | Corrupción | SO2 |
| | EC2 | Empleo | LA1 | | SO3 |
| | EC3 | | LA2 | | SO4 |
| | EC4 | | LA3 | Política Pública | SO5 |
| Presencia del mercado | EC5 | | LA15 | | SO6 |
| | EC6 | Relación Empresa Trabajadores | LA4 | Comportamiento Competencia Desleal | SO7 |
| | EC7 | | LA5 | Cumplimiento Normativo | SO8 |
| INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL | | | | RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO | |
| Materialidad | EN1 | Salud y Seguridad en el Trabajo | LA6 | Etiquetado de Productos y Servicios | PR3 |
| Energía | EN3 | | LA7 | | PR4 |
| | EN4 | | LA8 | | PR5 |
| Agua | EN8 | Formación y Educación | LA9 | Comunicaciones de Marketing | PR6 |
| Biodiversidad | EN11 | | LA10 | Privacidad del Cliente | PR7 |
| | EN12 | Diversidad e Igualdad de Oportunidades | LA11 | | PR8 |
| | EN13 | | LA12 | Cumplimiento Normativo | PR9 |
| | EN14 | DERECHOS HUMANOS | | SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO | |
| Emisiones, Vertidos y Residuos | EN15 | Prácticas de Inversión y Absentismo | HR1 | ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL | |
| | EN16 | | HR2 | Impacto de Productos y Servicios | FS1 |
| | EN22 | | HR3 | | FS2 |
| | EN23 | No Discriminación | HR4 | | FS3 |
| | EN25 | Libertad de Asociación y Convenios Colectivos | HR5 | | FS4 |
| Productos y Servicios | EN26 | Explotación Infantil | HR6 | | FS5 |
| Cumplimiento Normativo | EN28 | Trabajos Forzados | HR7 | Cartera de Producto | FS6 |
| | | Prácticas de Seguridad | HR8 | | FS7 |
| | | Derechos de los Indígenas | HR9 | Auditoría | FS9 |
| | | Valoración del Riesgo | HR10 | Comunidad | FS13 |
| | | Resolución Conflictos | HR11 | | FS14 |
| | | | | Salud y Seguridad del Cliente | FS15 |
| | | | | Comunicaciones de Marketing | FS16 |

MAPFRE contribuye a la conservación del medio ambiente. Esta publicación ha sido impresa en papel reciclado, lo que ha permitido una reducción del impacto medioambiental en:

| | |
|---|---|
|  | 1.569 kg de basura |
|  | 293 kg de CO ₂ de gases de efecto invernadero |
|  | 2.931 km de viaje en un coche europeo estándar |
|  | 30.716 litros de agua |
|  | 2.892 kWh de energía |
|  | 2.549 kg de madera |

Diseño y maquetación: **TAU DISEÑO**
WWW.TAUDESIGN.COM

Imprime: **MONTERREINA**

Depósito legal: M-7575-2013

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE

1. Cumplimiento de las leyes y normas nacionales e internacionales vigentes en todos los países en los que opera el Grupo, adoptando de forma complementaria normas y directrices internacionales allí donde no exista un desarrollo legal adecuado, y asumiendo como declaración de mínimos el respeto a los derechos reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los diez principios contenidos en el Pacto Mundial.
2. Mantenimiento de prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua con accionistas e inversores, respetando las reglas de libre mercado y de libre competencia, y rechazando cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales.
3. Respeto a la igualdad de oportunidades entre los empleados, su privacidad y su libertad de opinión; equidad en las relaciones laborales, procurando un entorno de trabajo saludable y seguro, además de la formación necesaria y adecuada al trabajo que desarrolla cada empleado; retribución justa y estabilidad en el empleo, evitando cualquier forma de persecución, de abuso o de discriminación por razón de ideología, creencia, sexo, orientación sexual, raza o condición; favorecimiento de la conciliación de la vida personal y laboral; y rechazo expreso de la explotación infantil y del trabajo forzoso.
4. Innovación permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor a los asegurados y clientes, facilitando y fomentando el acceso del mayor número de colectivos al seguro; y prestación a los asegurados y clientes de un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado, asesorándoles honestamente, manteniendo la debida confidencialidad en el tratamiento de sus datos, y poniendo a su disposición un procedimiento gratuito para la resolución de sus reclamaciones en el plazo más breve posible.
5. Desarrollo de prácticas responsables en la cadena de valor, impulsándolas principalmente a través de los procesos de selección y contratación de los suministradores, proveedores y colaboradores, y acompañando a éstos en su desarrollo empresarial para que sean copartícipes en la aplicación de la política de Responsabilidad Social del Grupo.
6. Mantenimiento de una actuación respetuosa con el Medio Ambiente, impulsando medidas efectivas para limitar en todo lo posible el impacto ecológico y medioambiental de los riesgos derivados de su actuación empresarial; y promoción de los valores de desarrollo sostenible y buenas prácticas de gestión ambiental de MAPFRE entre proveedores y contratistas de bienes y servicios.
7. Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés, basados en la transparencia, la veracidad y el compromiso.
8. Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la responsabilidad social.
9. Elaboración y difusión de un Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE con información relevante y veraz sobre las actividades realizadas en este ámbito, sometiéndolo a los procesos de verificación internos y externos que se consideren oportunos y que garanticen su fiabilidad e incentiven su mejora continua.
10. Contribución al desarrollo de las actividades no lucrativas de interés general que lleva a cabo la FUNDACIÓN MAPFRE, dentro de los límites previstos en los estatutos sociales.

MODELO CORPORATIVO DEL GRUPO MAPFRE



NIVELES DE RELACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

| | |
|--|---|
| <p>Nivel 1 Son los primeros afectados por las decisiones estratégicas de la organización, y viceversa. La capacidad de influencia mutua es “inmediata”.</p> | <ul style="list-style-type: none">• Asegurados y clientes.• Accionistas e inversores.• Socios.• Empleados.• Representantes de los trabajadores/sindicatos.• Mediadores/colaboradores.• Proveedores. |
| <p>Nivel 2: Son aquellos cuyas decisiones pueden tener impacto en la organización, pero resultan menos afectados por las decisiones de ésta.</p> | <ul style="list-style-type: none">• Gobiernos, Instituciones, Administraciones• Públicas y organismos reguladores.• Medios de comunicación.• Sociedad/opinión pública.• Asociaciones de consumidores y usuarios. |
| <p>Nivel 3: Son aquellas a las que MAPFRE reconoce una mutua capacidad de influencia, pero cuyas decisiones estratégicas pueden o no impactar directamente y viceversa.</p> | <ul style="list-style-type: none">• La competencia.• Asociaciones profesionales sectoriales.• Tercer sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG). |

MATRIZ DE RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS DE MAPFRE

| NUESTROS PRINCIPIOS | | <ul style="list-style-type: none">• Asociaciones profesionales sectoriales• Tercer Sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG) | | | | |
|---|------------------------------------|--|------------|----------------------|------------------------------|---------------------|
| ACTUACIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE | POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL | <div><div><div><ul style="list-style-type: none">• Gobiernos, Instituciones, Administraciones públicas y organismos reguladores• Accionistas e inversores• Proveedores• Socios• Mediadores/Colaboradores• Representantes de los trabajadores/Sindicatos• Asegurados y Clientes• Empleados</div><div><ul style="list-style-type: none">• Asociaciones de consumidores y usuarios• Sociedad/opinión pública• Medios de comunicación</div></div><div>• Competencia</div></div> | | | | |
| HUMANISMO | | | | | | |
| SEPARACIÓN ENTRE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES DEL GRUPO MAPFRE Y DE FUNDACIÓN MAPFRE | | | | | | |
| GLOBALIDAD E INNOVACIÓN PERMANENTE DE LA OFERTA | | | | | | |
| VOCACIÓN MULTINACIONAL | | | | | | |
| ESPECIALIZACIÓN | | | | | | |
| DESCENTRALIZACIÓN | | | | | | |
| ACTUACIÓN COORDINADA | | | | | | |
| MÁXIMO APROVECHAMIENTO DE SINERGIAS | | | | | | |
| VOCACIÓN DE LIDERAZGO | | | | | | |
| ALTA CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS CLIENTES | | NUESTROS VALORES | | | | |
| BÚSQUEDA PERMANENTE DE LA EFICACIA | | SOLVENCIA | INTEGRIDAD | VOCACIÓN DE SERVICIO | INNOVACIÓN PARA EL LIDERAZGO | EQUIPO COMPROMETIDO |

