

# 2

Responsabilidad Social

 **MAPFRE**

INFORME ANUAL 2011



Madrid, 11 de junio de 2012

En nombre de MAPFRE, me complace reiterar nuestro compromiso con el Global Compact y sus diez principios de actuación, fomentando el cumplimiento de los mismos y evidenciando nuestra firme voluntad y de nuestro trabajo para afianzar el respeto por los derechos humanos, los derechos laborales y la protección del medio ambiente, así como la lucha contra la corrupción.

Como cada año, MAPFRE viene realizando numerosas acciones de apoyo a esta iniciativa, entre otras, hemos profundizado en la divulgación y práctica de los diez principios del Pacto Mundial mediante la puesta en marcha de un curso de formación online para los empleados, hemos participado en aquellas iniciativas que pretenden concienciar a la sociedad ante los retos de la sostenibilidad como "La Hora del Planeta" y hemos puesto en marcha un nuevo canal de comunicación para personas con discapacidad auditiva a través de la vídeo-interpretación, que refuerza nuestro compromiso con los productos y servicios accesibles a nuestros clientes. Además, continuamos fomentando nuestra participación en las ponencias y foros que se celebren al respecto.

Por otra parte, como miembros de la Red Española del Pacto Mundial e integrantes de su Comité Ejecutivo hemos puesto singular énfasis en avanzar en los grupos de trabajo de la red en los que colaboramos: Reporting y Comunicación, Difusión de los Objetivos del Milenio e Inversión Socialmente Responsable.

MAPFRE seguirá promoviendo y fomentando que en todas sus actividades y países en los que está presente, se integren soluciones encaminadas a respetar los derechos humanos y laborales, la protección del medio ambiente y las prácticas contra la corrupción.

Cordialmente;

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Antonio Huertas', is written over a faint, circular stamp or watermark.

Antonio Huertas.

# Contenidos

1. Carta del Presidente	4
2. Información general	7
– Implantación	8
– Organigrama societario del Grupo MAPFRE	9
– Principales magnitudes económicas	10
– Órganos de Gobierno	11
3. MAPFRE y la Responsabilidad Social	13
– Modelo de actuación y mapa corporativo de grupos de interés	13
– La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE	14
– Gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno	16
– MAPFRE y el Pacto Mundial	18
– Premios y reconocimientos	19
– Principales Asociaciones	20



<b>4. Dimensión Social de MAPFRE</b>	<b>25</b>
- MAPFRE y sus empleados	25
- MAPFRE y sus clientes	35
- MAPFRE y sus accionistas	50
- MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos	53
- MAPFRE y sus proveedores	57
<b>5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE</b>	<b>63</b>
<b>6. Información Complementaria</b>	<b>73</b>
- Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social	73
- Índice de indicadores GRI	76
- Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	84
- Informe de Verificación Externa	88



# Carta del Presidente



## *Estimado lector*

La empresa tiene que ser una de las palancas de cambio, que no la única, que promueva el desarrollo económico y social de las sociedades en las que opera. Para ello, tendrá que desempeñar un papel más comprometido con la sociedad. En este papel, la ética y la responsabilidad social deben formar parte de la cultura de cualquier empresa. Así lo entendemos en todas y cada una de las empresas que forman el Grupo MAPFRE.

En MAPFRE creemos que la Responsabilidad Social sólo se entiende con transparencia, comportamiento ético y Buen Gobierno, y que además sin estricto cumplimiento de la ley no cabe hablar de RS. El compromiso sincero y decidido con la Responsabilidad Social pasa por el acercamiento a los asegurados, clientes y partes interesadas con un lenguaje claro y sin aristas; y por el trabajo conjunto a favor de una cada vez más necesaria corresponsabilidad. MAPFRE asume el impacto que su actividad genera en la sociedad y trabajamos cada día para construir y desarrollar relaciones de equidad con todas las partes relacionadas y haciéndolas partícipes de nuestros principios de actuación. Por ello, nos complace presentar por octavo año consecutivo el Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE.

Como en ocasiones anteriores, este informe tiene carácter global, y refleja la relación de MAPFRE con sus principales grupos de interés en el ejercicio de la actividad aseguradora que desarrolla en los 46



JOSÉ MANUEL MARTÍNEZ PRESIDENTE

países en los que está presente. El informe se realiza conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su última versión 3.1, y se completa con indicadores propios de la actividad aseguradora de MAPFRE. Además, ha sido verificado por la firma de auditoría Ernst & Young; y como ya ocurriera en el ejercicio 2010, el Informe se completará con las memorias específicas de RS que se editarán en otros países. Es nuestro propósito extender paulatina y progresivamente la verificación de los informes a todos los países donde MAPFRE está implantada, y asimismo editar y distribuir informes de RS específicos con nivel homogéneo de datos en aquellos otros países cuya relevancia justifique dicha iniciativa.

Nuestro compromiso con la RS y con la transparencia ha sido valorado internacionalmente en 2011 con la permanencia de MAPFRE en el Dow Jones Sustainability. La presencia en ese prestigioso índice se suma al reconocimiento que desde hace años nos otorga el FTSE4Good, y asimismo a la confianza de otras instituciones de renombre internacional que miden y destacan la reputación y la imagen de nuestra marca.

En 2011 hemos profundizado en la implantación de nuestra política de Responsabilidad Social: hemos lanzado un curso on-line de responsabilidad social empresarial que esta previsto se implante en todo el Grupo, hemos avanzado en la divulgación y práctica de los diez principios del Pacto Mundial, y seguimos, junto con FUNDACIÓN MAPFRE, contribuyendo para conseguir que se logren los Objetivos del Milenio. La innovación permanente en productos y servicios, la profesionalidad de nuestra red comercial, los diversos canales de atención al cliente, nos permiten decir que MAPFRE trabaja cada día con el objetivo de generar valor a sus más de 23 millones de clientes y asegurados. Seguimos considerando de forma prioritaria la capacitación continua de nuestros

directivos y empleados, ellos son el eje de la empresa, y para reforzar nuestra cultura corporativa basada en nuestros principios y valores como el esfuerzo, el trabajo, la ética y la honestidad, en España hemos presentado internamente el Proyecto Actitud de MAPFRE, un programa de formación que ha comenzado en 2011 y se desarrollará en 2012, que pretende transmitir a empleados y colaboradores, la importancia que tiene la "actitud" en todas las facetas de la actuación empresarial, especialmente en el trato con el cliente y los compañeros, este programa se extenderá progresivamente al resto de las empresas del Grupo. Además hemos seguido trabajando para minimizar el impacto medioambiental que nuestra actividad genera, sensibilizando y mejorando el consumo de nuestros recursos. Todas estas actuaciones simbolizan el firme compromiso de MAPFRE con la sostenibilidad de nuestra actividad empresarial, y se concretan con prácticas y planes de actuación que desarrollan uno de los principios institucionales que inspiran la actuación del Grupo: la actuación ética y socialmente responsable.

Con nuestra reiterada gratitud por su confianza y apoyo, les saludo cordialmente.

JOSÉ MANUEL MARTÍNEZ  
PRESIDENTE

2



W

# 2

## Información general

MAPFRE es un grupo español independiente, que desarrolla fundamentalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en más de 40 países. 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 la independencia del Grupo y su 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.

MAPFRE tiene una sólida posición de liderazgo en el Seguro Español, y una amplia implantación multinacional. Al cierre del ejercicio 2011 ocupaba el sexto puesto en el *ranking* de Seguro no Vida de Europa, y la primera posición en este segmento en el de América Latina, región en la que es el segundo grupo asegurador.





## Implantación

MAPFRE opera en un total de 46 países a través de 243 sociedades. Al cierre del ejercicio 2011, tenía 5.317 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.155 estaban en España y 2.006 en América Latina; además distribuye sus productos a través de 9.670 oficinas de entidades bancarias y cuenta con una red de cerca de más de 70.600 agentes y mediadores, 5.700 de los cuales estaban en Estados Unidos y más de 16.700 en Brasil

En la actividad de Seguro Directo, MAPFRE lidera el mercado español y está implantada en todos los países de América Latina -región en la que en 2011 se ha convertido en el segundo grupo asegurador, además de mantener su posición de liderazgo 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 de representación.

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

●	Australia
---	-----------

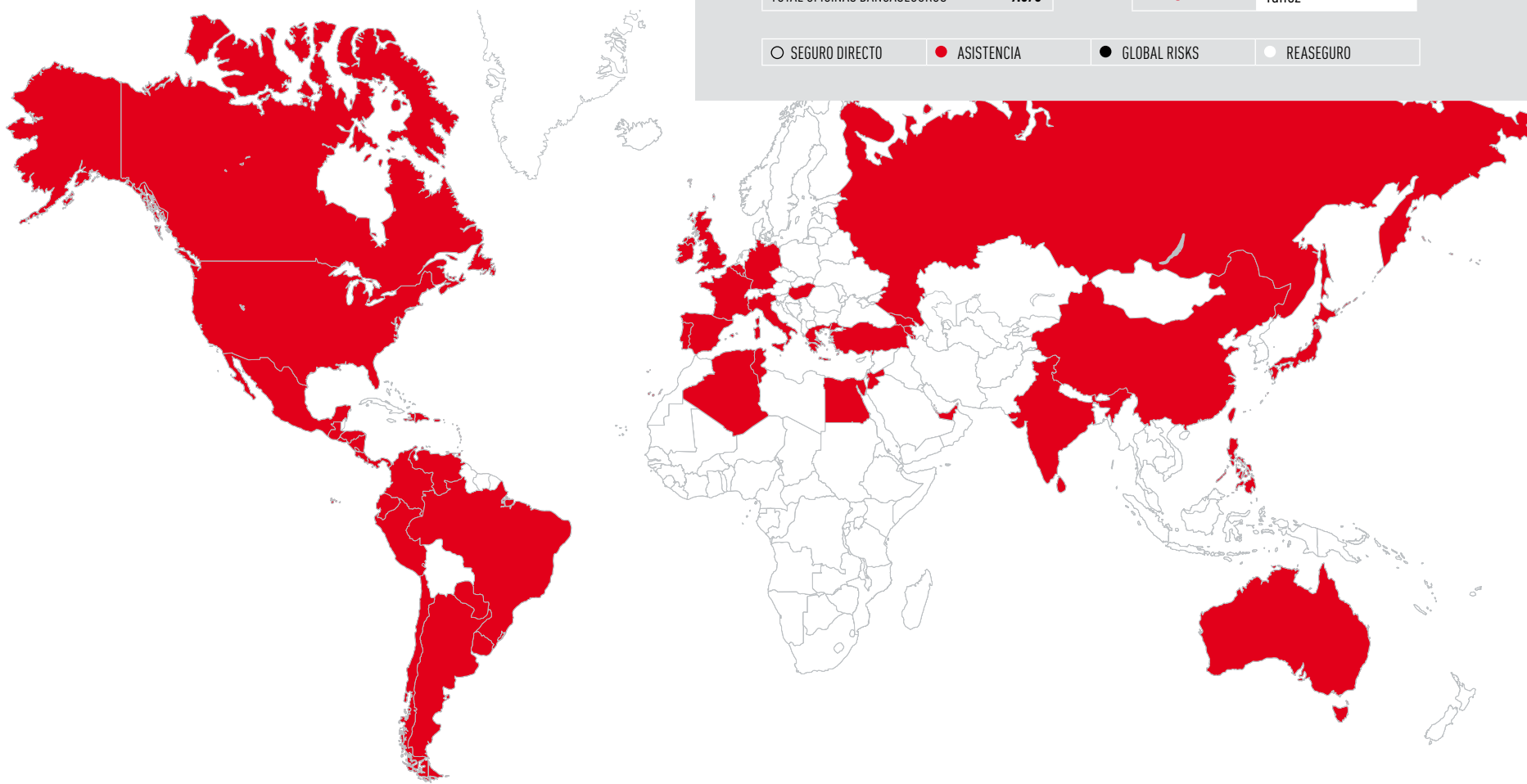
● ● ●	Alemania
● ●	Bélgica
○ ● ●	España
● ● ●	Francia
● ●	Grecia
●	Hungría
●	Irlanda
● ●	Italia
●	Luxemburgo
○ ●	Malta
○ ● ●	Portugal
● ● ●	Reino Unido
●	Rusia
○ ●	Turquía

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

●	Argelia
●	Egipto
●	Túnez

TOTAL OFICINAS PROPIAS	5.317
TOTAL OFICINAS BANCASEGUROS	9.670

○ SEGURO DIRECTO ● ASISTENCIA ● GLOBAL RISKS ● REASEGURO



## Organigrama societario del Grupo MAPFRE

**MAPFRE S.A.**

- Secretaría General
- Auditoría Interna
- Área Financiera
- Inversiones
- Recursos y Medios
- Tecnologías y Procedimientos

**SEGURO DIRECTO ESPAÑA**

**MAPFRE FAMILIAR**  
100%

**MAPFRE VIDA**  
100%

**MAPFRE EMPRESAS**  
100%

**SEGURO DIRECTO INTERNACIONAL**

**MAPFRE AMÉRICA**  
88,9%

**MAPFRE INTERNACIONAL**  
100%

**NEGOCIOS GLOBALES**

**MAPFRE RE**  
91,5%

**MAPFRE ASISTENCIA**  
100%

**MAPFRE GLOBAL RISKS**  
100%

## Principales magnitudes económicas

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

	2011	2010	Var.%11/10
<b>Ingresos por operaciones</b>			
Primas de seguro y reaseguro	20.848,3	18.137,0	14,9%
Aportaciones brutas a Planes de Pensiones	827,7	616,7	34,2%
Ingresos de inversiones	3.155,3	2.909,5	8,4%
Ingresos de entidades no aseguradoras y otros	945,2	753,2	25,5%
Ajustes de consolidación y otras sociedades	(1.418,4)	(1.328,9)	6,7%
<b>INGRESOS TOTALES POR OPERACIONES</b>	<b>24.358,0</b>	<b>21.087,5</b>	<b>15,5%</b>
<b>BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>1.636,9</b>	<b>1.431,0</b>	<b>14,4%</b>
<b>RESULTADO ATRIBUIBLE A LA SOCIEDAD DOMINANTE</b>	<b>963,0</b>	<b>933,5</b>	<b>3,2%</b>
<b>Fondos gestionados de productos de Vida y Ahorro</b>			
Provisiones Técnicas Vida	21.581,8	20.319,8	6,2%
Fondos de Pensiones	5.081,3	5.193,1	(2,2%)
Fondos de Inversión y carteras gestionadas	2.648,4	2.605,7	1,6%
<b>TOTAL FONDOS GESTIONADOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y AHORRO</b>	<b>29.311,5</b>	<b>28.118,6</b>	<b>4,2%</b>
<b>ACTIVOS TOTALES GESTIONADOS (1)</b>	<b>62.585,3</b>	<b>56.471,1</b>	<b>10,8%</b>

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:

<b>IMPLANTACIÓN DEL NEGOCIO Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA</b>		
	2011	2010
<b>Número de países con presencia</b>	46	43
<b>Número de empleados</b>	34.390	36.744
España	11.046	16.680
Otros países	23.344	20.064
<b>Número de oficinas</b>	5.317	5.351
España	3.155	3.226
América - Seguro directo	2.006	1.972
Otros países	156	153
<b>Distribución territorial del negocio por primas</b>		
España	38%	41%
América - Seguro directo	33%	28%
Otros países	29%	31%



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

CUOTAS DE MERCADO		
	2011	2010
<b>España (primas)</b>		
Automóviles	21,0%	20,5%
Salud	6,1%	6,3%
Resto no Vida	17,1%	17,4%
Vida	11,0%	12,8%
<b>TOTAL</b>	<b>13,7%</b>	<b>14,7%</b>
España Vida (provisiones técnicas)	11,8%	12,3%
Latinoamérica (primas no Vida)	n.d.	10,5%

En el Volumen 1 de Cuentas Anuales, Informe de Gestión, Sociedades Filiales, se ofrece una amplia información sobre la dimensión económica de MAPFRE.

## 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<sup>1</sup> 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 1 del Informe de Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados, y Sociedades Filiales de MAPFRE 2011, se ofrece una amplia información sobre los órganos de gobierno del Grupo, su estructura, comités, mandato y composición. (Ver indicador GRI 4.1 página 77)

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

3



# 3

## MAPFRE y la Responsabilidad Social

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.

Este compromiso público define también la forma en la que MAPFRE desarrolla su negocio e implica, por tanto, a todos los empleados y colaboradores, que desde sus diferentes ámbitos de actuación y responsabilidad, deben contribuir a que el Grupo sea sostenible.

### Modelo de actuación y mapa corporativo de grupos de interés

El modelo de actuación de MAPFRE en Responsabilidad Social se sustenta en los principios institucionales y empresariales, en especial, en el Principio de Actuación Ética y Socialmente Responsable, así como en sus normas de autorregulación establecidas en su Código de Buen Gobierno.



En 2010 MAPFRE revisó y modificó su mapa corporativo de grupos de interés, superando el criterio de relación contractual (cuyo cumplimiento es inexcusable), y teniendo en cuenta su influencia, el trabajo que desarrollan y la colaboración que prestan para el cumplimiento de los planes derivados de la actividad empresarial. Se incluyó, por tanto, el principio de impacto e influencia mutua y el concepto de corresponsabilidad de los grupos de interés con la organización, como elementos necesarios a tener en cuenta en las relaciones de equidad que se deben mantener con ellos.

#### MAPA DE GRUPOS DE INTERÉS DEL GRUPO MAPFRE

<b>Nivel 1</b> 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.
<b>Nivel 2:</b> Son aquellos cuyas decisiones pueden tener impacto en la organización, pero resultan menos afectados por las decisiones.	Gobiernos, Instituciones, Administraciones Públicas y organismos reguladores. Medios de comunicación. Sociedad/opinión pública. Asociaciones de consumidores y usuarios.
<b>Nivel 3:</b> Son aquellos a los 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).

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 paginas 32, 33, 35, 50, 54, 57 y 68)





## La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE

Como principio institucional de MAPFRE, la actuación ética y socialmente responsable vertebrada los diez principios de la Política de Responsabilidad Social.

### POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE

**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.

**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.



## POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE

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](http://www.mapfre.com)).*

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.

Por otra parte, este principio institucional, define la forma en la que el Grupo desarrolla sus actividades y negocios y que se traduce en una amplia gama de actuaciones, de las que se destacan a continuación las más relevantes:

— **Código Ético y de Conducta:** De obligado cumplimiento en el Grupo, sienta las normas de conducta que deben regir el comportamiento y actuación entre los empleados y su relación con terceros, y 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, 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, y esté libre de explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación.

Si bien este Código no puede contemplar todas las situaciones que pueden surgir en el desarrollo de la actividad laboral, establece unas pautas mínimas que permiten orientar a los empleados en sus actuaciones profesionales.

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.



— **Control Interno.** La política de Control Interno establece las normas y directrices principales que deben cumplirse en el Grupo para mantener un sistema de control interno óptimo, y se define como “el conjunto de procesos diseñados para 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.

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 sobre los riesgos potenciales que pueden afectar a la consecución de los objetivos estratégicos establecidos.

El modelo de Control Interno adoptado posee un enfoque eminentemente práctico, considerando que un sistema de Control Interno representa una oportunidad para mejorar:

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

Durante 2011, 7.664 empleados han recibido un total de 9.139 horas de formación en esta materia.

— **Prevención del Blanqueo de Capitales.** De conformidad con las previsiones de la Ley 10/2010 y del Reglamento, 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.

Durante 2011, 7.489 empleados han recibido un total de 13.273 horas de formación en esta materia. Asimismo, MAPFRE en España ha facilitado formación a mediadores de seguros mediante la realización de 5.605 acciones formativas, con un total de 6.270 horas impartidas. En el exterior, se han impartido 1.111 horas de formación a mediadores en esta materia.

— **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.

— **Auditorías de Responsabilidad Social.** La Dirección General de Auditoría de MAPFRE ha realizado 274 trabajos especiales en 2011 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.

— **Formación en Responsabilidad Social.** MAPFRE ha diseñado y puesto en marcha en diciembre de 2011 un curso on-line corporativo de Responsabilidad Social, cuya implantación está prevista en todo el Grupo, y permite identificar la actividad diaria de quienes trabajan en la empresa con los principios y políticas de MAPFRE en este ámbito. Durante su primer mes de vigencia un total de 507 empleados han cursado esta formación.

## Gestión de riesgos medioambientales, 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)<sup>2</sup> 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 agrupado 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 ESG)<sup>2</sup> están incluidos en parte en los riesgos operacionales, y en parte en los estratégicos y de gobierno corporativo.

---

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

*MAPFRE tiene definida una Política Medioambiental y Energética y cuenta con un Comité de Seguridad y Medio Ambiente, encargado de su aplicación.*

#### LOS RIESGOS ESG EN MAPFRE

<b>Riesgos operacionales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Actuariales:</b> riesgos relacionados con el reaseguro y la tarificación.</li> <li>2. <b>Jurídicos:</b> riesgos referidos al cumplimiento normativo, la protección de datos y el blanqueo de capitales.</li> <li>3. <b>Tecnológicos:</b> principalmente riesgos relacionados con la seguridad informática y las comunicaciones.</li> <li>4. <b>Recursos humanos:</b> riesgos relativos a la capacitación y dimensión de la plantilla.</li> <li>5. <b>Colaboradores:</b> riesgos concernientes a la red comercial y profesionales externos (proveedores, etc.).</li> <li>6. <b>Procedimientos:</b> riesgos asociados al diseño de procedimientos y su desarrollo.</li> <li>7. <b>Información:</b> principalmente riesgos relacionados con la comunicación (adecuación y suficiencia de la información).</li> <li>8. <b>Fraude:</b> tanto fraude interno como externo.</li> <li>9. <b>Mercado:</b> ligados a la marca e imagen.</li> <li>10. <b>Bienes materiales:</b> principalmente riesgos de protección de activos.</li> </ol>
<b>Riesgos estratégicos y de gobierno corporativo</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. De ética empresarial y de buen gobierno corporativo.</li> <li>2. De estructura organizativa, de alianzas, fusiones y adquisiciones.</li> <li>3. Derivados del entorno regulador y de competencia.</li> </ol>

La política de riesgos y los sistemas para su gestión y control están reflejados en la Memoria Consolidada (páginas 57-59 del Volumen 1-Cuentas Anuales).

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. (ver pág. 43)

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 refleja 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.



*Presentación del informe “La comunicación de los intangibles”.*



## MAPFRE y el Pacto Mundial

En 2004 MAPFRE se adhiere al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)<sup>3</sup>, 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, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción. Además, forma parte desde su constitución de la Red Española del Pacto Mundial.

### PACTO MUNDIAL

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

Fuente [www.pactomundial.org](http://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 implica<sup>4</sup>. Además, reformula 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 Humanos<sup>5</sup>.

MAPFRE reporta anualmente, a través del Informe de Progreso<sup>6</sup>, los avances y las actividades que realiza para integrar en su actividad los diez principios del Pacto Mundial. Además, en el apartado de información complementaria (pags 86 y 87) se ha incluido una tabla que muestra la correlación entre Principios del Pacto Mundial, indicadores de desempeño del GRI V3.1 y los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

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

4) MAPFRE también está adherida a UNEP FI de Naciones Unidas.

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

6) ([www.globalcompact.com](http://www.globalcompact.com)).

## Premios y reconocimientos

Los siguientes premios y reconocimientos avalan la gestión empresarial, la calidad del servicio que se presta en MAPFRE.

### RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

- José Manuel Martínez, entre las 30 personalidades más influyentes del seguro mundial, según la revista *REACTIONS*.
- El Presidente de MAPFRE, José Manuel Martínez, ocupa la posición 13 entre los líderes empresariales más valorados del informe *MERCO*.
- El *Grupo Vía* distingue a José Manuel Martínez por su trayectoria empresarial y por el compromiso del Grupo con el sector inmobiliario y constructor.
- MAPFRE, una de las Empresas Más Admiradas del Mundo, según la revista *FORTUNE*.
- La revista *FORBES* sitúa a MAPFRE en el puesto 353 de las mayores empresas del mundo.
- MAPFRE, entre las 500 marcas con mayor valor a nivel mundial, según la consultora Brand Finance.
- El Anuario de Sostenibilidad 2011 reconoce a MAPFRE entre las 409 empresas más sostenibles del mundo.
- MAPFRE, elegida Mejor Compañía de Seguro Directo en América Latina por sexto año consecutivo, por la revista *REACTIONS*.
- La revista *FORTUNE* sitúa a MAPFRE como una de las 500 mayores empresas del mundo.
- MAPFRE, en el índice *Dow Jones* de Sostenibilidad 2011 por segundo año consecutivo.
- La revista *NEWSWEEK* reconoce a MAPFRE como cuarta empresa española más ecológica.
- El estudio *European Corporate Purpose & Performance Impact* sitúa a MAPFRE como una de las entidades españolas destacadas por su eficacia en la comunicación de su "misión corporativa".
- MAPFRE, aseguradora mejor posicionada en los buscadores de Internet.
- La revista *SEGURIDAD* premia a MAPFRE por su estrategia corporativa de seguridad integral en las tecnologías de información y comunicación.
- MAPFRE, entre las 10 empresas más valoradas y en el puesto 20 de las mejores empresas en Responsabilidad Social Corporativa, en el Informe *MERCO*.
- El Cluster Marítimo Español otorga a MAPFRE el Premio de Acción Social Miguel Pardo 2011.
- El Comité Olímpico Español concede a MAPFRE el Premio a la Mejor Entidad Patrocinadora 2011.
- MAPFRE FAMILIAR, primera aseguradora galardonada en los Premios Telva Motor.
- VERTI, Mejor Marca 2011 por PR Noticias.
- Premio a la innovación tecnológica a VERTI por NetApp Innovation.
- Uno de los anuncios de VERTI, tercer premio al mejor *spot* por la Revista *CONTROL*.
- MAPFRE BRASIL, primera aseguradora latinoamericana en el *Hall of Fame* de Ejecución Estratégica.
- Premio a MAPFRE BRASIL como empresa líder en sostenibilidad en el sector asegurador por la Revista *ISTOÉ DINHEIRO*.
- Premio ABT a MAPFRE BRASIL por el Instituto Brasileiro de Marketing de Relacionamento.

- El Informe *MERCO* reconoce a MAPFRE COLOMBIA como una de las 70 mejores empresas del país.
- MAPFRE ARGENTINA, entre las veinte compañías más prestigiosas del país, según el informe *MERCO*.
- MAPFRE ARGENTINA, premio al Mejor Reporte Social de Empresas del país, por el Foro Ecueménico Social.
- MAPFRE ARGENTINA, Premio *World Finance* por ser una referencia de los logros y mejores prácticas en el mundo financiero y empresarial.
- MAPFRE ART, Premio Olimpo de las Marcas por la revista *MERCADO*.
- El Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP) y Comunica reconoce a MAPFRE ARGENTINA con uno de los Premios Prestigio Seguros.
- MAPFRE NICARAGUA, premiada por la Asociación Nicaragüense de Agentes Profesionales de Seguros por su apoyo a esta profesión.
- MAPFRE URUGUAY, Premio Nacional a la Excelencia Ciudadana por el Centro Latinoamericano de Desarrollo.
- MAPFRE ASISTENCIA en Turquía, premiada por *Turkish Corporate Social Responsibility Association* por sus proyectos para integrar la Responsabilidad Social en el negocio empresarial.

### RECONOCIMIENTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA MAPFRE

- MAPFRE, distinguida con ocho galardones en el XVII concurso sectorial de detección de Fraudes de ICEA y con el premio a las redes por captación y mantenimiento de clientes de Vida.
- La Dirección General de Auditoría Interna, máxima calificación de calidad por *The Institute of Internal Auditors*.
- El C@C24 de MAPFRE FAMILIAR, premiado por su innovación en servicios multicanal, por la revista *CONTACT CENTER*.
- Premio AGERS a MAPFRE FAMILIAR por trabajos científicos sobre materias relacionadas con la gerencia de riesgos.
- MAPFRE ASISTENCIA, Compañía del Año de la Industria del Motor en Reino Unido, por el Instituto de Gestión del Transporte del Reino Unido.
- MAPFRE ASISTENCIA, elegida Mejor Aseguradora de Viaje, según la revista *INTERNATIONAL TRAVEL INSURANCE JOURNAL*.
- MAPFRE BRASIL reconocida como una de las 100 mejores empresas para trabajar por la Revista *ÉPOCA*.
- Premio a la Mejor Cartera de Seguros Aeronáuticos a MAPFRE BRASIL por la Revista *COBERTURA*.
- MAPFRE BRASIL, reconocida con el premio Nacional de Teleservicios por la Associação Brasileira de Serviços.
- MAPFRE RE DO BRASIL, galardonada con el Premio Asegurador Brasil en la categoría de "Mejor Desempeño como Reasegurador Local", por la revista *ASEGURADOR BRASIL*.
- MAPFRE ASISTENCIA en Brasil, Premio a la Comunicación Interna, Responsabilidad Social y Mejor Equipo, por la Asociación de Teleservicios de Brasil.
- MAPFRE ARGENTINA, Premio Labor Social Empresaria 2011, otorgado por la Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA).
- MAPFRE MÉXICO, cuarta empresa más innovadora de MÉXICO, según la revista *INFORMATION WEEK*.

## RECONOCIMIENTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA MAPFRE

- MAPFRE PUERTO RICO, mejor entidad de seguros de Vida, por Professional Insurance Agents of Puerto Rico & The Caribbean (PIA).
- MAPFRE COLOMBIA, cuarta marca aseguradora más recordada del país, según el estudio *Top of Mind* de Gallup Colombia.
- El Centro Telefónico de MAPFRE en Portugal, el mejor *contact center* del país, según la Asociación Portuguesa de *Contact Centers* (APCC).

## RECONOCIMIENTO A LA GESTIÓN DE PERSONAS EN MAPFRE

- MAPFRE, entre las 20 mejores empresas para trabajar en España, según el Informe MERCO Personas.
- El programa de Formación Internacional para Directivos de MAPFRE, Premio a las Mejores Prácticas en Recursos Humanos, por el Grupo CEGOS y EQUIPOS&TALENTOS.
- MAPFRE AMÉRICA, entre las 40 mejores multinacionales para trabajar, según el Instituto *Great Place to Work*.
- MAPFRE BRASIL, una de las 100 mejores empresas para trabajar en Latinoamérica, según *Great Place to Work*.
- Premio Ser Humano-Oswaldo Chechia a MAPFRE BRASIL por la *Associação Brasileira* de Recursos Humanos.
- MAPFRE COLOMBIA, entre las 25 mejores empresas para trabajar, según el Instituto *Great Place to Work*.
- El Informe MERCO reconoce a MAPFRE COLOMBIA como una de las 100 mejores empresas para trabajar.
- MAPFRE MÉXICO, entre las 100 mejores empresas para trabajar en el país y entre las 47 mejores empresas para trabajar en el apartado de Equidad de Género por *Great Place to Work Institute*.
- MAPFRE ARGENTINA, Premio *World Finance* por ser una referencia de los logros y mejores prácticas en el mundo financiero y empresarial.
- El Instituto *Great Place to Work* reconoce a MAPFRE PARAGUAY como una de las 50 empresas preferidas para trabajar.
- Reconocimiento a MAPFRE ECUADOR por el cumplimiento de condiciones laborales.
- Reconocimiento a MAPFRE como una de las 50 mejores empresas para trabajar en la República Dominicana por la *Revista MERCADO*.
- Premio *Women in the City* a Leire Jiménez, una de las responsables de MAPFRE ASISTENCIA el Reino Unido, por su potencial de desarrollo en el sector.

## Principales asociaciones

(Información a 31/12/2011)

### SEGURO DIRECTO ESPAÑA

- ACADEMIA DE LAS CIENCIAS Y ARTES DE LA TELEVISIÓN
- AGRUPACIÓ D'INDUSTRIALS DEL BAIX VALLÉS (AIBV)
- ASOCIACIÓN DE DIRECTIVOS DE COMUNICACIÓN (DIRCOM)
- ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE FARMACIA DE MADRID (ADEFARMA)
- ASOCIACIÓN DE INSTITUCIONES DE INVERSIÓN COLECTIVA (INVERCO)
- ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES SEVILLANOS DE ANESTESIOLOGOS Y REANIMADORES (APSAR)
- ASOCIACIÓN EMPRESARIOS DE COMERCIO E INDUSTRIA DE MADRID (AECIM)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ASESORES FISCALES (AEDAF)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MUJERES EMPRESARIAS DE MADRID (ASEME)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ASESORES FISCALES Y GESTORES TRIBUTARIOS (ASEFIGET)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MARKETING DIRECTO
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LAS RELACIONES CON INVERSORES (AERI)
- ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE ASEGURADORES DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA (AIAG)
- ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA PARA EL DESARROLLO DE LOS SEGUROS AGROPECUARIOS (ALASA)
- ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LA DIRECCIÓN (APD)
- ASOCIACIÓN SÍNDROME DE WILLIAMS DE ESPAÑA
- INSTITUTO DE AUDITORES INTERNOS (IAI)
- INVESTIGACIÓN COOPERATIVA ENTRE ENTIDADES ASEGURADORAS Y FONDOS DE PENSIONES (ICEA)
- RED ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL
- UNIÓN ESPAÑOLA DE ENTIDADES ASEGURADORAS Y REASEGURADORAS (UNESPA)
- UNITED NATIONS ENVIRONMENTAL PROGRAMME FINANTIAL INITIATIVE (UNEPFI)
- UNIÓ CATALANA D'ENTITATS ASSEGURADORES I REASSEGURADORES (UCEAC)

## **SEGURO DIRECTO INTERNACIONAL**

### **ARGENTINA**

- ASOCIACIÓN ARGENTINA DE COMPAÑÍAS DE SEGUROS (AACS)
- ASOCIACIÓN ARGENTINA DE COMUNICACIÓN INTERNA (AACI)
- ASOCIACIÓN CRISTIANA DE DIRIGENTES DE EMPRESA (ACDE)
- ASOCIACIÓN DE ADMINISTRADORA DE RIESGOS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (ADARA)
- ASOCIACIÓN DE ASEGURADORES DE VIDA Y RETIRO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (AVIRA)
- ASOCIACIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE LA ARGENTINA (ADRHA)
- CÁMARA DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN LA ARGENTINA (AMCHAM)
- CÁMARA ESPAÑOLA DE COMERCIO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (CECRA)
- CENTRO PARA LA ESTABILIDAD FINANCIERA
- CLUB IFREI (EMPRESAS FAMILIARMENTE RESPONSABLE)
- CONSEJO DE RELACIONES PÚBLICAS
- CONSEJO EMPRESARIO ARGENTINO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (CEADS)
- INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE)
- INSTITUTO PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ARGENTINA (IDEA)
- UNIÓN DE ASEGURADORES DE RIESGOS DEL TRABAJO (UART)

### **BRASIL**

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS RELAÇÕES EMPRESA CLIENTE
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENGENHARIA AUTOMOTIVA (AEA)
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE GERÊNCIA DE RISCOS (ABGR)
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MEDICINA DE TRÁFEGO (ABRAMET)
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT)
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELESSERVIÇOS (ABT)
- CÂMARA OFICIAL ESPAÑOLA DE COMERCIO EN BRASIL
- CLUBES DE VIDA EM GRUPO SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, RIO GRANDE DO SUL E PARANÁ
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE SEGUROS, RESSEGUROS, PREVIDÊNCIA PRIVADA ABERTA, SAÚDE SUPLEMENTAR E CAPITALIZAÇÃO (CNSEG)
- FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DE EMPRESAS DE SEGUROS (FIDES)
- FEDERAÇÃO NACIONAL DE CAPITALIZAÇÃO (FENACAP)
- FEDERAÇÃO NACIONAL DE SEGUROS GERAIS (FENSEG)

- FEDERAÇÃO NACIONAL DE PREVIDÊNCIA PRIVADA E VIDA (FENAPREVI)
- FUNDAÇÃO ABRINQ
- FUNDAÇÃO ESCOLA NACIONAL DE SEGUROS (FUNENSEG)
- INSTITUTO ETHOS
- INSTITUTO SÃO PAULO CONTRA A VIOLÊNCIA (DISQUE-DENÚNCIA)
- LIFE INSURANCE MARKETING RESEARCH ASSOCIATION (LIMRA)
- LIFE OFFICE MANAGEMENT ASSOCIATION (LOMA)
- SINDICATO DAS EMPRESAS DE SEGUROS PRIVADOS E DE CAPITALIZAÇÃO (SINDSEG)
- SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIÊNCIAS DO SEGURO (SBCS)

### **CHILE**

- ASOCIACIÓN DE ASEGURADORES DE CHILE (AACH)

### **COLOMBIA**

- ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE TÉCNICOS EN REASEGUROS (ACTER)
- ASOCIACIÓN DE ACTUARIOS
- CÁMARA DE COMERCIO BOGOTÁ Y NIVEL NACIONAL
- CÁMARA DE COMERCIO HISPANO COLOMBIANA
- CASA ESPAÑA
- CENTRO DE EXPERIMENTACIÓN Y SEGURIDAD VIAL COLOMBIA (CESVI)
- CONSEJO COLOMBIANO DE SEGURIDAD (CCC)
- FEDERACIÓN DE ASEGURADORES COLOMBIANOS (FASECOLDA)
- FUNDACIÓN DE ASEGURADORES COLOMBIANOS (FUNDASEG)
- INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y PREVENCIÓN DEL FRAUDE (IINIF)
- INSTITUTO NACIONAL DE SEGUROS (INS)
- LIFE INSURANCE MARKETING RESEARCH ASSOCIATION (LIMRA)
- LIFE OFFICE MANAGEMENT ASSOCIATION (LOMA)

### **COSTA RICA**

- CÁMARA DE COMERCIO COSTARRICENSE
- CÁMARA DE EMPRESAS ESPAÑOLAS

### **EE.UU.**

- BETTER BUSINESS BUREAU (CENTRAL OHIO). (BBB)
- IIA INDEPENDENT INSURANCE AGENTS AND BROKERS OF AMERICA (OH, OR, TN, KY, IN)
- PROFESSIONAL INSURANCE AGENTS (PIA) (TN, OH, OR, ID)



- CAR COMMONWEALTH AUTOMOBILE REINSURERS
- INSURANCE FRAUD BUREAU OF MA (IFB – MA)
- MASSACHUSETTS ASSOCIATION OF INDEPENDENT AGENTS (MAIA)
- MASSACHUSETTS PROPERTY INSURANCE UNDERWRITING (MPIUA)
- ASSOCIATION ALSO KNOWN AS THE MASSACHUSETTS FAIR PLAN (FAIR)
- ACCESS TO INSURANCE REQUIREMENTS AIR PLAN – MASSACHUSETTS
- BROKERS INSURANCE GROUP (BIG)
- BETTER BUSINESS BUREAU OF ALAMEDA COUNTY
- INSURANCE BROKERS NETWORK (IBN)
- INSURANCE BROKERS OF AMERICA (IBA)

#### **ECUADOR**

- CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL
- CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO
- CÁMARA DE COMPAÑÍAS DE SEGUROS DEL ECUADOR
- CÁMARA ECUATORIANOAMERICANA DE COMERCIO
- CÁMARA OFICIAL ESPAÑOLA DE COMERCIO
- CÁMARA OFICIAL ESPAÑOLA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE QUITO

#### **EL SALVADOR**

- ASOCIACIÓN SALVADOREÑA DE EMPRESAS DE SEGUROS (ASES)
- CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE EL SALVADOR
- CÁMARA OFICIAL ESPAÑOLA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE EL SALVADOR
- CENTRO CULTURAL DE ESPAÑA EN EL SALVADOR
- CENTRO ESPAÑOL EL SALVADOR

#### **GUATEMALA**

- ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE INSTITUCIONES DE SEGUROS (AGIS)
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE AFIANZADORAS DE GUATEMALA (ANAG)

#### **HONDURAS**

- ASOCIACIÓN HONDUREÑA DE INSTITUCIONES BANCARIAS (AHIBA)
- ASOCIACIÓN HONDUREÑA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE ENERGÍA RENOVABLE (AHPPER)
- CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DEL PAÍS (CCIT)
- CÁMARA HONDUREÑA DE ASEGURADORES (CAHDA)
- CÁMARA HONDUREÑA DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN (CHICO)
- EMPRESAS LÍDERES EN RESPONSABILIDAD SOCIAL (LIDERS)

#### **MÉXICO**

- ASOCIACIÓN DE COMPAÑÍAS AFIANZADORAS DE MÉXICO (AFIANZA)
- ASOCIACIÓN DE SELECCIONADORES DE RIESGOS EN EL SEGURO DE PERSONAS (ASERP)
- ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SEGURO AGROPECUARIO (ALASA)
- ASOCIACIÓN MEXICANA AUTOMOVILÍSTICA (AMA)
- ASOCIACIÓN MEXICANA DE INSTITUCIONES DE SEGUROS (AMIS)
- ASOCIACIÓN MEXICANA EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS (AMEDIRH)
- CENTRO DE EXPERIMENTACIÓN Y SEGURIDAD VIAL (CESVI)
- CLUB ROTARIO TOLUCA SUROESTE
- COLEGIO NACIONAL DE ACTUARIOS (CONAC)
- COMITÉ DE OCRA (OFICINA COORDINADORA DE RIESGOS ASEGURADOS)
- CONSEJO AGROPECUARIO DE JALISCO
- ENDEAVOR UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS PUEBLA
- FUNCIONARIOS DEL SECTOR ASEGURADOR (FUSA)
- INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS (IMCP)
- INSTITUTO MEXICANO DE EJECUTIVOS DE FINANZAS (IMEF)
- LIMRA, ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA PRESTADORA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA PARA EMPRESAS DEL SECTOR FINANCIERO
- SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE VEHÍCULOS, VOLKSWAGEN (SEVASA)

#### **NICARAGUA**

- ASOCIACIÓN NICARAGÜENSE DE ASEGURADORAS PRIVADAS (ANAPRI)
- CÁMARA DE COMERCIO AMERICANA DE NICARAGUA (AMCHAM)
- CÁMARA DE COMERCIO DE NICARAGUA
- CÁMARA OFICIAL ESPAÑOLA DE COMERCIO DE NICARAGUA

#### **PANAMÁ**

- ASOCIACIÓN PANAMEÑA DE ASEGURADORAS (APADEA)
- CÁMARA COMERCIO DE PANAMÁ

#### **PARAGUAY**

- ASOCIACIÓN PARAGUAYA DE COMPAÑÍAS DE SEGUROS



## **PERÚ**

- ASOCIACIÓN PERUANA DE ENTIDADES DE SEGUROS (APESEG)
- ASOCIACIÓN PERUANA DE EPS
- CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA
- CÁMARA DE COMERCIO HISPANO PERUANA
- CÁMARA DE COMERCIO ITALO PERUANA

## **PUERTO RICO**

- ASOCIACIÓN CONSTRUCTORAS DE HOGARES DE PR
- ASOCIACIÓN DE EJECUTIVOS DE VENTAS Y MERCADEO DE PUERTO RICO
- ASOCIACIÓN DE COMPAÑÍAS DE SEGURO (ACODESE)
- ASSOCIATION OF GENERAL CONTRACTORS OF AMERICA
- CÁMARA DE COMERCIO DE PUERTO RICO
- CÁMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA
- NATIONAL ASSOCIATION FF INSURANCE COMMISSIONERS (NAIC)
- PCC (POSTAL CUSTOMER COUNCIL) US POSTAL SERVICE
- THE SURETY & FIDELITY ASSOCIATION OF AMERICA

## **REPUBLICA DOMINICANA**

- ASOCIACIÓN DE SOCIEDADES DE INVERSIÓN EXTRANJERA (ASIX)
- CÁMARA DOMINICANA ESPAÑOLA DE COMERCIO E INDUSTRIA.

## **TURQUÍA**

- ASSOCIATION OF THE INSURANCE AND REINSURANCE COMPANIES (TSRSB)
- GENERAL DIRECTORATE OF INSURANCE (SGM)
- TREASURY INSURANCE SUPERVISORY BOARD (SDK)

## **MAPFRE ASISTENCIA**

- CONNECTED VEHICLE TRADE ASSOCIATION (CVTA) Y A NATO.

## **MAPFRE RE**

- UNION PROFESSIONNELLE DES ENTREPRISES D'ASSURANCES. (ASSURALIA). BÉLGICA
- ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DE LA REASSURANCE EN FRANCE. (APREF). FRANCIA
- ASSOCIATE MEMBER DE LA IUA - INTERNATIONAL UNDERWRITING
- ASSOCIATION OF LONDON. REINO UNIDO
- A.B. DE ENTIDADES REASEGURADORAS. (ABER)
- ASOCIACIÓN MEXICANA DE INSTITUCIONES DE SEGUROS (AMIX). MÉXICO
- MIEMBRO Y SPONSOR DE NEDERLANDSE REASSURANTIE VERENIGING. PAÍSES BAJOS.

## **GLOBAL RISK**

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE GERENCIA DE RIESGOS (AGERS)
- CENTRO NACIONAL DE PREVENCIÓN DE DAÑOS Y PÉRDIDAS (CEPREVEN)
- ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SUSCRIPTORES DE SEGUROS MARÍTIMOS (ALSUM)
- ASOCIACIÓN PANAMERICANA DE FINANZAS
- CENTRO DE PREDICCIÓN ECONÓMICA (CEPREAE)
- INVESTIGACIÓN Y COOPERACIÓN DE ENTIDADES ASEGURADORAS (ICEA)
- INTERNATIONAL CREDIT INSURANCE & SURETY ASSOCIATION (ICISA)
- INTERNATIONAL ASSOCIATION ENGINEERING INSURANCE (IMIA)
- INTERNATIONAL UNION OF AVIATION INSURERS (IUAI)
- INTERNATIONAL UNION OF MARINE INSURANCE (IUMI)



4



# 4

## Dimensión Social de MAPFRE

### MAPFRE y sus empleados

Los valores empresariales contenidos en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE constituyen la referencia que debe inspirar la conducta de todos los empleados. Además, MAPFRE cuenta con un Código Ético y de Conducta, que tiene como objetivo que el comportamiento de todas las personas que integran MAPFRE refleje los valores corporativos del Grupo y sus principios de actuación. Este código establece pautas básicas de conducta basadas en los siguientes principios:

- Respeto mutuo entre todas las personas.
- Compromiso de las personas con su trabajo y con la empresa.
- Voluntad de realizar el trabajo lo mejor posible.
- Solidaridad y cooperación con los compañeros y la Sociedad.
- Integridad.
- Respeto a la legalidad.

MAPFRE cuenta con un Comité de Ética, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o que observe alguna situación que pudiera incumplir las normas de conducta establecidas en el mismo.

*MAPFRE cuenta con un Comité de Ética, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código Ético y de Conducta.*

### Estructura de la plantilla

La plantilla de las distintas entidades del Grupo estaba compuesta a 31 de diciembre de 2011 por 34.390 empleados (27.999 en empresas de seguros y 6.391 en empresas no aseguradoras), Su distribución geográfica es la siguiente:

ÁREAS GEOGRÁFICAS	2011		2010*	Variación %
	HOMBRES	MUJERES		
EUROPA	6.851	6.528	18.565	(27,9)
España	5.720	5.326	16.680	(33,8)
Otros	1.131	1.202	1.885	23,8
AMÉRICA	8.833	11.502	17.705	14,8
Argentina	1.314	1.229	2.488	2,2
Brasil	2.260	3.519	3.535	63,5
Chile	317	404	781	(7,7)
México	984	830	1.815	(0,1)
Otros países	2.404	2.798	4.866	6,9
EE.UU.	961	1.901	2.822	1,4
Venezuela	593	821	1.398	1,1
ÁFRICA	50	30	73	9,6
ASIA	299	294	401	47,9
OCEANÍA	1	2		100
<b>TOTALES</b>	<b>16.034</b>	<b>18.356</b>	<b>36.744</b>	<b>(6,4)</b>

Alcance: Grupo MAPFRE

Los datos del año 2010 incluyen a MAPFRE QUAVITAE, entidad vendida en el mes de julio de 2011. Sin esta entidad se produce un incremento de 3.470 empleados lo que supone un 11,2 por 100 respecto al año 2010.

El siguiente cuadro muestra su distribución entre las distintas estructuras operativas que integran el Grupo:

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	HOMBRES		MUJERES	
	Número	%	Número	%
Áreas Corporativas	602	60,0	401	40,0
Seguro Directo España	4.698	50,8	4.553	49,2
Seguro Directo Internacional	8.206	44,5	10.222	55,5
Negocios Globales	2.528	44,3	3.180	55,7
<b>TOTALES</b>	<b>16.034</b>	<b>46,6</b>	<b>18.356</b>	<b>53,4</b>

Alcance: Grupo MAPFRE





CATEGORÍAS	NÚMERO											
	ESPAÑA				OTROS PAÍSES				TOTAL			
	2011		2010		2011		2010		2011		2010	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
DIRECTIVOS	394	66	391	59	721	298	530	224	1.115	364	921	283
JEFES	903	276	1.108	381	1.669	1.211	1.432	1.058	2.572	1.487	2.540	1.439
TÉCNICOS	3.534	2.809	3.436	3.085	4.226	4.353	4.252	4.030	7.760	7.162	7.688	7.115
ADMINISTRATIVOS	889	2.175	1.174	7.046	3.698	7.168	3.002	5.536	4.587	9.343	4.176	12.582
<b>TOTAL</b>	<b>5.720</b>	<b>5.326</b>	<b>6.109</b>	<b>10.571</b>	<b>10.314</b>	<b>13.030</b>	<b>9.216</b>	<b>10.848</b>	<b>16.034</b>	<b>18.356</b>	<b>15.325</b>	<b>21.419</b>

Alcance: Grupo MAPFRE

La edad media de los empleados se situaba al cierre del ejercicio en 35,9 años, y su antigüedad media en 8,2 años como muestra el siguiente cuadro:

ÁREAS GEOGRÁFICAS	EDAD MEDIA		ANTIGÜEDAD MEDIA	
	2011	2010	2011	2010
ESPAÑA	41,6	40,9	13,7	10,56
AMÉRICA	32,7	34,0	4,9	5,1
OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía)	34,6	34,2	5,0	4,8
<b>MEDIA TOTAL</b>	<b>35,9</b>	<b>37,1</b>	<b>8,2</b>	<b>7,2</b>

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 2011 el 98,1 por 100 del total.

ÁREAS GEOGRÁFICAS	% CONTRATACIÓN FIJA
ESPAÑA	98,5
AMÉRICA	98,6
OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía)	89,2
<b>TOTAL</b>	<b>98,1</b>

Alcance: Grupo MAPFRE



*Premio a MAPFRE por su programa de formación de directivos.*

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

<b>ALTAS Y BAJAS POR MOTIVO</b>		<b>2011</b>
ALTAS	Fusión o Adquisición	1.558
	Captación Externa	7.105
	Reincorporación excedencia	161
	Reincorporación extranjero	10
BAJAS	Enajenaciones	5.823
	Voluntarias	2.876
	Despidos	2.075
	Excedencias	261
	Jubilaciones	53
	Jubilaciones anticipadas	52
	Fallecimientos	20
	Invalidez	28

Alcance: Grupo MAPFRE

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

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

Alcance: Grupo MAPFRE

## Empleados con discapacidad

En MAPFRE trabajan 329 empleados con discapacidad y muchos de los países cuentan con programas específicos orientados a la integración de los discapacitados y su accesibilidad.

En España además, 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 2011 se han realizado donaciones y suscrito contratos de prestación de servicios o adquisición de bienes con Centros Especiales de Empleo por importe de 616.753 euros, y con Fundaciones por importe de 916.941 euros.

Las cantidades donadas se destinaron a:

- Apoyar la capacitación a los estudiantes con discapacidad, para una mejor integración laboral, mediante la concesión de 195 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 411 empresas y con el que se logró emplear a 186 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 9.978 personas con discapacidad.

MAPFRE tiene constituido un Grupo de Trabajo integrado por representantes de las distintas Unidades y Sociedades del Grupo, con la finalidad de abordar transversalmente la problemática de la discapacidad en todos los ámbitos de la organización. Las tres líneas de trabajo seguidas en el año 2011 en este grupo han sido: accesibilidad física, accesibilidad tecnológica y el desarrollo de productos y servicios dirigidos al colectivo de personas con discapacidad.

## Selección

MAPFRE cuenta con una normativa interna de obligado cumplimiento que asegura el máximo rigor, objetividad e igualdad de oportunidades en todos los procesos de selección que se realizan. El cumplimiento de esta normativa se verifica periódicamente mediante auditorías internas. Sus principales objetivos son los siguientes:

- Incorporar los candidatos más adecuados al perfil de cada puesto.

- Reducir al mínimo los márgenes de error y subjetividad.

- Homogeneizar los procesos de incorporación.

- Considerar la selección como una fase crítica dentro de la política de recursos humanos.

En 2011 se han llevado a cabo 7.714 procesos de selección (216 en España, 6.328 en América y 1.170 en otros países).

El Código Ético y de Conducta de MAPFRE menciona expresamente que MAPFRE no emplea ni directa ni indirectamente mano de obra infantil.

## Movilidad y promoción Interna

MAPFRE favorece la promoción 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, y en oportunidades de desarrollo para los empleados.

Desde las Áreas de Recursos Humanos se fomenta la movilidad interna mediante la comunicación detallada de las vacantes existentes, con el fin de favorecer la adecuación empleado-puesto.

Existen procedimientos automatizados que permiten que los empleados tengan información diaria de las vacantes y puestos de nueva creación que surgen en la empresa.

De las vacantes publicadas en el año 2011, 2.274 han sido cubiertas por movilidad interna, aproximadamente el 35 por 100. En torno a un 40 por 100 de las mismas suponen una promoción.

### Evaluación y desarrollo profesional.

MAPFRE tiene implantado un Sistema de Evaluación del Desempeño en la mayor parte de los países en los que está presente. En el año 2011, el 62 por 100 (62 por 100 en España, 63 por 100 en América, y 58 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, como la calidad en el desempeño global del trabajo; además, permite detectar puntos fuertes, áreas de mejora y necesidades de formación, y establecer planes de acción para contribuir al desarrollo profesional de los empleados.

Con el objetivo de fomentar el desarrollo profesional, durante el año 2011, se ha continuado desarrollando el proyecto de gestión del talento (Gestión del Desarrollo Profesional en MAPFRE), que además de establecer criterios objetivos para la identificación de empleados con alto nivel de desempeño y personal clave, busca diseñar y llevar a cabo planes específicos de desarrollo para este colectivo. Durante el año 2011 se han comunicado y puesto en marcha 237 planes de desarrollo.

### Formación

MAPFRE considera prioritaria la capacitación continua de sus directivos y empleados, mediante la transmisión de conocimientos y el desarrollo de las habilidades necesarias para el adecuado desempeño en sus puestos de trabajo. Los objetivos principales de la actividad de formación son:

- 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 (comercial, técnica y en habilidades).
- Contar con profesionales altamente cualificados, capaces de asumir nuevas funciones y responsabilidades dentro de la organización.
- Promover la empleabilidad, la movilidad funcional, y la promoción interna frente a la contratación externa.

En el año 2011 se han invertido 10,6 millones de euros en formación, cifra que representa el 1,2 por 100 del importe de las retribuciones.



*MAPFRE considera prioritaria la capacitación continua de sus directivos y empleados, mediante la transmisión de conocimientos y el desarrollo de las habilidades necesarias para el adecuado desempeño en sus puestos de trabajo.*

#### 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
DIRECTIVOS	1.890	26.405	1.453	17.059	417	4.950
JEFES	11.810	55.920	9.173	64.959	744	5.470
TÉCNICOS	36.843	189.846	42.198	142.234	4.205	30.053
ADMINISTRATIVOS	21.112	79.963	27.741	397.119	3.863	39.774
<b>TOTALES</b>	<b>71.655</b>	<b>352.134</b>	<b>80.565</b>	<b>621.371</b>	<b>9.229</b>	<b>80.246</b>

Alcance: Grupo MAPFRE

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

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN DE LA FORMACIÓN	2011		2010	
	ASISTENCIAS	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS
FORMACIÓN PRESENCIAL	88.628	805.969	84.838	751.060
FORMACIÓN E-LEARNING	71.336	242.491	58.527	166.653
MIXTA	1.485	5.292	10.145	33.481
<b>TOTALES</b>	<b>161.449</b>	<b>1.053.751</b>	<b>153.510</b>	<b>951.194</b>

Alcance: Grupo MAPFRE

#### Horas de formación y número de asistencias por tipo de formación

La formación impartida en MAPFRE se agrupa en tres grandes líneas, en función de la naturaleza de los contenidos:

- **Formación Corporativa:** programas de contenidos genéricos en los que se transmite información sobre la estrategia y la cultura de empresa, habilidades, idiomas y ofimática.
- **Formación Comercial:** programas que combinan el conocimiento de herramientas de gestión, la formación en productos y el desarrollo de competencias y habilidades comerciales, para actualizar e incrementar el nivel de profesionalización en la venta y en el servicio al cliente.
- **Formación Técnica:** programas especializados que transmiten los conocimientos técnicos y operativos que los empleados necesitan en función de su actividad específica.



*Programa de desarrollo directivo internacional.*

POR NATURALEZA DE LOS CONTENIDOS	2011		2010	
	ASISTENCIAS <sup>(1)</sup>	HORAS	ASISTENCIAS <sup>(1)</sup>	HORAS
FORMACIÓN COMERCIAL	48.538	216.783	43.898	180.952
FORMACIÓN TÉCNICA	53.001	372.234	64.752	446.596
FORMACIÓN CORPORATIVA	59.910	464.734	44.860	323.646
<b>TOTALES</b>	<b>161.449</b>	<b>1.053.751</b>	<b>153.510</b>	<b>951.194</b>

Alcance: Grupo MAPFRE

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



Una de las principales iniciativas puestas en marcha a lo largo de 2011, ha sido la creación de la Cátedra de Patrocinio MAPFRE-UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID "José Manuel Martínez" en Investigación y Desarrollo, que tiene como objetivos generales el fomento de la formación, la investigación y la difusión de conocimientos.

**Además, se han impartido un total de 128 seminarios corporativos entre los que merecen destacarse:**

— Jornadas para Directivos, con la participación de 41 directivos, en las que se abordaron temas de actualidad de ámbito económico-financiero y de gestión de personas.

— Programa de Desarrollo "AVANZA con MAPFRE", organizado conjuntamente con la Universidad Autónoma de Madrid y la Escuela de Negocios ESIC, dirigido a empleados con alto potencial, procedentes de distintos países donde MAPFRE tiene presencia. En su primera edición han participado 22 empleados de 3 países.

— 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 objetivo del programa es ofrecer una visión global de MAPFRE y transmitir la cultura y valores de la empresa. En esta primera edición han participado 14 directivos de 9 países.

— Programa de Desarrollo Directivo (PDD), con título otorgado por la Universidad de Alcalá, y en el que han participado 19 directivos de 5 países, en su 6ª edición.

— Programa de Desarrollo Directivo Internacional (IMDP), organizado junto con la Escuela de Organización Internacional (EOI) e impartido íntegramente en inglés, en el que, por tercer año consecutivo han participado 19 directivos de 10 países.

— Programa de Desarrollo Profesional para Gestores, puesto en marcha en 2009 y que ha continuado desarrollándose durante 2010 y 2011, que combina formación en modalidad presencial y e-learning, del que se han desarrollado 5 ediciones, y en las que han participado 80 empleados, durante este último ejercicio.

— Programa Corporativo para Asistentes de Dirección, que combina formación en modalidad presencial y e-learning. En este programa, del que se han desarrollado 13 ediciones, han participado 147 asistentes de dirección en el año 2011 y prácticamente la totalidad de este colectivo desde que se inició el programa en 2008.

— Dos programas para Directores, Jefes y Técnicos sobre dirección, desarrollo de personas y eficiencia, como parte de las medidas derivadas del plan de igualdad y conciliación. Se han celebrado 18 ediciones, en el que han participado 197 empleados.

— Durante el ejercicio 2011 se ha diseñado el Programa Actitud MAPFRE, que combina acciones de comunicación y formación para reforzar los valores y comportamientos propios de MAPFRE. El programa se ha iniciado en noviembre de 2011 y está prevista su implantación a medio plazo en todos los países en los que MAPFRE está presente.

— 2.132 empleados han recibido formación en idiomas, fundamentalmente en lengua inglesa y española. Además, en España, 84 empleados han participado en 26 ediciones de programas de inmersión en inglés de carácter semi-residencial.

— Se ha continuado desarrollando programas de formación corporativa que combinan acciones de formación e información de carácter institucional, tanto presenciales como e-learning, cuyo contenido incluye temas específicos como la cultura y los principios de MAPFRE, aspectos relacionados con el Control Interno y la Prevención de Blanqueo de Capitales, la Sensibilización Medioambiental, el cumplimiento de la Ley Orgánica de Protección de Datos y la Responsabilidad Social. En el año 2011 han participado en estos cursos un total de 18.142 empleados (8.185 en España y 9.957 en otros países).

— Se ha seguido apostando por la formación en modalidad e-learning, a través de la plataforma corporativa e-form@ción. Esta herramienta se encuentra implantada en 25 países lo que da acceso a esta modalidad de formación a más de 33.200 empleados de todo el mundo. Se cuenta con un catálogo con estructura común de contenidos para todas las entidades del Grupo con más de 162 programas propios, lo que ha permitido la participación en programas de formación e-learning de 8.588 empleados en España y 11.840 en el resto del mundo.

### Prácticas docentes

En 2011 han realizado prácticas en las empresas del Grupo MAPFRE 513 becarios a través de los programas de cooperación establecidos con centros educativos, universidades y escuelas de negocios.

### Política de retribuciones y compensaciones

En el ejercicio 2011 se han abonado retribuciones por importe de 1.187 millones de euros en las empresas de seguros del Grupo, y de 132 millones de euros en las que realizan otro tipo de actividades empresariales. El 72 por 100 de estas cantidades corresponde a sueldos y salarios, el 13 por 100 a cotizaciones a los seguros sociales, el 10 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 13 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.



*Fiesta de Navidad para hijos de empleados.*



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	256,8
TURQUÍA	233,7
HUNGRÍA	129,5
GRECIA	75,1
ESPAÑA	57,1
MALTA	56,0
PORTUGAL	52,8
ARGENTINA	48,1
COLOMBIA	26,2
NICARAGUA	23,5
PARAGUAY	22,2
VENEZUELA	16,3
ECUADOR	14,8

Las retribuciones se actualizan de acuerdo con lo establecido en los convenios colectivos aplicables y a las normas de cada uno de los países, normalmente tomando como referencia indicadores económicos externos y estudios de mercado.

En el caso de España, el Convenio del Grupo Asegurador MAPFRE, que afecta al 90,5 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. En el año 2011 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	94,0	79,5	74,2
Sistemas de Previsión Social	79,2	88,4	42,7
Seguro de Vida	100,0	94,8	70,6
Descuentos en seguros	93,4	57,3	36,6
Premio de permanencia en la empresa	50,4	25,2	24,1
Ayuda escolar para hijos	52,7	56,1	9,6
Premio de natalidad	5,7	43,8	6,1
Préstamos	5,4	35,6	16,2

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 2011 a beneficios sociales ha sido de 124,7 millones de euros, que representan el 10 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 2011 ha otorgado prestaciones por importe de 739,036 euros, y un Fondo de Ayuda al Jubilado con cargo al cual se han concedido en 2011 ayudas económicas por importe de 56.679 euros.

### Igualdad de oportunidades y conciliación de la vida familiar y laboral

MAPFRE 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; y MAPFRE fomenta que todos los empleados favorezcan con su actuación entornos laborales en los que se respeten 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.

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

### Igualdad de oportunidades

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”.

ÁREAS GEOGRÁFICAS	Porcentaje de mujeres en puestos de dirección/jefatura	Porcentaje de altas de mujeres sobre total de altas
ESPAÑA	21%	66%
AMÉRICA	42%	60%
OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía).	31%	51%



En el año 2011 se ha elaborado en España un Plan de Igualdad que ha sido negociado y firmado con la Representación Legal de los Trabajadores en el año 2010, cuyos objetivos son:

- 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 el año 2011 son:

- 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.

### Acoso moral y sexual en el trabajo

MAPFRE cuenta con un Protocolo de Actuación para la Prevención y Tratamiento del Acoso en la Empresa, que está a disposición de todos los empleados, y que contempla las actuaciones necesarias para evaluar las circunstancias laborales

que se denuncien, y las medidas oportunas para solucionar los posibles conflictos e imponer en su caso las sanciones que pudieran corresponder. Dicho protocolo está implantado actualmente en 34 países.

Durante este ejercicio se han recibido siete denuncias de acoso, de las que seis han sido resueltas a través de los procedimientos internos previstos y una continúa vigente. Todas las personas que han conformado los equipos instructores han recibido formación específica en la materia.

### Conciliación de las vidas laboral y familiar.

MAPFRE tiene establecidas numerosas medidas para facilitar la conciliación de las vidas 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 2011:

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL	Nº EMPLEADOS		
	ESPAÑA	AMÉRICA	OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía)
Horario laboral flexible	8.605	5.703	917
Trabajo a tiempo parcial	478	1.376	150
Jornada laboral reducida	1.235	2.156	14
Tele trabajo	76	49	5
Permisos retribuidos y no retribuidos	7.564	6.605	1.304
Excedencias por motivos personales o estudios	26	106	6
Programa integración empleados tras un permiso de larga duración	0	7	12

Alcance: Grupo MAPFRE

### Comunicación con los empleados y relación empresa-trabajadores

Los canales más frecuentes de comunicación con los empleados en MAPFRE son las intranets o portales internos, el correo electrónico, los boletines digitales y las revistas (El Mundo de MAPFRE y las revistas editadas en los diferentes países en los que el Grupo está presente), *blogs*, y buzones de consultas y sugerencias.

*En el conjunto del Grupo, a nivel mundial, un total de 21.700 empleados están representados 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.*

MAPFRE cuenta en la mayoría de los países con zonas para el empleado dentro de la intranet de la entidad, donde se publica la información para recursos humanos, 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 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 93 noticias, se ha reforzado la comunicación con el envío por correo electrónico de 22 boletines quincenales que recogen las noticias de mayor interés, se han realizado 59.480 gestiones a través del Autoservicio, y se ha respondido a 13.954 consultas.

### 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 21.346 empleados cubiertos por convenios colectivos en 12 países, un total de 62,1 por 100 de plantilla representada.

En España, en el año 2011 la representación sindical de las empresas de seguros del Grupo alcanzaba al 92,9 por 100 de la plantilla, y a lo largo de este ejercicio se han celebrado con plena normalidad y ausencia de conflictos 4 procesos electorales. 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 2011 se han realizado 17 comunicaciones. Los representantes de los trabajadores han dispuesto de un total de 116.520 horas, y de una subvención de 77.250 euros para la realización de sus actividades.

### Salud y seguridad en el trabajo

#### Prevención

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 el conjunto del Grupo, a nivel mundial, un total de 21.700 empleados están representados 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.

En España, MAPFRE tiene definida una Política de Prevención de Riesgos Laborales, y cuenta con un Servicio de Prevención Mancomunado, que es el órgano asesor de la empresa en esa materia.

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 (con siete unidades básicas de salud), 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. A lo largo del año 2011, las Unidades Básicas de Salud han atendido 13.959 consultas médicas, y realizado los reconocimientos médicos iniciales o periódicos a los empleados de sus ámbitos de actuación respectivos.

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.

Las actuaciones en materia de prevención de riesgos laborales más destacadas llevadas a cabo durante el año 2011 han sido las siguientes:

- Evaluaciones generales de riesgos en 96 centros de trabajo abarcando las disciplinas preventivas de Seguridad en el Trabajo, Higiene Industrial, Ergonomía y Psicología Aplicada.
- 74 estudios específicos de puestos y lugares de trabajo.
- Elaboración del procedimiento para el estudio de la incidencia de los riesgos laborales en trabajadores especialmente sensibles por motivos de salud o discapacidad y en situación de embarazo y periodo de lactancia.

La participación de los representantes de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales en España se concreta en la actividad de 148 Delegados de Prevención. El Comité de Seguridad y Salud de MAPFRE tutela la seguridad y la salud de 9.996 empleados del ámbito asegurador.

	ESPAÑA		OTROS PAÍSES	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Número de accidentes laborales	62	75	125	159
Número total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	159.374	354.196	208.285	514.391
Número de horas perdidas por accidente laboral	10.797	9.110	27.733	21.615
Porcentaje de horas perdidas sobre total de horas teóricas.	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.

Durante el año 2011, esta Área ha atendido 1.914 procesos en España y 41 a nivel internacional, y ha realizado el seguimiento de 115 bajas de empleados de larga duración. Se han realizado las Campañas de Promoción de la Salud sobre "Cáncer de Piel", "Información y prevención de las adicciones" y "Alimentación saludable" y publicado artículos sobre salud entre los que destaca: "Como escuchar y hablar sobre las drogas con nuestros hijos".

En el resto de los países se han llevado a cabo las siguientes campañas de promoción de la salud entre las que destacan:

**Uruguay:** Stop tabaco, charla con nutricionista, envío de información saludable sobre alimentación.

**Brasil:** POP (programa de Oidoria y Charlas, programa con atención especializada con profesionales habilitados, como nutricionistas, abogados y psicólogos).

**Chile:** Entrega de manuales de prevención derecho a saber.

**Colombia:** Capacitación manejo del estrés y jornadas de orden y aseo.

**México:** Realización de exámenes gratuitos de la vista.

**Panamá:** Programa de vida saludable.

**Turquía:** Formación en primeros auxilios.

## Actividades sociales

A lo largo de 2011 se han desarrollado en distintos países las siguientes actividades sociales, en las que han participado 21.660 empleados y más de 2.500 familiares:

- Actividades deportivas.
- Fiestas de Navidad.
- Campamentos de verano.
- Recogida de juguetes, ropa y alimentos en los centros de trabajo destinados a colectivos desfavorecidos.

Además, en España se ha ofrecido a todos los empleados el programa teCuidamos, que cuenta con 7.057 empleados socios y se continúan manteniendo importantes acuerdos con diversos proveedores para que los empleados de MAPFRE puedan beneficiarse de condiciones especiales, siendo los acuerdos más destacados los suscritos con empresas de comunicaciones y tecnología, ocio, deportes y formación.

## Voluntariado corporativo

MAPFRE promueve el Voluntariado Corporativo de sus empleados en varios países, y colabora con FUNDACIÓN MAPFRE en el desarrollo de las actividades de voluntariado que ésta diseña, organiza y lleva a cabo.

En concreto, en el año 2011 se han desarrollado actividades en España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Paraguay, Perú, Puerto Rico y Venezuela, en las que han participado más de 17.900 personas entre empleados, clientes, red comercial y familiares. Estas actividades son de diversa naturaleza (ocio y deporte con personas con discapacidad; campañas solidarias de recogida de materiales escolares, juguetes, ropa, alimentos y donación de sangre; actividades en hospitales y en comedores de personas sin hogar; apoyo escolar para niños en situación de exclusión social; cuidado del medio ambiente, etc.) y tienen como beneficiarios a familias sin recursos, personas con discapacidad o niños y jóvenes en situación de riesgo de exclusión; en total más de 485.943 personas.

Las actividades de voluntariado en Latinoamérica se han desarrollado fundamentalmente a través del programa "Formando Comunidad", que agrupa los diferentes proyectos y actividades en los que esta entidad participa.

Asimismo, se ha aprobado el Programa General de Voluntariado Corporativo MAPFRE, que establece las líneas básicas para el desarrollo de los Planes Locales de Voluntariado.

Cabe destacar que el mes de noviembre de 2011, ha sido considerado como el mes más solidario a nivel internacional en MAPFRE, en el que se desarrollaron el 24 por 100 del total de actividades de voluntariado. Además, este año 748 empleados han participado en actividades de formación presencial y/o e-learning de voluntariado.



*Campaña de recogida de juguetes.*



## MAPFRE y sus clientes

Uno de los principales objetivos de las entidades del Grupo es procurar la satisfacción de las necesidades de sus más de 23 millones de clientes, ofreciéndoles servicios y prestaciones de alta calidad. Este compromiso se articula a través de la oferta conjunta de productos y servicios, tanto para particulares como para empresas; de la profesionalización de la Red propia de MAPFRE y de todos los mediadores; y de la amplia red de distribución, buscando la máxima cercanía a los clientes.

La penetración de MAPFRE en la población española se eleva hasta el 14,7 por 100 (14,8 por 100 en 2010), y la fidelidad de los clientes queda patente en el hecho de que el 63,5 por 100 (frente al 61,6 por 100 en 2010) tienen productos de MAPFRE desde hace más de seis años; más de 1,5 millones de clientes son compartidos entre las diferentes unidades del Grupo; y en el ámbito de particulares, alrededor de un millón de clientes de MAPFRE FAMILIAR tienen productos de más de un ramo, en torno a 370.000 además tienen contratados productos de Vida o de inversión, y más de 100.000 son clientes también del negocio de Empresas. El objetivo del Grupo es potenciar la venta cruzada de productos de sus distintas Unidades, e incrementar el número de clientes.

La amplia oferta de productos de MAPFRE 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**	Más de 13,2 millones de automóviles asegurados	Casi 10 millones de clientes
NEGOCIO DE HOGAR**	Más de 5 millones de hogares asegurados	Más de 4,1 millones de clientes
NEGOCIO DE VIDA E INVERSIÓN**	Más de 21 millones de pólizas	Más de 900.000 partícipes en fondos de inversión y planes de pensiones
NEGOCIO DE SALUD**	Más de 838.000 pólizas de Salud	Casi 2 millones de personas con Seguro de Salud
NEGOCIO DE ASISTENCIA**	Más de 86 millones de asegurados	Casi 198 millones de beneficiarios
NEGOCIO DE EMPRESAS**	Casi 2 millones de Empresas aseguradas.	Casi 2 millones de pólizas
NEGOCIO DE GLOBAL RISKS**	Más de 3.000 empresas aseguradas	Más de 6.000 pólizas
NEGOCIO DE CAUCIÓN Y CRÉDITO*	Más de 4.850 empresas aseguradas	Casi 2.500 pólizas de Crédito y más de 20.000 pólizas de Caución.
NEGOCIO DE REASEGURO**	1.614 compañías cedentes de 104 países	

\* ESPAÑA  
\*\* ESPAÑA E INTERNACIONAL

En el ejercicio 2011, las entidades aseguradoras de MAPFRE han pagado en conjunto prestaciones por importe de 11.131,05 millones de euros, con incremento del 6,02 por 100 respecto a 2010, de acuerdo con el siguiente detalle:

UNIDADES	PRESTACIONES		
	2011	2010	VARIACIÓN (%)
<b>SEGURO DIRECTO ESPAÑA</b>			
MAPFRE FAMILIAR	2.646,93	2.712,43	(2,41)
EMPRESAS	376,87	362,76	3,89
VIDA	3.254,67	3.001,90	8,42
<b>SEGURO DIRECTO INTERNACIONAL</b>			
AMÉRICA	3.117,68	2.908,96	7,18
INTERNACIONAL	1.316,31	1.171,50	12,36
<b>NEGOCIOS GLOBALES</b>			
MAPFRE RE	0,13	(0,09)	244,44
ASISTENCIA	52,92	21,74	143,42
GLOBAL RISKS	365,54	319,57	14,38
<b>TOTAL</b>	<b>11.131,05</b>	<b>10.498,77</b>	<b>6,02</b>

(Importes en miles de euros).  
Información referida al seguro directo.

## Canales de atención al cliente

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

— **La RED propia de distribución del Grupo**, que está integrada por 3.155 oficinas en España y 2.162 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 (22.071 en España y 48.598 en el exterior).

Para avanzar en la mejora de la orientación al cliente se han creado dos Áreas de Clientes (Particulares y Empresas). Asimismo, con el objetivo de dar respuesta a la compleja realidad multicanal de MAPFRE, se ha creado una Dirección General Comercial única en España, estableciendo dos Direcciones Comerciales (Particulares y Empresas) y direcciones específicas de los principales canales: red agencial, corredores, agropecuario, teléfono e Internet, bancaseguros y redes específicas.

Durante el año 2011 se ha trabajado en la consolidación de la política de expansión llevada a cabo en los últimos años, con el objetivo de mejorar permanentemente la eficiencia de la red y el servicio que se presta a los clientes. (Más información en la página 53)

— **Oficinas bancarias** (4.336 en España y 5.334 en otros países) de entidades con las que el Grupo tiene establecidas alianzas o acuerdos para la comercialización de productos de seguros.

— **Personal** altamente cualificado dedicado a los segmentos de 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 2011:

— Nueve *call centers* en España, que funcionan como un único centro virtual (CAC24) 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 seguros No Vida, mientras la plataforma especializada Teleseguros VIDA y el Centro de Conservación de Cartera de MAPFRE VIDA prestan atención a los clientes del ramo de Vida de bancaseguros y del canal agencial, respectivamente.

VERTI cuenta asimismo con un centro telefónico propio situado en Madrid, desde el que se presta servicio a sus asegurados tanto para la contratación como para tramitar cualquier otra gestión.

En el ejercicio 2011, el número total de llamadas atendidas por los centros telefónicos de España ha ascendido a 10.879.667, mientras que las plataformas telefónicas de las entidades aseguradoras de MAPFRE en el exterior han atendido 12.653.562 llamadas. El siguiente cuadro refleja de forma esquemática los servicios prestados en 2011 y 2010:



*Oficina móvil de atención a los clientes de Lorca (Murcia) damnificados por el terremoto de mayo.*

	LLAMADAS POR TIPO DE SERVICIO en %							
	SOLICITUD DE INFORMACIÓN		TRAMITACIÓN DE SINIESTROS		CAMBIOS DE DATOS		OTROS	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
ARGENTINA	37,4	32,7	36,3	48,5	13,2	15,3	13,1	3,5
BRASIL	37,2	37,7	35,8	32,9	N.D.	N.D.	27,0	N.D.
CHILE	60,0	70,0	38,0	27,0	1,0	1,0	1,0	2,0
COLOMBIA	56,9	37,5	35,0	16,4	0,0	1,0	8,1	45,0
EE.UU.	34,3	50,3	17,1	49,7	43,3	N.A.	5,3	0
ESPAÑA (1)	19,8	21,0	69,7	69,0	2,0	2,0	8,5	8,0
MÉXICO	29,0	28,1	67,0	66,8	1,0	0,2	3,0	5,0
PERÚ	40,0	41,0	41,0	55,0	1,0	4,0	18,0	0
PUERTO RICO	64,0	70,0	12,0	10,0	12,0	10,0	12,0	10,0
PORTUGAL	41,5	21,0	46,1	48,0	4,1	4,0	8,3	27,0
TURQUÍA	6,7	67,0	83,0	96,0	0,0	12,0	10,3	21,0
VENEZUELA	6,7	6,5	71,0	73,3	0,0	N.A.	22,3	20,2

(1) En 2011 incorpora los datos del C@C24 y VERTI (entidad que comenzó sus operaciones en el mes de enero de 2011)

Por otra parte, la red de plataformas telefónicas de MAPFRE ASISTENCIA, atendieron en 2011 un total de 18.034.413 llamadas, un 7,9 por ciento más que en 2010.

En conjunto, en los servicios de atención telefónica a clientes trabajan 6.013 empleados (5.467 en 2010), de los que 1.051 lo hacen en España y 4.962 en otros países.

— **Portal MAPFRE y Oficina MAPFRE Internet**, que ofrecen al cliente otra vía de relación con el Grupo, tanto en España como en otros países, aunque incluyendo elementos diferenciadores de cada país para adaptarse a las particularidades de cada mercado y de las distintas redes de distribución. A través de la Oficina Internet se pueden consultar las pólizas, los recibos y operaciones realizadas, así como notificar siniestros, cambiar datos personales o bancarios, pedir duplicados de documentos y consultar comunicaciones o avisos de cobro, entre otras acciones. Para mejorar la accesibilidad de las webs del Grupo, se ha diseñado, en colaboración con una entidad experta en esta materia, un plan de actuación elaborado a partir del estudio de accesibilidad de 15 sitios webs de MAPFRE.

MAPFRE colabora con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio para promover el uso del DNI electrónico (DNLe) y, de esta manera, fomentar las ventajas de este dispositivo de identificación. Los clientes de MAPFRE ya pueden utilizar el DNLe para solicitar el alta en el servicio de Oficina Internet, y su posterior acceso para realizar consultas y trámites de manera ágil y segura.

En todos los canales a través de los que distribuye sus productos, MAPFRE cuenta con personal cualificado para ofrecer asesoramiento sobre los servicios que mejor se adaptan a las necesidades personales de cada uno de los clientes.

Además, el Grupo está desarrollando nuevas vías de comunicación con sus clientes a través de diferentes redes sociales, que estarán disponibles en 2012.

### 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 llevar a cabo esta oferta, MAPFRE apuesta constantemente por innovar, tanto en productos como en servicios, y potencia la generación de proyectos innovadores de forma sistemática y continua en todo el Grupo. La innovación se ha convertido en un elemento esencial en MAPFRE y para fomentar la implicación de toda la organización en este proyecto se han habilitado diferentes herramientas y canales de participación. Entre las novedades puestas en marcha en 2011 destaca el Portal de Ideas MAPFRE, una herramienta web 2.0 a través de la que se canaliza la capacidad creativa e innovadora de los empleados del Grupo.

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 redes de



distribución del Grupo, de las plataformas de atención telefónica, y de los profesionales de atención en riesgos especializados, que facilitan una respuesta integral a las necesidades de todos los clientes.

— Orientación, asesoramiento, y en su caso gestión de una amplia gama de servicios: jurídicos, asistenciales, médicos y psicológicos (en relación con accidentes), 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 en todas las entidades del Grupo para incrementar la fidelización de los clientes.

— 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 uno en Venezuela) 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 los seguros de Hogar para actualizar los capitales y evitar así el infraseguro.

— Policlínicos de Salud (siete), dotados con la tecnología y equipamiento necesarios para prestar la mejor asistencia sanitaria y servicios en prácticamente todas las especialidades médicas.

— Centros médicos dotados de personal altamente cualificado 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); y para la rehabilitación de accidentados de trabajo (cinco en Argentina).

- Asesoramiento personalizado y nuevos productos para la generación e inversión del ahorro personal y familiar, con especial orientación al ahorro-previsión. En esta área, en 2011 se han puesto en marcha distintas acciones, basadas en diferentes estudios y encuestas de opinión, para mejorar la información periódica a los clientes, incrementar su vinculación, y se ha potenciado el área de Grandes Clientes Particulares.
- Puesta en marcha del programa de fidelización Alquimia, dirigido a los clientes particulares del negocio de Vida, que ofrece servicios exclusivos y acceso a promociones y descuentos en establecimientos colaboradores del Grupo.
- Consolidación de la segmentación del negocio de empresas, en función del tamaño y actividad, para ofrecer un servicio especializado y acorde a las características específicas de cada uno de estos sectores.
- 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 diferentes instituciones y organismos en la elaboración de análisis de riesgos en diferentes ámbitos, y desarrollo de programas de simulación de accidentes de tráfico y aplicaciones informáticas para la prevención de riesgos laborales, inspección de riesgos ambientales, gestión de mantenimiento de instalaciones y diagnóstico medioambiental, entre otros.
- Inicio de las actividades de VERTI, nueva compañía de venta directa del Grupo especializada en el seguro de Automóviles y de Hogar, que opera básicamente a través de Internet y por el canal telefónico.
- Puesta en marcha de un nuevo Centro de Peritación de Automóviles y Pago Rápido en Guadalajara y otro en Logroño, en los que los asegurados pueden realizar en una única visita todos los trámites y gestiones cuando tengan un siniestro.
- Ampliación a siete provincias españolas del servicio de gestión de la Inspección Técnica de Vehículos (ITV), con recogida y traslado del automóvil al lugar indicado por el asegurado mediante servicio de chófer.
- Puesta en funcionamiento de dos nuevos canales temáticos en Internet destinados a hogar y motor, con información relacionada con ambas temáticas.
- Mejora de los seguros de Salud, con incorporación de nuevas coberturas y servicios como el test de cribado del cáncer de colon en sangre y el cribado neonatal ampliado.
- Incorporación de servicios de orientación médica gratuita en determinados seguros de Vida.
- Lanzamiento del Canal Jubilación para divulgar información sobre pensiones y productos privados de ahorro y que incluye una versión simplificada de la aplicación Cálculo Pensión para realizar simulaciones sobre la futura pensión y el ahorro necesario para complementarla adecuadamente.
- Inclusión de indemnización económica en los seguros de Viaje en caso de cancelación por catástrofes naturales (erupciones volcánicas, terremotos, maremotos, inundaciones extraordinarias, ciclones o tornados).

## Novedades 2011

- Descuentos en función del número de productos contratados con la entidad.
- Acciones específicas de recuperación de clientes en los distintos ramos en los que opera el Grupo.
- Lanzamiento de un nuevo canal de comunicación para atender en lengua de signos española a personas sordas y con discapacidad auditiva.
- Puesta en marcha de "MAPFRE en tu Smartphone", una aplicación para móviles (Smartphone y Blackberry) que permite la consulta y el acceso a determinados servicios del Grupo como la localización de oficinas, talleres o centros sanitarios, el contacto directo con los centros de atención al cliente, y mediante un dispositivo especial permite solicitar automáticamente asistencia en carretera en 40 países de Europa, América, Asia y África.
- Incorporación de un seguro adicional de protección de recibos para casos de desempleo e incapacidad laboral en determinadas pólizas.

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, y ha desarrollado propuestas de servicio de valor añadido dirigidas a casi 1,4 millones de socios de teCuidamos y Alquimia, dos de los programas de fidelización del grupo. Estos programas incluyen promociones, descuentos y ofertas exclusivas para los socios, mediante conciertos con colaboradores y permiten obtener ahorro en sus seguros a través de «tréboles descuento» (puntos canjeables) utilizando la tarjeta financiera 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 2011.



## Nuevos productos y servicios 2011\*

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

### SECTOR DE SEGURO: AUTOMÓVILES

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
ESPAÑA	<p><b>Seguro de Automóviles:</b> Póliza de Automóviles que permite la contratación de coberturas en función de las necesidades de cada cliente.</p> <p><b>Seguro de Motos:</b> Póliza de motocicletas que permite contratar las coberturas que cada cliente necesite.</p> <p><b>Cambio de neumáticos a domicilio:</b> Servicio a través del que se ofrece el cambio de neumáticos a domicilio al precio mínimo garantizado del mercado.</p>
MÉXICO	<b>Motorízate Seguro:</b> Póliza para motociclistas.
ARGENTINA	<p><b>Póliza Básica Más:</b> Seguro de Automóviles, que permite contratar coberturas y servicios adicionales.</p> <p><b>Central de Reposiciones:</b> Cobertura de vehículo de sustitución en caso de robo o siniestro total del vehículo.</p>
GUATEMALA	<b>MAPFRE Auto Segura:</b> Seguro de Automóviles dirigido principalmente a mujeres.
PARAGUAY	<b>Servicios Adicionales del SI 24 Horas:</b> Asistencia legal en caso de siniestro con lesiones.
URUGUAY	<b>Garantía Mecánica:</b> cobertura adicional a la póliza, que cubre los gastos por averías mecánicas.
PERÚ	<b>0 km por 2 años:</b> Seguro destinado a vehículos nuevos en el que el valor del vehículo se mantiene durante los dos primeros años.
PUERTO RICO	Renovación de la gama de seguros de Automóviles con nuevas coberturas como la reparación o sustitución de neumáticos e indemnización o sustitución del vehículo en caso de siniestro total, si tiene menos de dos años de antigüedad.
COLOMBIA	<p>Incorporación en las pólizas de Automóviles de coberturas relacionadas con el Hogar y la Salud.</p> <p><b>Asistencia Exequial:</b> Incorporación en algunas pólizas de Automóviles del Servicio de decesos, cuando el fallecimiento se produce como consecuencia de un accidente de tráfico.</p>
ECUADOR	<b>Elite warranty:</b> Cobertura de garantía mecánica.
REPÚBLICA DOMINICANA	Renovación de la gama de seguros de Automóviles.

### SECTOR DE SEGURO: VIDA, INVERSION Y AHORRO

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
ESPAÑA	<p><b>Fondmapfre Garantizado 1104:</b> Fondo de Inversión Garantizado cuya rentabilidad está vinculada a la evolución del Eurostoxx 50.</p> <p><b>Fondmapfre Garantizado 1111:</b> Fondo de Inversión Garantizado con rentabilidad ligada al IBEX 35 y Al SMI.</p> <p><b>Dividendo Vida:</b> Seguro de Ahorro a prima única, que invierte en una cartera de acciones españolas con alta rentabilidad por dividendo.</p> <p><b>Fondmapfre Garantizado 1107:</b> Fondo de Inversión Garantizado cuya rentabilidad se vincula a la evolución del IBEX 35 y el SMI suizo.</p> <p><b>PromoVida:</b> Seguro de Vida Temporal Renovable.</p> <p><b>Millón Vida Especial a 4 años:</b> Seguro de Ahorro a prima única a 4 años con rentabilidad garantizada al vencimiento.</p>

### SECTOR DE SEGURO: VIDA, INVERSION Y AHORRO



PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
ARGENTINA	<b>Vida Ingreso Asegurado:</b> Seguro de Vida individual dirigido a trabajadores y profesionales autónomos, que incluye indemnización en caso de incapacidad temporal.
MÉXICO	Renovación de la gama de seguros de Vida.
PERÚ	<b>Vida Piura, Vida Ripley y Vida Banco Financiero:</b> Seguros de Vida que incluyen cobertura de decesos.
COLOMBIA	<b>Solicitud póliza T5 con planes cerrados:</b> Seguro de Vida.
PUERTO RICO	<b>Funeral Católico:</b> Seguro de Vida que incluye cobertura de decesos.
ECUADOR	<b>Vida Pyme:</b> Seguro de Vida para empleados de pequeñas y medianas empresas.
VENEZUELA	<b>Planes de negocio:</b> Póliza de Vida que incluye cobertura de accidentes personales.
PANAMÁ	<b>Protección Forever:</b> Seguro de Vida.

#### SECTOR DE SEGURO: SEGUROS PATRIMONIALES

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
ESPAÑA	<b>MAPFRE Lex:</b> Producto de Defensa Jurídica que ofrece al asegurado y su familia asesoramiento y cobertura legal frente a procedimientos judiciales, administrativos o arbitrales, tanto en el ámbito personal como en el laboral. <b>Seguro de Hogar:</b> Póliza de Hogar que permite la contratación de las coberturas que cada cliente necesite. <b>Seguro de Animales de Compañía:</b> Seguro para mascotas, que cubre gastos médicos por accidente y de manera opcional los gastos derivados de enfermedad y la RC de la mascota.
COSTA RICA	<b>Hogar Total Individual/Colectivo en dolares y colones:</b> Seguros de Hogar. <b>Protección de Tarjeta Autoexpedible y Tarjeta Colectivo:</b> Seguro que cubre el uso fraudulento de las tarjetas de crédito.
CHILE	<b>Cesantía:</b> Seguro que cubre el pago de tres cuotas del crédito al consumo al que esté vinculado en caso de desempleo. <b>Fraude:</b> Seguro que cubre uso fraudulento de la tarjeta de crédito en caso de que haya sido robada o clonada. <b>Hogar Contenido:</b> Seguro de Hogar que cubre sólo el contenido.
MÉXICO	<b>Hogar Bien Seguro a tu Medida:</b> Seguro modular de Hogar.

#### SECTOR DE SEGURO: EMPRESAS

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
ESPAÑA	<b>Seguro Integral para Administraciones Locales:</b> Póliza dirigida a Ayuntamientos pequeños que no necesitan sacar a concursos sus contratos de seguros y que incluye Garantía de Daños, Responsabilidad Civil y Asistencia. <b>Seguro Multirriesgo para empresas del Sector Alimentario:</b> Póliza específica para este sector que incluye coberturas adicionales, como daños a vehículos o responsabilidad civil por contaminación. <b>Seguro de ahorro energético Led:</b> Póliza que cubre la diferencia entre el ahorro teórico y real que se produce en el consumo eléctrico con tecnología Led.
ARGENTINA	<b>Responsabilidad Civil Patronal:</b> Cobertura que incluye indemnización en el supuesto de una reclamación originada por un accidente laboral o enfermedad profesional.
COLOMBIA	Renovación de la gama de seguros para Transportes, incluidos mercancías peligrosas e hidrocarburos. Póliza de Responsabilidad Civil Aeroportuaria.
BRASIL	Seguro Facturación Agrícola: Seguro que cubre oscilaciones en el precio de los productos agrícolas y daños causados por fenómenos atmosféricos.
COSTA RICA	Póliza de Saldo Deudor Colectivo: Seguro dirigido al sector bancario para cubrir el importe de los créditos impagados.

#### SECTOR DE SEGURO: SEGUROS PERSONALES

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
ESPAÑA	<b>Decesos Esencial:</b> Seguro de Decesos
ECUADOR	Renovación de la gama de seguros de Salud.
NICARAGUA	<b>Gastos Médicos Colectivos:</b> Seguro de Salud. <b>Recuperación Médica 15 - RM 15:</b> Seguro de Salud que cubre las 15 enfermedades más frecuentes.
CHILE	<b>Accidentes Personales:</b> Seguro de Accidentes.
PUERTO RICO	<b>Plan Médico Empleados Gobierno:</b> Seguro de Salud para empleados públicos. <b>SegurViaje:</b> Seguro de Asistencia en Viaje con cobertura en el extranjero. <b>Plan Médico Grupal Medicare:</b> Seguro de Salud para funcionarios jubilados de Estados Unidos. Renovación de la gama de seguros de Salud.
COSTA RICA	<b>Desempleo:</b> Seguro que cubre el importe de los créditos en el supuesto de desempleo.
MÉXICO	Renovación de los seguros de Salud, con coberturas dentales y oftalmológicas. Asistencia en Viaje: Seguro de Viaje que incluye coberturas de Salud, indemnización en caso de cancelación del viaje o por pérdida de equipaje.
URUGUAY	<b>Medimapfre Colectivo:</b> Seguro de Salud que incluye indemnización en caso de hospitalización por intervención quirúrgica. <b>Salud Internacional Colectivo:</b> Seguro de Salud que incluye intervenciones quirúrgicas en el extranjero.
REPÚBLICA DOMINICANA	<b>Salud Internacional MAPFRE BHD:</b> Seguro de Salud con cobertura nacional e internacional. <b>DX7:</b> Seguro de Accidentes, que incluye indemnización en caso de enfermedad grave.

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: VIDA

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	% SOBRE EL TOTAL DE PRIMAS DE LA COMPAÑÍA
BRASIL	<b>PASI:</b> Seguro de Vida que incluye cobertura de Accidentes o Enfermedad, Decesos así como indemnización en caso de nacimiento de hijos con enfermedades congénitas.	1,4
	<b>VPP:</b> Seguro de Vida que incorpora indemnización en caso de hospitalización o fallecimiento del asegurado.	6,8
	<b>Crediamigo:</b> Seguro de Vida con cobertura de decesos.	0,1
	<b>Seguro MAPFRE Protección Financiera:</b> Póliza que cubra el pago de la deuda del asegurado en caso de fallecimiento, discapacidad o desempleo.	3,5
MÉXICO	<b>Seguro de Vida Grupo Prima Única Corto Plazo:</b> Seguros de Vida.	N.D.
	<b>Seguro de Vida Voluntario Microseguro:</b> Seguro de Vida.	5,0
GUATEMALA	<b>Saldo Deudor FINCA Guatemala:</b> Seguro de Vida con coberturas de Decesos para el asegurado y su cónyuge.	1,0
URUGUAY	<b>Hogar Protegido:</b> Seguro de Hogar con cobertura de Robo, Incendios y Rotura de cristales.	N.D.

#### SECTOR DE SEGURO: SEGUROS PERSONALES

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	% SOBRE EL TOTAL DE PRIMAS DE LA COMPAÑÍA
PERÚ	<b>MAPFRE Salud Callao:</b> Seguro Individual de asistencia médica con cobertura ambulatoria y hospitalaria.	0,02
	<b>Vida Piura:</b> Seguro de Decesos.	0,004
	<b>Vida Ripley:</b> Seguro de Decesos para los clientes de Ripley.	0,01
BRASIL	Seguro de Decesos.	0,5
URUGUAY	<b>Accidentes Personales:</b> Seguro de Vida que incluye indemnización en caso de incapacidad o fallecimiento.	N.D.
PANAMÁ	<b>MAPFRE Cash:</b> Seguro de Salud que incluye indemnización por hospitalización.	N.D.
	Asistencia Familiar Servicio de Exequias. Seguro de Decesos.	N.D.
VENEZUELA	<b>Póliza para Motorizado:</b> Seguro de Accidentes.	N.D.

#### SECTOR DE SEGURO: EMPRESAS

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	% SOBRE EL TOTAL DE PRIMAS DE LA COMPAÑÍA
URUGUAY	<b>Más Comercio:</b> Seguro para comercios.	N.D.

#### SECTOR DE SEGURO: SEGUROS PATRIMONIALES

PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	% SOBRE EL TOTAL DE PRIMAS DE LA COMPAÑÍA
PERÚ	<b>Mypes Caja Piura:</b> Seguro que cubre los daños causados por incendio, explosión, terrorismo, y riesgos atmosféricos, entre otros.	0,0024
	<b>Microcrédito Caja Nuestra Gente:</b> Seguro que cubre el contenido de los hogares, locales comerciales o industriales.	0,09

## Productos y servicios para el riesgo ambiental

MAPFRE contribuye a la gestión eficiente del riesgo medioambiental de la sociedad mediante la puesta en el mercado de productos y servicios adaptados a las necesidades de nuestros clientes. Ejemplos de ello son la póliza GAP (Guaranteed Asset Protection) para coches ecológicos o la póliza Eco MAPFRE, que ofrece un descuento en la renovación a los clientes que hayan superado la inspección vehicular ambiental y de la que se emitieron 22.125 pólizas en 2011.

En cuanto a productos dirigidos a empresas, destacan la póliza de Seguro Multi-riesgo Ambiental, que aúna la cobertura de Responsabilidad Medioambiental por daños a especies silvestres y hábitat protegidos, al suelo, al agua, a la ribera del mar y las rías, así como la descontaminación y la Responsabilidad Civil por contaminación por daños a personas, propiedades y perjuicios económicos derivados de la misma; los seguros para las fases de diseño, construcción y puesta en marcha de parques eólicos y los seguros que cubren las posibles pérdidas financieras derivadas de la falta de sol en instalaciones fotovoltaicas. Estas instalaciones, junto a las plantas termosolares han supuesto en 2011 una prima neta de 11,2 millones de euros. MAPFRE ocupa una posición destacada en estos mercados, con 2,5 millones de euros en primas de pólizas de Responsabilidad Medioambiental, y 18 millones de euros en primas de parques eólicos en todo el mundo, que suman una potencia instalada de más de 12.000 MW. El total de primas netas relacionadas con aspectos medioambientales a nivel global es de 32 millones de euros.

Otro ejemplo significativo es el seguro para explotaciones forestales, cuyas indemnizaciones para caso de incendio han de destinarse a la reforestación, y en el que además se aplican bonificaciones en la prima si la parcela en la que se ubica la explotación está adscrita a un sistema de certificación forestal, o el propietario cumple con un plan sometido a auditoría externa de gestión o con un manual de buenas prácticas ambientales. Este seguro se ha implantado en Galicia, País Vasco, Asturias, Cataluña y Cantabria.



MAPFRE tiene establecidos criterios de aplicación de los procesos de evaluación y control de riesgos medioambientales en sus líneas de negocio; concretamente, 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 dos por 100 de las 1.065 pólizas de Responsabilidad Medioambiental aportadas por MAPFRE al Pool Español de Riesgos Medioambientales han requerido para la adecuada 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 de cinco análisis de riesgos ambientales para clientes directos ajenos al Grupo.

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 ante la eventual ocurrencia de estos riesgos, a través de coberturas de seguro y reaseguro contra riesgos de la naturaleza que mitigan las consecuencias económicas de los mismos. Para algunos de estos peligros, en la evaluación de la cobertura de la póliza se utilizan avanzados modelos probabilísticos de simulación de catástrofes.

Como miembro de la Comisión de Seguros de la UNEP FI, MAPFRE participa en el proceso de elaboración, discusión y promoción de los Principios de Aseguramiento Sostenible (PSI), cuyo objetivo es optimizar el tratamiento de los factores ESG (Medioambientales, Sociales y de Gobierno) en los seguros, en beneficio presente y futuro de los asegurados, garantizando la sostenibilidad del negocio asegurador.

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 desarrollados por esta entidad han logrado contribuir de forma global 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. Estos trabajos se difunden a través de publicaciones y jornadas de formación.

— 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. Entre otras actividades, desarrolla herramientas que facilitan el proceso de análisis de dichos riesgos, tanto en el ámbito del sector asegurador como para los sectores de mayor impacto medioambiental. Esta empresa ha sido elegida por el Ministerio de 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 *parking* de la comunidad de vecinos.

## Reclamaciones

MAPFRE\* cuenta con una Dirección de Reclamaciones para la atención de las quejas y reclamaciones que formulan los usuarios de sus servicios financieros. Además tiene una Comisión de Defensa del Asegurado, creada en 1984, para resolver de forma gratuita y con total independencia de actuación las reclamaciones de las personas físicas y comunidades de propietarios que tienen la condición de tomadores, asegurados o beneficiarios de pólizas de seguros contratadas con las sociedades del Grupo, y de los partícipes o beneficiarios de planes de pensiones individuales promovidos o gestionados por sociedades de MAPFRE o depositados en ellas, así como de los derechohabientes de todos ellos. La actuación de estos órganos está regulada por la OM ECO 734/2004, de 11 de marzo, 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 2011, la Dirección de Reclamaciones ha recibido un total de 8.636 escritos, de los cuales se han admitido a trámite 7.193 que han supuesto 4.078 reclamaciones, que incluyen pretensiones concretas de contenido económico, y 3.115 quejas respecto a incidencias en la tramitación de las prestaciones, que han sido remitidas a los departamentos oportunos para su adecuada atención. Los restantes 1.443 escritos 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.

El conjunto de las reclamaciones y quejas admitidas a trámite en el ejercicio 2011, se ha reducido un 9,6 por 100 respecto al ejercicio anterior. Las reclamaciones admitidas a trámite han supuesto una disminución del 11 por 100 con respecto a las del ejercicio 2010 y las quejas han experimentado un descenso del 7,8 por 100 respecto a las tramitadas en el año anterior, 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.

### VOLUMEN DE RECLAMACIONES Y QUEJAS ADMITIDAS EN 2011

UNIDAD	RECLAMACIONES		QUEJAS		TOTAL	
	NÚMERO	% SOBRE TOTAL	NÚMERO	% SOBRE TOTAL	NÚMERO	% SOBRE TOTAL
<b>FAMILIAR</b>	<b>3.476</b>	<b>85,2%</b>	<b>2.789</b>	<b>89,5%</b>	<b>6.265</b>	<b>87,1%</b>
AUTOMÓVILES	956	23,4%	1.274	40,9%	2.230	31,0%
PATRIMONIALES	1.766	43,3%	958	30,8%	2.724	37,9%
PERSONAS	754	18,5%	557	17,9%	1.311	18,2%
<b>VIDA</b>	<b>250</b>	<b>6,1%</b>	<b>239</b>	<b>7,7%</b>	<b>489</b>	<b>6,8%</b>
VIDA	161	3,9%	148	4,8%	309	4,3%
VIDA PENSIONES	6	0,1%	10	0,3%	16	0,2%
INVERSIÓN (DOS SGIC y SV)	10	0,2%	18	0,6%	28	0,4%
CAJA MADRID VIDA	73	1,8%	63	2,0%	136	1,9%
<b>EMPRESAS</b>	<b>339</b>	<b>8,3%</b>	<b>83</b>	<b>2,7%</b>	<b>422</b>	<b>5,9%</b>
<b>GLOBAL RISKS</b>	<b>13</b>	<b>0,3%</b>	<b>3</b>	<b>0,1%</b>	<b>16</b>	<b>0,2%</b>
GLOBAL RISKS	3	0,1%	3	0,1%	6	0,1%
CAUCIÓN Y CRÉDITO	10	0,2%	-	0,0%	10	0,1%
<b>ASISTENCIA</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>0,03%</b>	<b>1</b>	<b>0,01%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4.078</b>	<b>100%</b>	<b>3.115</b>	<b>100%</b>	<b>7.193</b>	<b>100%</b>
<b>% S/RECLAMACIONES Y QUEJAS</b>	<b>56,7%</b>		<b>43,3%</b>			

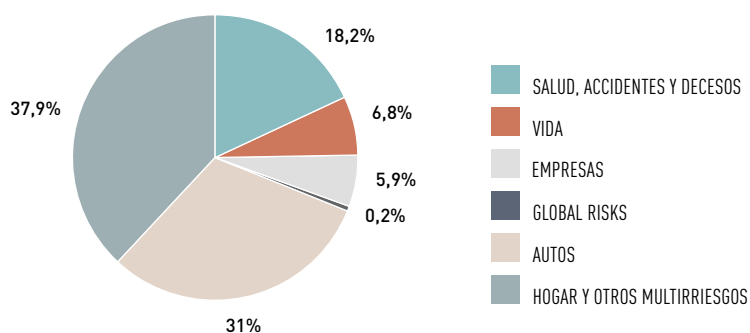
\* En España.



## Reclamaciones y quejas: distribución por tipo de seguro

El 37,9 por 100 de las reclamaciones y quejas admitidas a trámite en 2011 están relacionadas con el Seguro de Hogar y resto de pólizas Multirriesgos (Patrimoniales), el 31 por 100 con el Seguro de Automóviles, el 18,2 por 100 con los Seguros de Salud, Accidentes y Decesos (Personas), el 6,8 por 100 con Seguros de Vida, el 5,9 con Seguros de Empresas y, el 0,2 por 100 restante, con otros seguros (Global Risks).

Conjunto de reclamaciones Ejercicio 2011



La Comisión de Defensa del Asegurado de MAPFRE ha resuelto durante el ejercicio 2011 un total de 1.006 reclamaciones, y ha formulado en su Memoria Anual diversas recomendaciones para incrementar la calidad del servicio a los clientes, entre las que destacan:

- Informar con mayor precisión a los clientes que proceden de otras aseguradoras acerca de los efectos del cambio realizado.
- Insistir a la Red Territorial 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.
- Revisar la redacción de las garantías de Defensa Jurídica y Responsabilidad Civil de Automóviles en cuanto al conflicto de intereses, en orden a equilibrar las prestaciones que se garantizan a los clientes implicados en un siniestro. También se aconseja la revisión de otros aspectos de la garantía de Defensa Jurídica en los seguros de Hogar (suma asegurada) y Edificios.
- 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.
- 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.

- 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.

- 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.

- 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.

- Perfeccionar las comunicaciones escritas con los clientes en los seguros de Vida y, por otro lado, respecto a la utilización de los mensajes de texto telefónicos dirigidos a clientes de seguros Combinados y Automóviles, se debe medir la adecuación de los términos y su contenido al objetivo que se persigue.

- Favorecer el recurso al procedimiento pericial contradictorio en la resolución de conflictos por la discrepancia en la causa y/o cuantía de los siniestros.

Las recomendaciones formuladas en el ejercicio anterior han dado lugar a diversas acciones, que ponen en evidencia la sensibilidad de MAPFRE respecto a las quejas y reclamaciones realizadas por los clientes.

Así, en cuanto a las comunicaciones con los clientes, en los casos de modificación o extinción de contratos, se ha instado a que se realicen de forma que quede constancia de su recepción y, en seguros de Vida, a la adecuación de los términos jurídicos empleados en las cartas de rehúse. En la información promocional o publicitaria, se ha destacado el deber de validar su contenido con el alcance de las coberturas previstas. En materia de documentación, se ha recordado la necesidad de disponer de cuestionario de salud firmado en todas las pólizas de Salud, Indemnización y Decesos, así como de obtener la firma del tomador en las Condiciones Particulares y suplementos que se emitan.

También se han abordado determinadas modificaciones de clausulados en pólizas de Hogar, en cuanto a Daños por Agua y Mobiliario se refiere, y se han revisado otros sobre Seguro de Crédito al Consumo, Hipoteca Protegida, Defensa Jurídica, Transporte de Mercancías o Responsabilidad Civil. Se ha establecido la referencia obligada a la Agencia Española del Medicamento para determinar si una técnica o medicamento es de nueva implantación y se ha revisado el límite temporal del devengo de indemnización en prestaciones de Incapacidad Temporal Total (ITT). Respecto a las Institute Yacht Clauses, se ha considerado establecer una delimitación precisa de los riesgos cubiertos y los excluidos.

En orden a la prueba de los hechos que hayan tenido lugar, se ha recordado la necesidad de recabar informes y asesoramiento preciso en los siniestros, y de obtener declaraciones escritas de testigos, técnicos o asegurados. Se ha creado un nuevo procedimiento para la captura y gestión de autorizaciones que requieran prótesis o implantes. Asimismo, se ha destacado la necesidad de valorar

adecuadamente en cada caso la fecha de producción del siniestro en la tramitación de prestaciones de Incapacidad Permanente Absoluta (IPA) o Incapacidad Permanente Total (IPT) y, en la tramitación de siniestros de autos en los que la Entidad actúa sujeta a convenio, en las garantías de Defensa Jurídica o Responsabilidad Civil, revisar la valoración dada al vehículo.

Siguiendo los principios rectores del Código de Buen Gobierno del Sistema MAPFRE, el Grupo viene promoviendo la implantación de órganos de protección de los clientes en el resto de países donde MAPFRE opera. En Iberoamérica las empresas aseguradoras del Grupo se adhieren de forma voluntaria a los sistemas de solución extrajudicial de conflictos previstos en sus respectivas legislaciones y, a través de distintas Asociaciones, Federaciones o Unidades, según el país de que se trate, forma parte de ellos en Argentina, Colombia, Chile, México, Perú, Brasil, Ecuador, El Salvador, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. En Estados Unidos, la protección de los intereses de los clientes se canaliza por medio de sistemas de Alternative Dispute Resolution (ADR) como la mediación y el arbitraje. En Portugal, las reclamaciones son presentadas a través de la Unidad de Apoyo a los Consumidores. En Turquía, GENEL SIGORTA cuenta desde 2010 con un Departamento de Reclamaciones para la atención de las reclamaciones y quejas que presenten sus clientes.

El siguiente cuadro refleja los principales datos de quejas y reclamaciones recibidas y tramitadas por la entidad en los principales países en los que MAPFRE opera en seguro directo:

	Nº de quejas/ reclamaciones recibidas	Nº de quejas/ reclamaciones admitidas	Nº de quejas/ reclamaciones resueltas	Nº de quejas/ reclamaciones con contenido económico	Nº de quejas/ reclamaciones referidas a incidencias en la operativa
Argentina	11.424	11.424	10.766	N.D.	9.534
Brasil	28.520	28.520	24.292	N.D.	10.412
Chile	2.335	2.335	2.335	1.634	2.100
Colombia	2.725	1.485	2.558	1.962	1.926
EE.UU.	474	474	57	474	0
Malta	26	12	22	7	18
México	7.245	4.227	4.227	2.063	3.823
Perú	347	347	302	43	259
Puerto Rico	32	25	25	0	25
República Dominicana	345	345	200	76	124
Turquía	3.178	3.126	3.126	1.325	1.853

Alcance: Grupo MAPFRE

*Siguiendo los principios rectores del Código de Buen Gobierno del Sistema MAPFRE, el Grupo viene promoviendo la implantación de órganos de protección de los clientes en el resto de países donde MAPFRE opera.*

## 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. 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.

En España, que representa el 37,7 por ciento de las primas del Grupo, las encuestas realizadas en cuanto a la satisfacción general de los clientes desprenden las siguientes conclusiones.

	MAPFRE FAMILIAR	
	SEGURO DE AUTOMÓVILES	SEGURO DE HOGAR
% clientes satisfechos tras la contratación	95,7	94,3
% clientes satisfechos tras recibir prestación de asistencia	90,6	89,2

Fuente: ICEA. Estudio Integral de Clientes Automóviles y Hogar

Todo ello permite hacer un seguimiento periódico de las anulaciones, así como de la evolución de la cartera de clientes, y realizar acciones específicas. MAPFRE dedica 336 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 los siguientes parámetros: el nivel de resolución de sus solicitudes; y la calidad percibida y calidad ofrecida medida 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 la atención a los clientes planes concretos de formación en las habilidades propias de la labor que desempeñan, y en las técnicas necesarias para su trabajo, entre las que se pueden destacar los siguientes:

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

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 llevan a cabo 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, así como 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	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
ARGENTINA	869.151	962.189	811.348	845.500	93,3	87,9
BRASIL	1.000.914	1.060.889	965.367	1.018.820	96,5	96,0
CHILE	163.010	328.846	125.857	220.543	77,2	67,0
COLOMBIA	237.844	297.536	226.858	279.384	95,4	94,0
EE.UU.	2.779.272	1.623.057	2.530.699	1.426.483	91,1	88,0
ESPAÑA <sup>(1)</sup>	3.417.486	3.529.801	3.287.548	3.344.269	96,2	94,7
MÉXICO	493.245	451.808	475.591	441.695	96,4	97,8
PERÚ	264.733	178.105	231.536	165.395	87,5	92,9
PORTUGAL	274.021	280.512	200.678	196.724	73,2	70,1
PUERTO RICO	309.418	504.826	290.615	457.948	94,0	90,7
TURQUÍA	163.667	71.260	157.763	65.635	96,4	92,0

(1) En 2011 incorpora los datos del CIBC24 y VERTI (entidad que comenzó sus operaciones en el mes de enero de 2011)

	Llamadas Prestación de servicios					
	ENTRANTES		CONTESTADAS		% CONTESTACIÓN	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
ARGENTINA	617.001	717.267	581.908	672.002	94,3	93,0
BRASIL	2.015.745	1.904.097	1.778.409	1.590.106	88,2	83,5
CHILE	97.657	109.766	76.545	83.579	78,4	76,0
COLOMBIA	252.327	201.665	238.820	189.948	94,6	94,0
EE.UU.	165.126	2.295.075	153.998	1.411.486	93,2	62,0
ESPAÑA <sup>(1)</sup>	7.790.677	7.730.677	7.560.476	7.438.964	97,0	96,2
MÉXICO	1.015.533	1.069.230	989.492	1.058.702	97,4	98,5
PERÚ	230.234	207.790	222.070	198.481	96,5	95,5
PORTUGAL	68.014	N.D.	64.706	N.D.	95,1	N.D.
PUERTO RICO	222.184	504.826	197.391	457.948	88,8	90,7
TURQUÍA	395.761	332.153	355.791	297.926	89,9	82,0

(1) En 2011 incorpora los datos del CIBC24 y VERTI (entidad que comenzó sus operaciones en el mes de enero de 2011)

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

	Llamadas Atención a Clientes					
	ENTRANTES		CONTESTADAS		% CONTESTACIÓN	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
ARGENTINA	119.105	51.958	110.013	42.086	92,4	81
BRASIL	1.701.000	1.509.628	1.630.048	1.449.241	95,8	96
EE.UU.	66.209	67.384	60.812	61.993	91,8	92
TURQUÍA	2.685.957	2.614.210	2.381.456	2.166.440	88,7	83



Llamadas Prestación de servicios

	ENTRANTES		CONTESTADAS		% CONTESTACIÓN	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
ARGENTINA	2.037.049	2.545.971	1.777.074	2.062.237	87,2	81
BRASIL	1.188.998	1.054.583	1.145.399	1.012.398	96,4	96
EE.UU.	1.267.998	1.218.597	1.152.725	1.121.109	90,9	92
TURQUÍA	1.913.285	1.249.504	1.781.929	1.037.088	93,1	83

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 QUE OPERAN EN SEGURO DIRECTO EN ESPAÑA**

- **Certificación ISO 9001:2000** al proceso de Gestión de prestaciones de Automóviles de MAPFRE FAMILIAR.
- **Certificación ISO 14001:2004** al diseño, desarrollo y comercialización de actividades aseguradoras de MAPFRE EMPRESAS.
- **Certificación ISO 9001:2008** al Proceso de atención al cliente a través del C@C24.
- **Certificación ISO 9001:2008** al proceso de atención al cliente en Centros de Servicios de Alcalá de Henares y Alcorcón de MAPFRE FAMILIAR.
- **Certificación AENOR** de confidencialidad en el tratamiento de los datos en el producto YCAR y EBIKE.

**CERTIFICACIONES DE ENTIDADES QUE OPERAN EN SEGURO DIRECTO INTERNACIONAL**

- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE COLOMBIA.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE NICARAGUA.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE GENEREL SIGORTA.
- **Certificación ISO 9001:2000** a los negocios de pólizas colectivas de Vida y Gastos Médicos y Ramos Generales de MAPFRE COLOMBIA.
- **Certificación HEDIS 2011**, otorgada por National Committee on Quality Assurance (HEDIS-NCQA) a MAPFRE en Puerto Rico.
- **PROBARE-PROBARE SELLO DE ÉTICA** a los servicios de Call Center, Contact Center, Help Desk, SAC y Telemarketing de MAPFRE BRASIL.

**CERTIFICACIONES DE ENTIDADES QUE OPERAN EN NEGOCIOS GLOBALES**

- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Italia.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Turquía.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Túnez.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Brasil.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Colombia.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Venezuela.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en México.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Bahrain.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en China.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Filipinas.
- **Certificación ISO 9001:2008** a MAPFRE ASISTENCIA en Reino Unido.

## MAPFRE y sus accionistas

La actuación de MAPFRE con sus accionistas está basada en la gestión socialmente responsable del negocio y en la generación de valor mediante la incorporación de nuevas fuentes de crecimiento empresarial y la diversificación de los resultados.

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. Así, MAPFRE forma parte desde 2006 de los índices FTSE4Good y FTSE4Good Ibex, y en 2010 se incorporó a Dow Jones Sustainability World y Dow Jones Sustainability Europe.

### Canales de relación con los accionistas

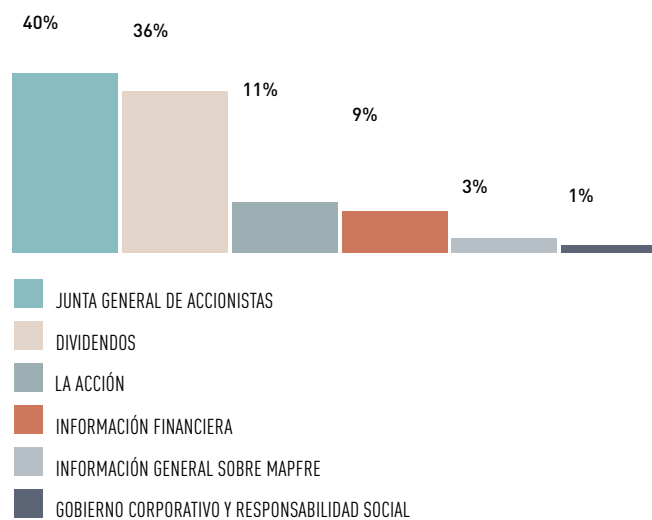
En relación con las actuaciones llevadas a cabo en 2011 para desarrollar los canales de comunicación con los accionistas, cabe destacar lo siguiente:

- El servicio telefónico de accionistas (902 024 004) ha atendido más de 4.100 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 y el Plan de reinversión de dividendos. Además, de acuerdo con la modificación introducida el 1 de julio de 2010 en la Ley del Mercado de Valores, se ha constituido el Foro Electrónico de Accionistas con motivo de la Junta General que tuvo lugar el día 5 de marzo de 2011.
- 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.



Sede social de MAPFRE.

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



### La acción de MAPFRE

En el siguiente cuadro se muestra la información básica relativa a la acción de MAPFRE al cierre del ejercicio 2011:

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).
Índices bursátiles en los que se incluye la acción	IBEX 35; Dow Jones Stoxx Insurance; MSCI Spain (y, en consecuencia, los demás índices MSCI en los que se incluyen empresas de seguros y españolas); FTSE All-World Developed Europe Index; FTSE4Good <sup>1</sup> y FTSE4Good IBEX <sup>1</sup> DJSI World <sup>1</sup> y DJSI Europe <sup>1</sup>
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 2011 la Sociedad contaba con un total de 340.662 accionistas, de los que 336.165 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 64,65 por 100 del capital social; los inversores españoles con participación superior al 0,1 por 100 representaban el 15,1 por 100. En cuanto a los accionistas con residencia en otros países, el 11,5 por 100 correspondía a inversores con participación superior al 0,1 por 100, y el 1,5 por 100 al resto. En el siguiente cuadro se muestra el desglose del accionariado por países:

PAÍS	%
España	87,0
Reino Unido	3,5
Estados Unidos	2,4
Alemania	0,9
Países Nórdicos	0,7
Canadá	0,5
Francia	0,5
Suiza	0,3
Países Bajos	0,2
Sin identificar	4,0

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. Al cierre del ejercicio 2011 el plan alcanza a un total de 35 personas, a quienes se han asignado un total de 8.260.235 acciones teóricas, equivalentes al 0,27 por 100 del capital.

## Valor y rentabilidad de la acción

Uno de los principales objetivos de MAPFRE es la generación de valor y la remuneración al accionista. 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	18,1%	2,3%	(28,2%)
DJ Stoxx Insurance	(13,7%)	(0,9%)	(53,4%)
IBEX 35	(13,1%)	(6,8%)	(39,4%)



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

	2011	2010	2009	2008	2007
BPA	0,32	0,31	0,33	0,33	0,32
INCREMENTO	3,2%	(6,1%)	—	3,1%	14,3%

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

	2011	2010	2009	2008	2007
DIVIDENDO (EUROS)	0,15	0,15	0,15	0,14	0,11
RENTABILIDAD POR DIVIDENDO	5,9%	6,3%	6,3%	4,7%	3,1%

El beneficio por acción y el dividendo por acción se han calculado usando un factor de ajuste y el número promedio ponderado de acciones, de conformidad con lo establecido por la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 33, para tomar en cuenta el efecto de la ampliación de capital realizada en 2011.

El dividendo a cuenta pagado en diciembre de 2011 ha sido de 0,07 euros brutos por acción; y el que se propone a la Junta General como dividendo complementario es de 0,08 euros brutos por acción. El desembolso total en 2011 en concepto de dividendos ha ascendido a 456,5 millones de euros, con incremento del 2,7 por 100 respecto a 2010. Así mismo, 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 82,4 por 100.

El Consejo de Administración, en su reunión del día 5 de marzo de 2011, acordó ofrecer a los accionistas la posibilidad de reinvertir el dividendo complementario del ejercicio 2010 en acciones nuevas de la compañía, procedentes de la ampliación de capital diseñada y acordada específicamente a ese efecto. Se suscribieron en conjunto 67.398.922 acciones nuevas, emitidas en una ampliación de capital de 166,2 millones de euros, que comenzaron a cotizar el día 11 de julio de 2011. El dividendo a cuenta de 2011 se ha abonado en efectivo a todos los accionistas.



## 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informes anuales individual y consolidado</li> <li>– Valor intrínseco del negocio de Vida y Ahorro</li> </ul>
Trimestral	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informes de acuerdo con los formatos exigidos por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)</li> <li>– Presentaciones de resultados</li> </ul>

## 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 2011 se han realizado seis retransmisiones de este tipo.

## Relaciones con inversores

En el siguiente cuadro se muestra la actividad de comunicación con los mercados financieros llevada a cabo en el año 2011:

Presentación de resultados.	6
Teleconferencia.	5
Reuniones con analistas e inversores institucionales españoles.	98
Reuniones con analistas e inversores institucionales de otros.	293
Participación en foros de inversiones institucionales.	8

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 2011 las acciones de MAPFRE S.A. han cotizado 252 días en el Mercado Continuo, con un índice de frecuencia del 100 por 100. Se han contratado 2.414.468.276 títulos, frente a 1.995.987.043 en el ejercicio anterior, con aumento del 21 por 100. El valor efectivo de estas transacciones ha ascendido a 6.169,7 millones de euros, frente a 4.779,4 millones de euros en 2010, con aumento del 29,1 por 100.

A finales de 2011, 7 bancos de negocios españoles e internacionales recomendaban “comprar” las acciones de la Sociedad, frente a 10 recomendaciones de “mantener” y 7 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, y una de las de mayor extensión y penetración en América Latina. El Grupo apuesta por el mantenimiento de redes propias en los países en los que opera, compatibilizándolas con la 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. Así, la red comercial de MAPFRE está compuesta por 5.317 oficinas propias (1.092 directas, 4.206 delegadas y 19 de representación), 9.670 de bancaseguros y más de 30.000 puntos de venta correspondientes a otros acuerdos de distribución.

Por otro lado, 6.230 empleados del Grupo realizan un trabajo relacionado con la actividad comercial (2.659 en España). El siguiente cuadro muestra con mayor detalle la composición de la red comercial de MAPFRE en el mundo.

OFICINAS	2011	2010
<b>Seguro Directo España</b>		
Propias	3.155	3.226
Bancaseguros	4.336	4.923
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>7.491</b>	<b>8.149</b>
<b>Seguro Directo Internacional</b>		
Propias	2.098	2.065
Bancaseguros	5.334	1.201
<b>Negocios Globales</b>	<b>64</b>	<b>60</b>
<b>TOTAL EXTERIOR</b>	<b>7.496</b>	<b>3.326</b>
<b>TOTAL OFICINAS</b>	<b>14.987</b>	<b>11.475</b>

Con el objetivo de dar respuesta a la realidad multicanal del Grupo, en 2011 se ha creado una Dirección General Comercial única en España, bajo la cual se establecen dos direcciones comerciales (Particulares y Empresas) y direcciones específicas para los principales canales: red agencial, corredores, agropecuario, teléfono e Internet, bancaseguros y redes específicas.

Estos cambios se enmarcan dentro del nuevo modelo de organización operativa de la División de Seguro Directo España, que tiene como objetivo avanzar en la mejora de la orientación al cliente particular y empresarial y el aprovechamiento de las sinergias que permitirán incrementar la eficiencia.

## 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	2011	2010
<b>Seguro Directo España</b>		
Agentes	13.706	14.068
Delegados	2.692	2.731
Corredores	5.673	5.527
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>22.071</b>	<b>22.326</b>
<b>Seguro Directo Internacional</b>		
Agentes	17.306	19.271
Delegados	3.101	2.433
Corredores	28.191	25.945
<b>TOTAL EXTERIOR</b>	<b>48.598</b>	<b>47.649</b>
<b>TOTAL RED COMERCIAL</b>	<b>70.669</b>	<b>69.975</b>

En España, durante el ejercicio 2011 se ha inscrito en el Registro de Mediadores de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones a 1.206 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.

A lo largo del ejercicio 2011 se ha estrechado la relación 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 2011 se han establecido relaciones con las principales microfinancieras de Nicaragua con el fin de impulsar la venta masiva de seguros a través de ellas.



*Intervención de Antonio Huertas ante la Junta Directiva de ADECOSE.*

## **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.

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.

En 2011 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.

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 los corredores, como el portal de corredores y un newsletter digital, consolidado este año, que favorecen una comunicación activa con este colectivo. Además, se 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 CAJA MADRID.

Durante este ejercicio se ha completado el despliegue del proyecto "la Red en la red", por el cual todas las oficinas de MAPFRE en España cuentan con una página web propia acorde con la imagen del Grupo. De este modo se dota a las oficinas de una herramienta que completa la relación con sus clientes y se refuerza su presencia a través de Internet.

Fuera de España existen también herramientas para facilitar la comunicación con la red comercial, como 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 reuniones presenciales y se han desarrollado aplicaciones on line y microsities específicas en Turquía.

Existen también en los países de América Latina distintas herramientas para facilitar el trabajo de los mediadores entre las que destacan 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, para la gestión de cartera y cobros, ambos en Chile; el portal Segal para cotizar, emitir y cobrar pólizas on line, en México; los cotizadores web en Guatemala y Uruguay; y el sistema Tronador en Paraguay.

*En 2011 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.*

### 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 2011 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 inicial y de reciclaje, y la información centralizada. Asimismo, se ha consolidado el programa de capacitación específico para oficinas de canales complementarios, adaptado a sus necesidades concretas.

Además, se ha puesto en marcha el plan de formación 2011 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 Unidades del Grupo; y formación comercial, dirigida a proporcionar conocimientos sobre productos, herramientas, habilidades y técnicas de venta.

En España, a lo largo del 2011 estos tipos de formación se han distribuido de la siguiente forma.

<b>MEDIADORES</b>	<b>Tipo</b>	<b>HORAS</b>
<b>COMERCIAL</b>	Multimedia	91.416
	Presencial	418.637
<b>CORPORATIVA</b>	Multimedia	453
	Presencial	174
<b>TÉCNICA</b>	Multimedia	8.249
	Presencial	1.937
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>520.866</b>

<b>EMPLEADOS (RED COMERCIAL)</b>	<b>Tipo</b>	<b>HORAS</b>
<b>COMERCIAL</b>	Multimedia	22.479
	Presencial	73.643
<b>CORPORATIVA</b>	Multimedia	1.457
	Presencial	4.432
<b>TÉCNICA</b>	Multimedia	19.038
	Presencial	6.681
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>127.730</b>

Cabe mencionar además la formación impartida al colectivo de nuevos mediadores, y especialmente a los agentes profesionales y agentes subvencionados. A lo largo de 2011 se han formado 1.206 nuevos mediadores. En conjunto, el colectivo de nuevos mediadores ha recibido un total de 308.888 horas de formación.

En el ámbito internacional se han impartido más de 350.000 horas de formación en técnicas de venta y nuevos procedimientos, y de formación institucional relacionada con la cultura y la política de MAPFRE, entre otras materias.

### e. Programas de apoyo

En la profesionalización de Mediadores, durante 2011 se ha continuado apostando por el programa Agente Profesional MAPFRE, ampliando la subvención para estos nuevos agentes de 3 a 4 años; se ha impulsado la figura del Agente Subvencionado MAPFRE (ASM), un programa de ayudas para nuevos mediadores que no se dediquen exclusivamente a la mediación de seguros, pero que posean gran potencial comercial; y se ha desarrollado el Programa de Orientación de Carrera (POC) en Panamá, que tiene como objetivo potenciar una fuerza de ventas propia.

La inversión del Grupo en estos proyectos formativos ha alcanzado en 2011 los 14 millones de euros.





## 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), y no sólo a los agentes exclusivos del Grupo. En esta línea, se ha incrementado el número de oficinas de canales complementarios a través de acuerdos con distintas entidades, que permiten ofrecer una atención especializada y complementar la capacidad de distribución de la red comercial de MAPFRE.

Destacan en este sentido la alianza con CAJA MADRID –que implica la colaboración recíproca de las redes comerciales de ambos grupos- y las establecidas con BANKINTER, CAJA CASTILLA LA MANCHA y CAJA DUERO (para Vida y Pensiones), BBVA (para el ramo de Automóviles), BANCA PUEYO (para Familiar, Empresas y Vida en Extremadura, Andalucía y Madrid), y CATALUNYACAIXA (para Vida y Seguros Generales) que han ampliado de forma importante la capacidad de distribución del Grupo. En conjunto, en este ejercicio MAPFRE distribuyó sus productos en España a través de 4.336 oficinas de bancaseguros. El canal bancario aportó a MAPFRE un volumen de primas de 2.139,8 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 2011 contaba con 812 acuerdos de este tipo.

En América Latina, MAPFRE mantiene acuerdos de bancaseguros con el BANCO HIPOTECARIO DOMINICANO, con BBVA, HSBC, con NOSSA CAIXA SEGUROS E PREVIDENCIA y con el BANCO DO BRASIL. Al cierre de 2011, MAPFRE contaba con acuerdos de distribución que aportaban en América Latina más de 20.000 puntos de venta, además de su propia red comercial.

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 2011 se ha consolidado 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 cerca de 2.203 profesionales de la organización territorial de esta entidad; y se han puesto en marcha 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.



*Jornada formación de gerentes.*



*Jornada del Club de Prestigio.*

## 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 Humanos 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 2011 con 368.549 proveedores con el siguiente desglose:

TIPOLOGÍA	NÚMERO DE PROVEEDORES		
	Seguro Directo España	Seguro Directo Internacional	Negocios Globales
Bienes y servicios de carácter general	1.206	5.629	8.456
Bienes y servicios específicos	82.003	177.448	91.888
Bienes y servicios tecnológicos	134	1.485	300

Alcance Grupo MAPFRE

En 2011, el coste total facturado por los proveedores a entidades de seguros del Grupo ha ascendido a más de 3.900 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	125	78	42
Bienes y servicios específicos	1.414	1.633	343
Bienes y servicios tecnológicos	233	106	15

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, y líneas telefónicas específicas, 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 MAPCOL para proveedores de servicios de asistencia y reparación del Automóvil (grúas, taxis, talleres), a través del cual pueden 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 2011 estaban registrados en este portal más de 29.480 proveedores y se habían realizado más de 1.589.312 visitas.

— El Portal INFOCOL, a través del cual los proveedores de prestaciones patrimoniales mantienen una comunicación permanente con MAPFRE FAMILIAR. A finales de 2011 se habían registrado en esta plataforma y operaban a través de ella 247 peritos y 3.353 profesionales de reparación, de los 4.062 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, en 2011 se ha puesto en marcha un portal específico para este colectivo en el que pueden consultar información relevante sobre facturación, baremos y servicios prestados.

— El portal web E- Partner de MAPFRE EMPRESAS que proporciona datos sobre gestiones, actividades, y tareas y al que tenían acceso 1.430 proveedores.

— La Web de Proveedores de MAPFRE ASISTENCIA, que incorpora un sistema de autofacturación, tramitación de incidencias y consulta de facturación.

— La plataforma operativa FUTURA para la gestión de Asistencia, ya implantada en los principales países de Europa y América Latina, 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; la plataforma web de registro de proveedores y la herramienta online de asignación de tareas de México; la nueva plataforma para monitorizar el estado de las cuentas de los proveedores en Panamá; y el canal específico para Salud puesto en marcha en Puerto Rico

### 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.



*Grúa de MAPFRE en servicio.*

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 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 algunas entidades, como en MAPFRE FAMILIAR o el Departamento Central 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. En 2011 se ha establecido en España un modelo operativo para la homologación y la selección de los proveedores de carácter general. Mediante el mismo se ha comenzado a utilizar un Cuestionario de Evaluación y Catalogación de Proveedores y se está diseñando una plataforma tecnológica para su gestión.

### Con independencia de estos criterios generales:

- 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; el Comité de Credenciales para el área de Salud, el Manual de Procedimientos de Compras y el Sistema de Documentación de Procesos de Puerto Rico; y la Normativa de Procesos de Compras de Venezuela. Además de estas herramientas específicas para la selección de este colectivo, Brasil, Chile, Colombia y Guatemala cuentan con políticas concretas para su homologación.

*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.*

— En lo referido a los procesos de selección de proveedores de bienes y servicios de carácter general, destacan la Política de Abastecimiento de Argentina, que incluye criterios medioambientales para selección de proveedores de papel, el Manual de Procesos Logísticos utilizado en Colombia, el Manual de Políticas de Compra de Chile, y el Sistema de Subastas Electrónicas desarrollado en Perú.

— La Dirección General de Procedimientos y Tecnologías ha desarrollado una política de selección específica para sus proveedores; y también son destacables 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 2010-2011 y Programa de Fidelización y Calidad Proveedores Grúa 2010-2011), 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. Además, MAPFRE mantiene 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 tiene 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 siniestros, 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



Portada de la Revista  
RED MAPFRE nº 111.

formación específica para los denominados Talleres Distinguidos, como los de Soldadura de Aluminio. En 2011, ha impartido 208 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 GLOBAL RISKS sobre el acceso a sistemas informáticos y a procesos de gestión de siniestros.

— 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 jornadas específicas de seguridad en la conducción de grúas, 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, tanto la incluida en la Academia de Sostenibilidad –ocho encuentros en 2011 en los que participaron 44 proveedores- como la orientada al liderazgo y la calidad del servicio de la campaña “Amigos do Peito”; los cursos Trabajo Seguro en las Alturas, Tipos de Contratos, y Responsabilidad Civil, los tres impartidos en Colombia; la formación en servicio al cliente y aspectos técnicos a tasadores independientes en Estados Unidos así como los cursos de facturación

para compañías de defensa legal en este país; los cursos para la Red de Seguros de Personas en Guatemala; los manuales para Proveedores, la formación comercial en salud y asistencia en carretera de Puerto Rico; las reuniones formativas en Perú para los proveedores de servicios de asistencia; y los cursos de atención y servicio al cliente para el área de Automóviles 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 2011 se ha realizado diferentes acciones formativas para divulgar estos aspectos. En concreto, en Argentina los proveedores son informados sobre la Política Medioambiental y Energética, y asumen como propios los Principios para una Gestión Responsable. En Brasil, la formación en este campo se ha articulado a través de las Academias de Sostenibilidad y se ha definido la Declaración de Cumplimientos de los Criterios Básicos del Grupo con el objetivo de que los proveedores sean copartícipes de la política del Grupo. En Estados Unidos, México 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 2011 se ha facilitado la obtención gratuita de certificaciones de Calidad TQ a 19 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	83
Servicio de los TD de Lunas	97
Servicio de Grúa	96
Servicio de Taxi	99

Fuente: ICEA. Encuesta de Satisfacción de Clientes para Proveedores de Automóviles

Los siguientes datos, reflejan el resultado de las evaluaciones de la calidad de los proveedores de prestaciones patrimoniales de MAPFRE FAMILIAR realizados en 2011:

	Reparadores	Peritos
Ratio de servicios retrasados en devolución <sup>1</sup>	0,37 %	4,92%
Vida media del servicio retrasado (días)?	0,92	8,27
Incidencias en los servicios	0,18%	0,60%

(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

Se han llevado a cabo también un total 32.626 controles de calidad presenciales para verificar el trabajo realizado en las prestaciones patrimoniales, así como un total de 90.103 encuestas telefónicas de satisfacción a clientes a nivel nacional (77.694 sobre el trabajo realizado por los reparadores y 12.409 sobre el de los peritos). A continuación se resumen los principales resultados obtenidos en 2011 en las encuestas sobre reparadores y peritos:

PUNTUACIÓN (SOBRE 10) EN LAS ENCUESTAS SOBRE REPARADORES	
Puntualidad	9,26
Imagen	9,30
Trato al cliente	9,38
Calidad de la reparación	9,25
Limpieza	9,25
Uniformidad	7,65
<b>PROMEDIO</b>	<b>9,06</b>

PUNTUACIÓN (SOBRE 10) EN LAS ENCUESTAS SOBRE PERITOS	
Rapidez	8,66
Adaptación al horario del cliente	9,00
Trato al cliente	9,11
Información facilitada	8,36
Valoración global de la actuación	8,02
<b>PROMEDIO</b>	<b>8,63</b>

Asimismo, dentro de la campaña de calidad de proveedores de Hogar (Tourmap 2011), se ha premiado a un total de 50 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. Según los datos de la Encuesta de Calidad de ICEA para proveedores sanitarios, todos los atributos tenidos en cuenta tienen valoraciones superiores al 90 por 100, a excepción del espacio y comodidad de la sala de espera (80 por 100), y la duración de la consulta (89 por 100).

— 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.

— Son relevantes las evaluaciones periódicas realizadas a proveedores para el seguimiento de su actividad en Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay. Además, en Argentina, Perú, Brasil, Colombia y República Dominicana se realizan encuestas para medir el grado de satisfacción de los proveedores con MAPFRE, destacando los resultados de Argentina, donde el 96 por 100 de los proveedores de servicios generales 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 (Dirección General de Tecnologías y Procedimientos), evaluaciones periódicas (Brasil y Colombia), o Informes de Cumplimiento de Acuerdos de Calidad de Servicio (Puerto Rico).



5



# 5

## Dimensión Medioambiental de MAPFRE

El concepto de sostenibilidad, expresado mediante variada terminología a través de los años, ha estado presente en los valores de MAPFRE desde sus orígenes, y está recogido expresamente en su Código de Buen Gobierno. MAPFRE ya prestaba especial atención en los años 80 a la dimensión medioambiental, mediante su compromiso con la Declaración de Nicoya<sup>1</sup> (1986). MAPFRE refuerza este compromiso en 2005 al reconocer dicha declaración en su Política Medioambiental.

La actual Política Medioambiental y Energética de MAPFRE se articula en torno a tres pilares: la integración del Medio Ambiente y la Energía en el negocio, la Gestión Medioambiental y Energética y la promoción de la Responsabilidad Medioambiental y Energética.

### Evaluación de los objetivos ambientales de 2011

Se ha continuado avanzando en el cumplimiento de los objetivos establecidos en relación al impacto ambiental directo consolidándose el Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética en España, logrando la implantación del Sistema de Gestión Medioambiental en la totalidad de los talleres MULTISERVICAR que, tras superar la auditoría realizada en el mes de diciembre, se encontrarán en posesión del Certificado de Gestión Medioambiental conforme a ISO 14001 y que dos de los edificios más emblemáticos de MAPFRE hayan superado la auditoría externa para obtener el Certificado de Gestión Energética conforme a la recién aprobada Norma ISO 50001.

Por lo que se refiere a las actuaciones corporativas en establecimientos ubicados fuera de España, se han realizado los Diagnósticos Medioambientales de los edificios de las sedes del Grupo en Argentina, Colombia y Puerto Rico, para los que se ha elaborado ya la propuesta de Plan de Acción Medioambiental.

*La actual Política Medioambiental y Energética de MAPFRE se articula en torno a tres pilares: la integración del Medio Ambiente y la Energía en el negocio, la Gestión Medioambiental y Energética y la promoción de la Responsabilidad Medioambiental y Energética.*

1) Puede consultarse en la siguiente dirección: <http://www.mapfre.com/fundacion/es/conocenos/nicoya.shtml>.



A continuación se detallan los objetivos en relación al impacto directo y la evaluación de los mismos, con indicación de las actuaciones planificadas y su grado de cumplimiento:

Objetivo	Evaluación del objetivo		Actuaciones para lograr el objetivo		
	Resultado	Evolución	Prevista	Desarrollada (Sí/No)	Comentarios
Obtener la certificación medioambiental conforme a ISO 14001 a la totalidad de los Talleres MULTISERVICAR.	100%	+	Implantación y auditoría de certificación del sistema de gestión medioambiental en el taller MULTISERVICAR de Tenerife.	Sí	El Certificado de MULTISERVICAR Tenerife se emite en enero de 2012
Obtener la certificación energética conforme a la Norma ISO 50001 en 2 edificios	2 centros	+	Actualización del Sistema de Gestión Energética. Gestión de Consumos.	Sí	Los nuevos certificados se emiten en enero de 2012
Ampliar el alcance de la gestión medioambiental a entidades MAPFRE Internacionales.	3 Entidades	+	Identificación de requisitos legales. Diagnóstico medioambiental. Elaboración del plan de actuación	Sí	Argentina, Colombia y Puerto Rico
Incrementar en un 5% la cantidad de papel reciclado con respecto a 2010.	7,3 %	+	Actuaciones de sensibilización y seguimiento	Sí	
Obtener un ahorro energético superior a 800 MWh respecto a 2010	1.000 mWh	=	Criterios de eficiencia en reformas y en obras nuevas.	Sí	Plan de eficiencia energética de IDAE

- + Evolución favorable del indicador.
- = No hay evolución significativa del indicador.
- Evolución desfavorable del indicador.

MAPFRE ha desarrollado también actuaciones destinadas a empleados, proveedores y clientes con el objetivo de reducir el impacto ambiental indirecto de sus actividades.

Se han mantenido las actuaciones sostenibles dirigidas al transporte de los empleados al lugar de trabajo, y el desarrollo de plataformas de comunicación fiable y segura, que disminuyen la necesidad de desplazamientos. Para la promoción del uso de estas plataformas, se ha avanzado en la sistematización y simplificación de sus procesos de utilización.

Se ha extendido la responsabilidad medioambiental a los proveedores, mediante el establecimiento de criterios de selección que valoran su comportamiento ambiental, y la inclusión de cláusulas medioambientales en los contratos.

También se ha incrementado la oferta a los clientes del Grupo de productos y servicios que propician comportamientos sostenibles y cuya descripción y alcance se encuentran en el apartado Productos y Servicios para el Riesgo Ambiental (sección MAPFRE y sus Clientes) de este Informe Anual.

Finalmente, todas estas actuaciones se han difundido a la sociedad a través de la participación en diferentes iniciativas de ámbito nacional e internacional, y de la colaboración con Organismos y Administraciones Públicas para la promoción del comportamiento ambiental responsable.



MAPFRE participó en "La Hora del Planeta".

## Gestión medioambiental y energética

En MAPFRE existen procedimientos que contemplan los daños al medio ambiente y el uso de la energía en la actividad del Grupo y previenen o minimizan los efectos perjudiciales. Dichos procedimientos se enmarcan en un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética (SIGMAYE) conforme a las normas ISO 14001 e ISO 50001, que regulan, respectivamente, la gestión medioambiental y la gestión energética.

En 2011 se ha consolidado el proceso de implantación de dicho Sistema, de forma que un 45,1 por 100 de los empleados de MAPFRE trabajan en 23 centros con certificado medioambiental ISO 14001, de los que tres tienen actividad no administrativa (talleres). También se han superado los requerimientos para obtener el Certificado de Gestión Energética conforme a la nueva Norma ISO 50001 para dos de los edificios más emblemáticos de MAPFRE: la Torre Olímpica de Barcelona, con una ocupación de más de 1.800 personas, de las que 412 son empleados de MAPFRE, y la sede central del Grupo, en Majadahonda, donde en la actualidad trabajan 944 personas. Estos edificios contaban anteriormente con un sistema de Gestión Energética según la Norma UNE EN 16001.

Para incrementar la eficacia del Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética y posibilitar la ampliación de estas actuaciones, se utilizan plataformas informáticas de acceso a documentos y registros ambientales, de gestión de proyectos, de identificación de requisitos ambientales, de control de consumos de energía y agua y de control administrativo de gestión de residuos, que permiten disponer de información continua sobre el estado de los indicadores relativos a la gestión de los residuos y la energía, así como de los proyectos y actuaciones en materia medioambiental y energética.

## Procesos de control y evaluación de impacto ambiental directo

Según establece el Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética, en 2011 se han realizado 70 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.

## Gestión de recursos

Se ha continuado avanzando en la sustitución de productos utilizados en el desempeño de las actividades del Grupo por otros más respetuosos con el medio ambiente: el papel de copias es libre de cloro (ECF), y dispone de certificado de procedencia de bosques explotados con criterios de sostenibilidad; el 97 por 100 de todo el papel consumido en España, que incluye impresos, agendas o carteles, dispone igualmente de certificado de explotación sostenible y el 0,9% de este papel es "neutro de carbono".

En el presente año se ha iniciado la implantación de un proceso de gestión centralizada de impresión, que optimizará el ahorro de papel y consumibles, a partir

de una monitorización de los trabajos de impresión y del establecimiento, por defecto, de las configuraciones de ahorro de papel y consumibles que incorpora la mayoría de los equipos ofimáticos, que también disponen de las correspondientes medidas de eficiencia y ahorro energéticos.

## Eco-eficiencia

MAPFRE valora cuantitativamente los impactos medioambientales derivados de su actividad. Uno de los principales es el consumo de recursos energéticos, donde se ha continuado trabajando en medidas para lograr un menor consumo por empleado. Entre estas medidas, merecen destacarse las siguientes:

- Creación del Grupo de Trabajo de Eco-eficiencia constituido por las áreas técnicas de MAPFRE con competencia en la materia para unificar los criterios sobre medidas técnicas y operativas y sobre el uso de nuevas tecnologías a aplicar para conseguir una mayor eficiencia y/o ahorro energético.
- Optimización de la gestión de los proveedores de energía, con la doble finalidad de obtener ahorro económico y favorecer el control global de consumo.
- Establecimiento de especificaciones detalladas para la implantación de los criterios corporativos de eficiencia y ahorro energético, que facilitan y unifican la selección de equipos y tecnologías para la reforma de los edificios existentes y para el diseño y construcción de los nuevos.
- Intensificación de la participación del Departamento de Eco-eficiencia y Ahorro Energético en el desarrollo de los proyectos de los establecimientos de MAPFRE, en especial de aquellos en que, por causa de la concentración de instalaciones técnicas, el consumo de energía es un factor crítico para su explotación.
- Realización de estudios de reducción de consumo energético.

— Racionalización de horarios de funcionamiento de instalaciones en edificios. En 2011 se han aplicado, de forma permanente o en determinadas épocas del año, en edificios de Galicia, Comunidad Valenciana y Asturias, obteniéndose en este último ahorros energéticos superiores al 7 por 100 respecto al año anterior.

— Elaboración y divulgación de pautas de actuación para los empleados, que refuerzan la implantación de medidas de ahorro y eficiencia energética, apoyado por la distribución de material divulgativo e informativo para el fomento de la reducción de los consumos de agua, papel y energía.

A continuación se muestran los indicadores de desempeño energético de 2011 para los edificios de MAPFRE en Barcelona y Majadahonda (Sede Social), que disponen de certificado de gestión energética conforme a ISO 50001.

INDICADOR DE DESEMPEÑO	TORRE MAPFRE	MAJADAHONDA 1-2		
	LÍNEA BASE (2010)	2011	LÍNEA BASE (2010)	2011
Consumo eléctrico (kWh)	2.787.409	2.166.509	14.222.948	14.187.726
Consumo de Gas (kWh)	433.171	325.235	1.799.233	1.432.721
Climatización Invierno (indicador propio)	0,91	1,10	1,09	1,06
Climatización verano (indicador propio)	1,02	1,43	1,12	1,32
Ofimática (kWh/pax)	-	-	540	540
Ascensores (kWh/pax)	147	147	-	-
CPD (PUE)	-	-	1,63	1,65

## Gestión del agua

En 2011 MAPFRE consumió 299.961 m<sup>3</sup> de agua. Se ha conseguido un ahorro del 10 por 100 respecto a los valores comparables de 2010. En sus instalaciones, el agua procede de la red sanitaria pública y se destina a usos sanitarios o de climatización, salvo en los talleres, donde antes del vertido se realiza un tratamiento físico de separación de grasas. Así, la mayoría de los vertidos no tienen contaminantes químicos ni requieren procesos de tratamiento específico, por lo que se vierten a redes de saneamiento municipal.

## Emisiones a la atmósfera

MAPFRE aplica programas de mantenimiento y control de las instalaciones de climatización y lleva a cabo revisiones técnicas periódicas para asegurar que las instalaciones susceptibles de generar emisiones a la atmósfera tienen un rendimiento óptimo y cumplen los parámetros que establece la normativa. En todas las torres de refrigeración se aplica un mantenimiento preventivo y se realizan los análisis físico-químicos y de legionella establecidos por la legislación vigente.

Además, existe un programa para la transformación o sustitución de los grupos frigoríficos de climatización de manera que puedan operar con gases refrigerantes ecológicos, y se están implantando paulatinamente sistemas de extinción de incendios de agua nebulizada, para reducción de los compuestos clorofluorocarbonados (CFC), en cumplimiento del Protocolo de Montreal.

## 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. Desde la finalización en 2007 del proceso de implantación de un sistema avanzado de logística inversa, la gestión de residuos del conjunto de MAPFRE ha experimentado en estos años un proceso de optimización y diversificación, y se han mantenido o mejorado los anteriores niveles de crecimiento de recursos gestionados.

MAPFRE ha seguido desarrollando la gestión centralizada de residuos de consumibles y aparatos eléctricos y electrónicos, a través de procesos de recuperación de activos. Esto ha permitido reducir los costes de gestión de los residuos mediante su compensación parcial con la venta de "materias primas secundarias". A ello hay que añadir la recuperación de plata procedente de la gestión de radiografías, cuya campaña se ha impulsado durante 2011, instalando contenedores en los distintos edificios para fomentar su reciclaje.

Resultado de estas actuaciones son las 1.180 toneladas de papel recicladas en 2011 y las más de 98 toneladas de equipos ofimáticos fuera de uso gestionados, de los cuales 1.458 equipos corresponden a donaciones a colegios, asociaciones y otras entidades o personas y el resto han sido entregados a plantas autorizadas para su reciclaje y/o gestión final.

Entre las actividades de optimización llevadas a cabo, y prevaleciendo la reutilización frente al reciclado, se ha continuado participando con Cruz Roja y Fundación Entreculturas en la campaña de recogida de teléfonos móviles fuera de uso, 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 12.929 unidades.

*MAPFRE participa en grupos de trabajo, congresos y otros foros relacionados con el análisis y evaluación de riesgos medioambientales, el cambio climático y los gases de efecto invernadero, y la gestión de residuos; y ha firmado acuerdos de colaboración con organismos públicos relevantes en relación al ahorro de agua y a la eficiencia energética.*

El desarrollo de la gestión centralizada favorece la eficiencia de los procesos y, por ende, la optimización de sus costes. Asimismo, se ha incrementado la colaboración en esta materia dentro del Grupo mediante la contratación de Gestores Integrales; la diversificación de servicios prestados por los Gestores; la adhesión a Sistemas Integrados de Gestión (SIG) como productores de residuos procedentes del canal profesional; y la unificación de la gestión de residuos sanitarios en las distintas Unidades Básicas de Salud.

En otra línea de actuación, las entidades CESVIMAP y CESVI RECAMBIOS han 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 2011 se han tratado en las instalaciones de CESVI RECAMBIOS 2.462 vehículos fuera de uso, y se han recuperado 70.640 piezas y componentes.

### Promoción de la responsabilidad medioambiental

#### Organismos y administraciones públicas

MAPFRE participa en foros medioambientales como el Pacto Mundial y el Programa Medioambiental de las Naciones Unidas para Entidades Financieras y Sector Seguros (UNEP FI).

Los trabajos que la Comisión de Seguros de UNEP FI, con la participación de MAPFRE, está realizando sobre la contribución a la sostenibilidad del negocio asegurador han dado como fruto el documento sobre Principios de Aseguramiento Sostenible, que establece criterios de comportamiento y compromisos de las entidades aseguradoras para encarar los retos medioambientales, además de los sociales y de gobierno corporativo, que también se encuentran afectados por los Principios.

Asimismo, MAPFRE participa en grupos de trabajo, congresos y otros foros relacionados con el análisis y evaluación de riesgos medioambientales, el cambio climático y los gases de efecto invernadero, y la gestión de residuos; y ha firmado acuerdos de colaboración con organismos públicos relevantes en relación al ahorro de agua y a la eficiencia energética.

MAPFRE ha suscrito la declaración de Kyoto de la Asociación de Ginebra, que establece compromisos de Impulso a la Investigación para la evaluación y gestión de los riesgos relacionados con el clima; desarrollo de productos que incentiven la compensación o la reducción de los niveles de emisión de gases de efecto invernadero; desarrollo de proyectos de energía de bajas emisiones; mejora de la información a los clientes acerca de sus niveles de riesgo relacionados con el clima; estrategias de mitigación y adaptación y de beneficios financieros que éstas suponen; y reducción la "huella de carbono" de la propia industria aseguradora.

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 en "La Hora del Planeta", en la

que la Torre MAPFRE de Barcelona ha desempeñado en 2011 un papel relevante. Además de participar en esta iniciativa con el gesto simbólico de apagar las luces de los letreros luminosos de la compañía y de sus carteles publicitarios durante una hora, se ha informado a los empleados, principalmente a través del Portal Interno y la Intranet de Medio Ambiente, del contenido y objeto de dicha medida, además de expresar públicamente el compromiso ya existente de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>.

Por lo que se refiere al desempeño medioambiental global, MAPFRE mantiene su compromiso de transparencia, respaldado por la divulgación de sus metas, procedimientos e indicadores medioambientales y energéticos en encuestas de sostenibilidad como la del Dow Jones Sustainability Index, en el que figura desde 2010. Además, el Grupo respalda programas medioambientales de difusión mundial como el *Carbon Disclosure Project*, al que se ha adherido en 2011.

MAPFRE figura en los Informes "Europa 300" e "Iberia 125" del Carbon Disclosure Project 2011.

#### Proveedores

MAPFRE contribuye al desempeño ambiental de sus proveedores. Las cláusulas medioambientales figuran de forma sistemática en los pliegos de contratación, 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.



*Investigación sobre el coche eléctrico.*

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, además del proceso de selección en el que se contrastan sus autorizaciones y se evalúa su capacidad de servicio, se encuentran en un proceso de evaluación permanente que garantice el mantenimiento de dichas condiciones.

Las contratistas que prestan sus servicios en edificios de MAPFRE han recibido 43 horas de formación medioambiental y energética por parte de la Subdirección General de Seguridad y Medio Ambiente de MAPFRE.

### Empleados

El personal de MAPFRE en España ha recibido un total de 3252 horas lectivas de formación medioambiental. El compromiso medioambiental de MAPFRE sigue formando parte de los contenidos de la formación corporativa. Por otra parte, la Dirección de Medio Ambiente de MAPFRE ha impartido 5,5 horas lectivas de formación ambiental a terceros.

En 2011 ha seguido en marcha el proyecto "Compartir coche", que facilita el encuentro de personas que están interesadas en compartir el vehículo privado para realizar el desplazamiento habitual a su centro de trabajo.

Además del incremento de accesos a plataformas de comunicación, con redes informáticas fiables y seguras que disminuyen la necesidad de desplazamientos, se está trabajando en la sistematización y simplificación de los procesos de utilización de las mismas para promover su uso.

La Zona del Empleado del Portal Interno, además de la información general referente a la Política Medioambiental y Energética de MAPFRE, ha creado un apartado especial denominado "¿sabías que?", en el que periódicamente aparecen como novedades consejos relacionados con el medio ambiente y el ahorro energético.

La intranet de Medio Ambiente de MAPFRE ha recibido más de 500 visitas en 2011 e incluye un buzón de sugerencias medioambientales, que ha recibido 40 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](mailto:medioambiente@mapfre.com).



## Principales magnitudes medioambientales de MAPFRE

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL	MAPFRE ESPAÑA					
	Unidad	Alcance	2009	2010	2011	Evolución 2011
<b>Soluciones aseguradoras para la gestión del riesgo ambiental</b>						
Pólizas Responsabilidad Civil medioambiental suscritas	nº	(1)	919	1.000	1.065	+
Instalaciones de energía eólica aseguradas	MW	(1)	8.911	11.734	12.425	+
Aerogeneradores asegurados	nº	(1)	8.481	9.495	10.065	+
Explotaciones forestales sostenibles	ha	(1)(2)	N.C.	19.979,60	18.827,30	-
Primas netas en productos ambientales	€	(1)(3)	19.912.670,28	32.201.448,23	32.233.686,38	=
<b>Gestión Ambiental</b>						
Empleados bajo ISO 14001	nº		4.729	4.822	5.008	+
Inspecciones o auditorías ambientales	nº		64	59	70	+
Proveedores con compromiso ambiental	nº		186	255	260	+
Gastos ambientales	€		501.702	477.052	479.600	=
<b>Agua</b>						
Consumo de agua	m³	(4)	335.181	253.240	226.562	+
<b>Energía</b>						
Consumo de energía total	kWh	(4)	66.670.392	65.317.953	64.297.021	+
Consumo de energía de la red pública	kWh	(4)	61.562.900	60.404.730	58.691.446	+
Consumo de gas natural	m³	(4)	201.874	152.667	275.585	-
Consumo de gasóleo	L	(4)	430.197	329.185	265.136	+
<b>Papel y consumibles</b>						
Total consumo de papel	Tm	(5)	2.092	2.000	1.845	+
Total consumo papel reciclado	Tm	(5)	39	26	27	+
Total consumo papel "carbon neutral"	Tm	(5)	—	—	16	+
Papel ECF sobre total papel de copia consumido	%	(5)	100%	100%	100%	+
Papel con etiqueta ecológica sobre total papel consumido	%	(5)	98%	99%	97%	-
Total consumo de tóner	ud	(5)	18.373	11.880	14.281	-

+ Evolución favorable del indicador.

= No hay evolución significativa del indicador.

- Evolución desfavorable del indicador.

N.A. : No aplica. No es indicativo de evolución.

N.C. : Dato no comparable con el ejercicio anterior.

N.D. : Dato no disponible.

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL	MAPFRE ESPAÑA					
	Unidad	Alcance	2009	2010	2011	Evolución 2011
<b>Gestión de Residuos</b>						
Total tóner reciclado	ud		8.259	6.821	9.096	+
Tóner reciclado / Tóner consumido	%		45,0%	57,4%	63,7%	+
Total papel reciclado	kg		1.197.992	845.057	906.711	+
Papel reciclado / Papel consumido	%		57,3%	42,3%	49,1%	+
Ordenadores y equipos electrónicos gestionados*	ud		4.205	5.363	4.848	+
Ordenadores y equipos electrónicos donados	% ud		16,8%	29,5%	30,1%	+
Soportes informáticos gestionados	kg		1.544	4.330	5.028	+
Teléfonos móviles reciclados (acumulado)	ud		10.509	11.946	12.929	=
Pilas gestionadas	kg		944	1.282	1.131	-
Radiografías	kg		1.200	80	440	+
Medicamentos caducados y envases de medicamentos	kg		120	63	98	+
Residuos sanitarios	kg	(6)	4.391	3.137	1.696	+
Residuos peligrosos en edificios	kg		3.518	3.839	1.592	+
Residuos peligrosos en talleres	Tm	(7)	85	90	82	N.A.
Residuos no peligrosos en talleres	Tm	(7)	1.711	1.245	1.796	N.A.
Vehículos fuera de uso (VFU) tratados	ud	(7)	2.319	2.494	2.462	=
Piezas de VFU recuperadas	ud	(7)	60.088	68.980	70.640	+
<b>Emisiones CO<sub>2</sub></b>						
Emisiones directas edificios	Tm CO <sub>2</sub>		1.218	1.209	1.308	-
Emisiones directas. Vehículos	Tm CO <sub>2</sub>	(8)	N.D.	1.238	678	+
Emisiones indirectas. Consumo eléctrico.	Tm CO <sub>2</sub>		24.010	16.309	14.086	+
Emisiones indirectas. Papel**	Tm CO <sub>2</sub>		N.D.	N.D.	1.071	+
Emisiones indirectas. Viajes	Tm CO <sub>2</sub>	(9)	N.D.	N.D.	5.199	+
<b>Eco eficiencia</b>						
Emisiones directas / empleado	Tm CO <sub>2</sub>	(10)	0,11	0,22	0,18	+
Emisiones / empleado. Consumo eléctrico	Tm CO <sub>2</sub>		2,05	1,48	1,27	+
Emisiones /empleado. Papel y viajes	Tm CO <sub>2</sub>	(11)	N.D.	N.D.	0,57	+
Agua consumida/empleado	m3		29	23	20	+
Papel consumido/empleado	Tm		0.18	0.18	0.17	+
Total energía consumida/empleado	kWh		5.850	5.925	5.794	+

El sistema de indicadores se ha elaborado en base a criterios GRI.

El cálculo de las emisiones de CO<sub>2</sub> se ha realizado en base a la metodología propuesta para el Sector Oficinas, por el GhG Protocol, del World Business Council for Sustainable Development

(\*) Durante el año 2011, MAPFRE ha desarrollado una amplia actuación de reutilización interna de equipos informáticos, que reduce el número de equipos fuera de uso.

(\*\*) El cálculo comprende las emisiones de CO<sub>2</sub> por consumo de papel normal y de papel reciclado y las emisiones evitadas por el papel enviado a reciclar.

El alcance de los datos corresponde a las entidades MAPFRE en España y a las áreas corporativas globales, con las precisiones que se indican en las notas a pie de página.

(1) Dato de MAPFRE EMPRESAS Y GLOBAL RISKS, a 31 de diciembre. En caso de coaseguro sólo se incluyen los datos que corresponden a la participación de MAPFRE. (2) En 2010 y 2011 sólo se incluye el dato de pólizas forestales que garantizan repoblación, lo que no es comparable con el dato de 2009.

(3) Los datos de pólizas de Plantas Fotovoltaicas corresponden a 30 de junio.

(4) Los datos disponibles de MAPFRE VIDA no son homogéneos con los de otras entidades ni con los propios del año anterior. Se ha procedido a efectuar una interpolación basada en datos totales de la Entidad en el presente año y los propios de negocio del año anterior.

(5) Dato de consumo de las compras proporcionados por la Subdirección General de Medios.

(6) Incluye los datos de los servicios médicos de atención a empleados y centros médicos del Grupo MAPFRE en España.

(7) Residuos de talleres generados en CESVIMAP, CESVIRECAMBIOS, Y TALLERES MULTISERVICAR DE AVILA, ALCALÁ Y TENERIFE.). Vehículos fuera de uso (VFU) tratados en CESVIRECAMBIOS.

(8) Datos proporcionados por MAPFRE RENTING, correspondientes a los vehículos de empresa.

(9) Datos correspondientes a los viajes de empresa, proporcionados por el proveedor corporativo.

(10) Incluyen las emisiones correspondientes a edificios y a vehículos de empresa.

(11) Incluyen las emisiones correspondientes al consumo de papel y viajes.



### INDICADORES 2011 SEGURO DIRECTO AMÉRICA

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	EE.UU.	México	Puerto Rico
<b>Energía</b>							
Consumo energía eléctrica (MWh) (1)	3.882,1	1.151,4	2.732,1	763,9	11.094,9	2.131,6	4.299,0
Consumo de Gas (m3) (1)	24.585,7	N.A.	29.743,3	N.A.	421.429,0	N.A.	N.A.
Consumo de gasóleo (L) (1)	1.259,1	3.920,8	960,0	N.A.	n/a	4.113,3	1.849,0
Total energía consumida (MWh) (1)	4.160,1	1.189,9	963,6	763,9	15.646,4	2.172,4	4.317,4
Consumo de agua (m3) (1)	3.011,0	12.540,0	12.689,4	2.664,0	28.290,0	4.655,0	9.549,5
Consumo de papel (Tm)	375,8	720,0	27,8	18,5	1.231,6	32,7	54,9
Emissiones directas (Tm CO2)	56,9	10,3	67,3	0,0	917,6	10,9	4,9
Emissiones indirectas consumo eléctrico. (Tm CO2)	2.084,7	33,6	1.311,4	207,8	7.189,5	1.055,1	2.923,3
<b>Gestión de Residuos</b>							
Papel reciclado (Tm)	19,2	32,1	2,5	18,5	167,8	1,0	32,0
Tóner reciclado (kg)	300,0	N.D.(3)	0,0	308,8(4)	1.495	N.D.	N.D.
Ordenadores y Equipos electrónicos (kg)	4.400,0	0,0	114,0	0,0	N.D.(5)	14.202,0	20.454,0
Pilas (kg)	0,0	565,0	0,0	0,0	2.177,0	0,0	N.D.(6)
Residuos sanitarios (kg)	583,8	N.A.	N.A.	25	N.A.	25	N.D.
Fluorescentes (kg)	0,0	300,0	0,0	0,0	1.105,0	N.D.	0,0
Residuos peligrosos totales (Tm)	10,5	0,03	N.A.	0,03	N.A.	0,02	N.D.
Total residuos gestionados (Tm) (2)	35,6	78,1	2,6	0,3	172,6	15,2	52,5
<b>Gestión de Residuos</b>							
Gastos e inversiones ambientales	18.702	124.177	N.D.	N.D.	38.033	N.D.	N.D.

N.A.: No aplica

(1) Consumo imputable a las entidades de MAPFRE

(2) No se incluyen los teléfonos Móviles

(3) Gestión de reciclado de tóner realizada por empresa externa. Datos no disponibles

(4) Dato proporcionado en unidades recicladas. Factor de conversión utilizado: 0,8 kg/ud.

(5) Su destino habitual es la donación.

(6) Se han incluido junto a equipos electrónicos.



6



# 6

## Información complementaria

### 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 aseguradoras<sup>1</sup>. El Informe da cobertura a las actuaciones empresariales de MAPFRE en el ámbito asegurador, a excepción del capítulo MAPFRE y sus empleados, cuya información, con carácter general, corresponde a todas las actividades que el Grupo MAPFRE desarrolla.

Este año se han incorporado los datos correspondientes al Grupo BANCO DO BRASIL-MAPFRE, que comenzó su actividad el 31 de mayo de 2011, y de MIDDLESEA.

#### 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 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 la nueva herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social implantada en el Grupo durante 2011.

1) 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.

#### 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 75-83), 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 ocho ejercicios se encuentran disponibles para su consulta en la página web del Grupo ([www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)).

#### 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 inclusividad<sup>2</sup>

En la elaboración de este Informe han participado representantes de las distintas Áreas Corporativas y Unidades de Negocio 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.

2) 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."

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 Gobierno Corporativo, incluido en el Informe de Gestión Consolidado (Págs. 42-75) (Publicado en la página Web corporativa [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com))

— Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE. (Publicado en la página Web [www.fundacionmapfre.com](http://www.fundacionmapfre.com))

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 G3.1 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](mailto:cbazanc@mapfre.com)

— La Dirección de Comunicación: [comunicacion@mapfre.com](mailto:comunicacion@mapfre.com)

— La Dirección de Medio Ambiente: [medioambiente@mapfre.com](mailto:medioambiente@mapfre.com)

— Y el Portal corporativo de MAPFRE: [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)



# Índice de indicadores GRI 2011

## 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
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
1.1	G	— Págs. 4-5; 13-23
1.2	G	— Págs. 4-5; 16-17 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 23-38; 41; 57-59
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
2.1	G	MAPFRE
2.2	G	— Págs. 35-49 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 185-227
2.3	G	— Págs. 7-11; 73 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 185-227
2.4	G	MAPFRE 1 Ctra. de Pozuelo nº 52 28222 – Majadahonda Madrid (España)
2.5	G	— Pág. 8 — Libro1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 185-227
2.6	G	— Págs. 7-11; 35-49 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 23-27; 185-227
2.7	G	— Págs. 7-11; 35-49 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 23-27; 185-227
2.8	G	— Págs. 10-11 — Libro1. Cuentas Anuales, Informe de Gestión consolidadas. Sociedades Filiales. Págs. 27; 78-181
2.9	G	— Págs. 73-74 — Libro1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 17; 34
2.10	G	— Págs. 19-20 — Libro1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Pág. 17
<b>PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>		
3.1	G	2011
3.2	G	Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2010 Informes locales de empresas del Grupo: MAPFRE ARGENTINA 2010; MAPFRE BRASIL 2010; MAPFRE COLOMBIA 2010; MAPFRE MÉXICO 2010; MAPFRE PUERTO RICO 2010.

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>		
3.3	G	Anual
3.4	G	— Pág. 74
<b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>		
3.5	G	
3.6	G	
3.7	G	— El Informe da cobertura a todas las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador en el que MAPFRE desarrolla sus principales actividades.
3.8	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 <a href="http://www.fundacionmapfre.com">www.fundacionmapfre.com</a>
3.9	G	— Págs. 4-5; 88
3.10	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	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.
<b>ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI</b>		
3.12	G	— Págs. 76-85
<b>VERIFICACIÓN</b>		
3.13	G	— Pág. 88
<b>GOBIERNO</b>		
4.1	G	— Pág. 11 — Código de Buen Gobierno ( <a href="http://www.mapfre.com">www.mapfre.com</a> ) — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 44-48



Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
4.2	G	— Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Pág. 51
4.3	G	— Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Pág. 46
4.4	G	— Págs. 32-33; 50 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Pág. 60
4.5	G	— Págs. 30-31 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 48-49; 66-67
4.6	G	— Pág. 11 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 43; 51; 54; 62 — 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
4.7	G	— Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 50; 60
4.8	G	— Principios Institucionales y empresariales del Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Págs. 4-5; 13-14; 25; 63
4.9	G	— Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Págs. 4-5; 16-17; 25; 73-74 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 54-59
4.10	G	— Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 50-51; 63-64

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
4.11	G	— Págs. 16-17 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 38; 41-42; 58; 77-151
4.12	G	— Págs. 4-5; 20-23; 50; 84 — 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. — Participación en el Informe del Carbon Disclosure Project y patrocinio como entidad colaboradora del Carbon Disclosure Project Iberia. (www.cdproject.net)
4.13	G	— Págs. 20-23
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
4.14	G	— Pág. 13 — La estructura del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE, dedica un capítulo a los siguientes partes interesadas: empleados, clientes, accionistas, a los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos y a los proveedores. Además, MAPFRE dedica un capítulo a su Dimensión Medioambiental. — En cada uno de estos capítulos, dedicados a las partes interesadas, se trata de forma específica los canales de relación o atención que MAPFRE tiene establecidos.
4.15	G	— Págs. 4-5; 13; 73-74 — Ver indicador 4.14
4.16	G	
4.17	G	

## 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
<b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>		
EC1	G	— Págs. 30-31 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 78-181 (Relacionado con el LA14; LA3)
EC2	G	— Págs. 16-17 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 39-40 (Relacionado con el EN3)
EC3	G	— Págs. 30-31 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 78-181 (Relacionado con el LA3)
EC4	G	— Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 78-181
<b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>		
EC5	G	— Págs. 30-31 (Relacionado con el LA14)
EC6	G	— Págs. 13; 57-61 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 78-92
EC7	G	Código de Buen Gobierno: — 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 pág. 33 (Altos Cargos de Representación y Dirección) pág. 55 (Altos Cargos) Política de Selección del grupo El 98% de los empleados de alta dirección y directivos que trabajan en las empresas del Grupo en el exterior son de origen local.
<b>IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS</b>		
EC8	NA	
EC9	NA	

## Indicadores de desempeño ambiental

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>MATERIALES</b>		
EN1	G	
EN2	E	— Pág. 65
<b>ENERGÍA</b>		
EN3	G	
EN4	G	— Págs. 65-66; 69-71
EN5	E	
EN6	E	— Págs. 65-66
EN7	E	
<b>AGUA</b>		
EN8	G	— Pág. 66
EN9	NA	
EN10	NA	
<b>BIODIVERSIDAD</b>		
EN11	G	
EN12	G	Los edificios sedes sociales de Entidades o de Direcciones Generales Territoriales del Grupo MAPFRE en España y de entidades de Seguro Directo en América, no se encuentran ubicados en espacios protegidos o en Áreas de Alta Diversidad no protegidas.
EN13	G	
EN14	G	

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
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 Los edificios sedes sociales de Entidades o de Direcciones Generales Territoriales del Grupo MAPFRE en España y de entidades de Seguro Directo en América, no se encuentran ubicados en espacios protegidos o en Áreas de Alta Diversidad no protegidas.
<b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>		
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	G — Págs. 65-66
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	E — Págs. 65-66; 69-71
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	E — Pág. 66
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	E — Pág. 66
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 — Págs. 66-67
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	G No tenemos constancia de que se hayan producido en 2011 derrames significativos en los establecimientos e instalaciones gestionadas por MAPFRE, ni de que se hayan activado, por tanto, planes de actuación de emergencia ambiental en dicho sentido.
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 Los edificios sedes sociales de Entidades o de Direcciones Generales Territoriales del Grupo MAPFRE en España y de entidades de Seguro Directo en América, no se encuentran ubicados en espacios protegidos o en Áreas de Alta Diversidad no protegidas.

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	G — Pág. 65
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	NA
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
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 2011.
<b>TRANSPORTE</b>		
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
<b>GENERAL</b>		
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	G — Págs. 65-67



## 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
<b>EMPLEO</b>		
LA1	G	
LA2	G	— Págs. 25-26
LA3	G	— Págs. 30-31
LA15	G	El 97,7% de las mujeres regresan al trabajo después de la baja por maternidad.
<b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b>		
LA4	G	— Págs. 32-33 (Relacionado con el LA1)
LA5	G	Se aplica lo dispuesto a la legislación vigente de cada país.
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>		
LA6	G	
LA7	G	— Págs. 33-34
LA8	G	
LA9	G	Relacionado con el LA6
<b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>		
LA10	G	
LA11	G	— Págs. 28-30
LA12	G	— Pág. 28

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>		
LA13	G	— Págs. 25-27; 31-32 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 42-47
<b>IGUALDAD SALARIAL</b>		
LA14	ND	— Págs. 30-31
<b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b>		
HR1	G	— Págs. 14-17 — Código Ético y de Conducta (Art. 3.2.3) de aplicación en todo el Grupo
HR2	G	
HR3	G	— Págs. 28-30; 32 Relacionado con el S03
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>		
HR4	G	



Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>		
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. 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.
<b>TRABAJO INFANTIL</b>		
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 Ético y de 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. — Págs. 4-5; 14-17; 32-33 — Informe de Progreso del Pacto Mundial ( <a href="http://www.pactomundial.org">www.pactomundial.org</a> ) — Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX; DJSI
<b>TRABAJOS FORZADOS</b>		
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 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 Ético y de 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. — Págs. 4-5; 14-17; 32-33 — Informe de Progreso del Pacto Mundial ( <a href="http://www.pactomundial.org">www.pactomundial.org</a> ) — Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX; DJSI
<b>PRACTICAS DE SEGURIDAD</b>		
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 y Puerto Rico.
<b>DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	G No se tiene constancia de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. — Informe de Progreso del Pacto Mundial — Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX; DJSI
<b>EVALUACIÓN</b>		
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	G
<b>MEDIDAS CORRECTIVAS</b>		
HR11	Número total de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, abordadas y resueltas a través de los mecanismos de queja formal.	G — Pág. 32 Relacionado con los indicadores HR5, HR6, HR7

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>COMUNIDAD LOCAL</b>		
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 en las comunidades. 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 — Págs. 4-5; 14-17 — Informe de Progreso del Pacto Mundial — Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX; DJSI
S09	Porcentaje de las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales	NA
S10	Medidas de prevención y de mitigación aplicadas en las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales	NA
<b>CORRUPCIÓN</b>		
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	G — Págs. 14-17
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	G — Pág. 16
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 comportamiento dentro de la organización.
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>		
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. <a href="http://www.mapfre.com">www.mapfre.com</a> .
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.
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>		
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. Actualmente, este recurso continúa su curso en la Audiencia Nacional.
<b>CUMPLIMIENTO</b>		
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	G Valor monetario no significativo — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 78-181 Relacionado con los siguientes indicadores: HR4, HR9; S07; PR4, PR8, PR9.

## 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
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR1	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	NA	
<b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
PR3	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. — Págs. 14-15
PR4	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	G	— Págs. 47-49
<b>MARKETING</b>		
PR6	G	MAPFRE aplica en todo el Grupo lo dispuesto en la Guía de Buenas prácticas en materia de transparencia y publicidad de UNESPA
PR7	G	No tenemos constancia de que se hayan producido demandas por 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.

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR8	G	En 2011, el Grupo MAPFRE ha sido notificado de un único expediente sancionador por temas relacionados con la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) que está pendiente de resolución por la Agencia de Protección de Datos.  Asimismo se ha dictado Sentencia en un procedimiento judicial pendiente del año 2009, estimando parcialmente la demanda y reduciendo la sanción impuesta a un 34% de su importe inicial.  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, con especial énfasis en la adaptación al Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
PR9	G	Relacionado con el indicador PR4

## Indicadores GRI 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
<b>IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
FS1	G	— Págs. 4-5; 14-17; 63-65
FS2	G	— Págs. 16-17 — Libro 1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Pág. 38
FS3	G	
FS4	G	— Págs. 28-30; 68
FS5	G	— Págs. 35-38; 43; 50
<b>CARTERA DE PRODUCTO</b>		
FS6	G	— Págs. 35-49 — Libro1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 185-224
FS7	G	— Págs. 41-42
FS8	ND	No disponemos de la información tal y como requiere este indicador. — Pág. 43
<b>AUDITORÍA</b>		
FS9	G	— Págs. 4-5; 14-17 — Libro1. Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Sociedades Filiales. Págs. 58; 141-143
<b>GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD</b>		
FS10	ND	No se dispone de la información tal y como la solicita este indicador
FS11	NA	
FS12	NA	

Indicador GRI	Alcance información y verificación	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>COMUNIDAD</b>		
FS13	G	— Págs. 7-12
FS14	G	— Págs. 35-38; 41-42
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>		
FS15	G	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 la guía de Discapacidad de UNESPA y en el resto del Grupo las guías de autorregulación correspondientes en este ámbito a cada país. — Págs. 14-15; 25
<b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b>		
FS16	G	MAPFRE, a través del Instituto del Seguro de la FUNDACIÓN MAPFRE, y con su colaboración, promueve y fomenta el conocimiento del seguro ( <a href="http://www.fundacionmapfre.com">www.fundacionmapfre.com</a> ) — Págs. 28-30

## 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	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>- No discriminación: HR4</li> <li>- Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6,</li> <li>- Trabajos forzados: HR7</li> <li>- Prácticas de seguridad: HR8</li> <li>- Derechos de los indígenas: HR9</li> <li>- Relación Empresa/Trabajadores: LA4</li> <li>- Salud y seguridad en el trabajo: LA6-LA9</li> <li>- Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14</li> <li>- Política Pública: S05</li> <li>- Salud y seguridad del cliente: PR1, PR2,</li> <li>- Privacidad del cliente: PR8.</li> </ul> <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC5</p>	<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p><b>Objetivo 3:</b> Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p><b>Objetivo 4:</b> Reducir la Mortalidad Infantil</p> <p><b>Objetivo 5:</b> Fomentar la salud materna</p> <p><b>Objetivo 6:</b> Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades</p> <p><b>Objetivo 8:</b> Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>
	2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>- No discriminación: HR4</li> <li>- Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6,</li> <li>- Trabajos forzados: HR7</li> <li>- Prácticas de seguridad: HR8</li> <li>- Derechos de los indígenas: HR9</li> <li>- Evaluación: HR10</li> <li>- Medidas correctivas: HR11</li> <li>- Política Pública: S05</li> </ul>	
DERECHOS LABORALES	3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relación Empresa/Trabajadores: LA4-LA5</li> <li>- Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>- Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5</li> <li>- Política Pública: S05</li> </ul>	<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p><b>Objetivo 3:</b> Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p><b>Objetivo 8:</b> Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>
	4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>- Trabajos forzados: HR7</li> <li>- Política Pública: S05</li> </ul>	<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p><b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p><b>Objetivo 4:</b> Reducir la Mortalidad Infantil</p>
	5. Erradicar el trabajo infantil	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>- Libertad de asociación y convenios colectivos: HR6</li> <li>- Política Pública: S05</li> </ul>	<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p><b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p><b>Objetivo 3:</b> Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p>
	6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Empleo: LA2, LA15</li> <li>- Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14</li> <li>- Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>- No discriminación: HR4</li> <li>- Política Pública: S05</li> </ul> <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC7</p>	<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p><b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p><b>Objetivo 3:</b> Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p><b>Objetivo 8:</b> Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>

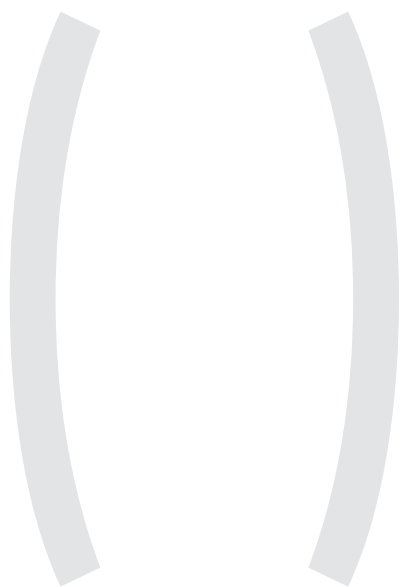
ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3*	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
MEDIO AMBIENTE	7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	<p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2</p> <p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Emisiones, vertidos y residuos: EN18</li> <li>- Productos y servicios: EN26</li> <li>- General: EN30,</li> </ul> <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Política Pública: S05</li> </ul>	<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p><b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p><b>Objetivo 4:</b> Reducir la Mortalidad Infantil</p> <p><b>Objetivo 7:</b> Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente</p>
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	<p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales: EN1, EN2</li> <li>- Energía: EN3-EN7</li> <li>- Agua: EN8-EN10</li> <li>- Biodiversidad: EN11-EN15</li> <li>- Emisiones, vertidos y residuos: EN16-EN25</li> <li>- Productos y servicios: EN26, EN27</li> <li>- Cumplimiento normativo: EN28</li> <li>- Transporte: EN29</li> <li>- General: EN30</li> </ul> <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Política Pública: S05</li> <li>- Etiquetado de productos y servicios: PR3, PR4.</li> </ul>	<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p><b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p><b>Objetivo 4:</b> Reducir la Mortalidad Infantil</p> <p><b>Objetivo 7:</b> Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente</p>
	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente	<p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales: EN2</li> <li>- Energía: EN5-EN7</li> <li>- Agua: EN10</li> <li>- Emisiones, vertidos y residuos: EN18</li> <li>- Productos y servicios: EN26, EN27</li> <li>- General: EN30</li> </ul> <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Política Pública: S05</li> </ul>	<p><b>Objetivo 7:</b> Garantizar la Sostenibilidad del Medio</p>
ANTICORRUPCIÓN	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunidad: S02-S04</li> <li>- Política Pública: S05-S06</li> </ul>	<p><b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p><b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p><b>Objetivo 8:</b> Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>

[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](http://www.globalreporting.org)]



## Informe de Verificación Externa

---





## INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2011

A la Dirección de MAPFRE, S.A.

### Ambito del trabajo:

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2011, a nivel global, a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1 (G3) y el suplemento sectorial financiero.

El perímetro considerado por Mapfre para la elaboración de su Informe Anual de Responsabilidad Social 2011 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 2011, 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 2010.

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.
- Revisión de las actas emitidas por el Consejo de Administración y los Comités relacionados con los diferentes aspectos de la Responsabilidad Social.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE 2011 a los estándares del GRI.
- 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 2011 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información para las actividades de MAPFRE realizadas en España, Argentina, Brasil, Colombia, México, Puerto Rico, Chile y EE.UU., 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 2011, 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), tal y como se indica en el mismo.
- 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, 6 de febrero de 2012

**ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2011**

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO				
ASPECTO	IND	ALC	P.V.	CA P
Desempeño Económico	EC1	G	CA	4
	EC2	G	CA	4
	EC3	G	CA	4
	EC4	G	CA	4
Promoción en el mercado	EC5	G	SI	4.1
	EC6	G	PRCA	4
	EC7	G	SIPE	4.1
Impactos ambientales	EC8	n.a.	n.a.	-
	EC9	n.a.	n.a.	-
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				
ASPECTO	IND	ALC	P.V.	CA P
Atmósfera	EN1	G	FE	3
	EN2	E	FE	3
	EN3	G	FE	3
	EN4	G	FE	3
Energía	EN5	E	SI	3
	EN6	G	FE	3
	EN9	n.a.	n.a.	-
Agua	EN10	n.a.	n.a.	-
	EN11	G	DE	3
Resiliencia	EN12	G	DE	3
	EN13	G	DE	3
	EN14	G	DE	3
	EN15	G	DE	3
	EN16	G	SI	3
Emisiones Verticales y Residuos	EN17	E	SI	3
	EN18	E	SI	3
	EN19	E	FE	3
	EN20	n.a.	n.a.	-
	EN21	n.a.	n.a.	-
	EN22	G	FE	3
	EN23	G	DE	3
	EN24	n.a.	n.a.	-
	EN25	G	DE	3
	EN26	G	SI	3
Productos y Servicios	EN27	n.a.	n.a.	-
	EN28	G	DE	3
Cumplimiento Normativo	EN29	n.a.	n.a.	-
	EN30	G	FE	3
INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL				
PRÁCTICAS LABORALES Y DE TRABAJO DECENTE				
ASPECTO	IND	ALC	P.V.	CA P
Empleo	LA1	G	SIPE	4.1
	LA2	G	SIPE	4.1
	LA3	G	SIPE	4.1
	LA14	G	SI	4.1
Relación Empresa-Trabajadores	LA4	G	SIPE	4.1
	LA5	G	PP	4.1
Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	G	SI	4.1
	LA7	G	DE	4.1
	LA8	G	SIPE	4.1
Formación y Educación	LA9	G	SI	4.1
	LA10	G	SIPE	4.1
Igualdad de Oportunidades	LA11	G	SI	4.1
	LA12	G	SI	4.1
Igualdad de remuneración	LA13	G	CA/ SIPE	4.1
	LA14	n.a.	n.a.	-

DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				
ASPECTO	IND	ALC	P.V.	CA P
Políticas de Inversión y Abastecimiento	MR1	G	SIPE	3
	MR2	G	SI	3
	MR3	G	SIPE	3.1
No discriminación	MR4	G	PRCO	4.1
	MR5	G	SIPE	4.1
Especificación Industrial	MR6	G	FE	4.1
	MR7	G	SIPE	4.1
Políticas de seguridad	MR8	G	FE	4.1
	MR9	G	SIPE	4.1
Valoración del riesgo	MR10	G	SIPE	4.1
	MR11	G	PRCO	4.1
SOCIEDAD				
ASPECTO	IND	ALC	P.V.	CAP
Comunidad	SC1	n.a.	n.a.	-
	SC2	n.a.	n.a.	-
Corrupción	SC3	n.a.	n.a.	-
	SC4	G	SI	4.2 y 4.3
	SC5	G	SI	4.2 y 4.3
Política Pública	SC6	G	DE	4.2 y 4.3
	SC7	G	DE	4.2 y 4.3
Compromisos corporativos	SC8	G	DE	4.2 y 4.3
	SC9	G	DE	4.2 y 4.3
RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO				
ASPECTO	IND	ALC	P.V.	CAP
Salud y seguridad del cliente	PR1	n.a.	n.a.	-
	PR2	n.a.	n.a.	-
Especificación de Productos y Servicios	PR3	G	PRCO	4.1
	PR4	G	DE	4.1
	PR5	G	SI	4.1
Comunicaciones y de Marketing	PR6	G	SIPE	4.1
	PR7	G	SI/DE	4.1
Privacidad del Cliente	PR8	G	SIPE	4.1
	PR9	G	SI/DE	4.1
Compromisos Normativos	PR10	G	SI/DE	4.1
	PR11	G	SI/DE	4.1

SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO				
AMBITO SOCIAL Y REGULATORIO				
ASPECTO	IND	ALC	P.V.	CAP
Impacto de productos y servicios	FS1	G	PP	3 y 4
	FS2	G	PRCO	3 y 4
	FS3	G	COSE	3 y 4
Cartera de productos	FS4	G	SIPE	3 y 4
	FS5	G	SI	4.1 y 4.2
	FS6	G	CA	4.1
Auditoría	FS7	G	SI/CA	4.1
	FS8	n.a.	n.a.	-
	FS9	G	SIPE	3 y 4
Gestión activa de la propiedad	FS10	n.a.	n.a.	-
	FS11	n.a.	n.a.	-
	FS12	n.a.	n.a.	-
Transparencia	FS13	G	SI	3
	FS14	G	SI	4.1
Seguridad del cliente	FS15	G	PP	3 y 4.1
	FS16	G	SIPE	4.1

CAPÍTULO	CONTENIDO
Cap. 2	Información General
Cap. 3.01	Principales riesgos económicos
Cap. 3	Mapfre y la Responsabilidad Social
Cap. 4	Dimensión Social de Mapfre
Cap. 4.1	Mapfre y sus empleados
Cap. 4.2	Mapfre y sus clientes
Cap. 4.3	Mapfre y sus acciones
Cap. 4.4	Mapfre y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos
Cap. 5	Diversión medioambiental de Mapfre
Cap. 6.1	Índice de indicadores GRI
Cap. 6.2	Principios del Pacto Mundial y objetivos de desarrollo del sector

LEYENDA Prácticas laborales y de trabajo decente	CA	Verificación con Cuentas Anuales Consolidadas	DE	Obtención de declaración expresa del responsable de los servicios correspondientes. Coherente con la información recogida.
	FE	Revisión mediante pruebas de muestra con bases estrictas.	EI	Revisión mediante pruebas de muestra con bases estrictas (verbo a las Unidades de Negocio).
	SI	Revisión mediante pruebas de muestra con bases de replicación de información (verbo).	CG	Verificación de su inclusión en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE.
	PP	Verificación de la existencia de Políticas Sociales y Procedimientos.	n.a.	Verificación de la existencia de los criterios utilizados para su consideración como "no aplicable" a los actividades desarrolladas por MAPFRE.
	PM	Verificación de su inclusión en los Principios del Pacto Mundial.	n.a.	Indicadores de aplicación a las actividades de MAPFRE para los cuales no se dispone de información.

GRI: Indicadores  
 ALC: Alcanzados  
 P.V.: Pruebas de Verificación  
 CA P: Cuentas Anuales Consolidadas  
 SI: Simple Sample  
 SIPE: Simple Sample

**ANEXO II: TABLA DE INDICADORES POR PAISES**

INDICADORES DE ARGENTINA						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO	Desempleo crónico	PUNTO DE LABORABLES Y TRABAJOS DECEJES	Despleg	Categorías	800	
					801	
					802	
					803	
					804	
					805	
	Prestación del servicio	Relación Empresa Trabajadores	Compromisos Compromiso Social	Compromiso Transparencia	806	
					807	
					808	
					809	
					810	
					811	
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL	Sostenibilidad	Salud y Seguridad en el Trabajo	RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	Disponibilidad de Productos y Servicios	812	
					813	
					814	
					815	
					816	
					817	
	Energía	Formación y Educación	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	COMPLEMENTO DEL SECTOR FINANCIERO	Comercio de Productos y Servicios	818
						819
						820
						821
						822
						823
Agua	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	MEDIO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	824	
					825	
					826	
					827	
					828	
					829	
Sostenibilidad	Prácticas de Comercio y Abastecimiento	Sostenibilidad Social y Medioambiental	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	830	
					831	
					832	
					833	
					834	
					835	
Productos y Servicios	Libertad de Asociación e Elecciones Colegiadas	Sostenibilidad Social y Medioambiental	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	836	
					837	
					838	
					839	
					840	
					841	
Evaluaciones Transparencia	Evaluaciones Internas	Sostenibilidad Social y Medioambiental	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	842	
					843	
					844	
					845	
					846	
					847	
Gestión Ambiental	Evaluaciones Externas	Sostenibilidad Social y Medioambiental	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	848	
					849	
					850	
					851	
					852	
					853	

INDICADORES DE CHILE						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO	Desempleo crónico	PUNTO DE LABORABLES Y TRABAJOS DECEJES	Despleg	Categorías	800	
					801	
					802	
					803	
					804	
					805	
	Prestación del servicio	Relación Empresa Trabajadores	Compromisos Compromiso Social	Compromiso Transparencia	Puntos Puntos	806
						807
						808
						809
						810
						811
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL	Sostenibilidad	Salud y Seguridad en el Trabajo	RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	Disponibilidad de Productos y Servicios	812	
					813	
					814	
					815	
					816	
					817	
	Energía	Formación y Educación	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	COMPLEMENTO DEL SECTOR FINANCIERO	Comercio de Productos y Servicios	818
						819
						820
						821
						822
						823
Agua	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	MEDIO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	824	
					825	
					826	
					827	
					828	
					829	
Sostenibilidad	Prácticas de Comercio y Abastecimiento	Sostenibilidad Social y Medioambiental	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	830	
					831	
					832	
					833	
					834	
					835	
Productos y Servicios	Libertad de Asociación e Elecciones Colegiadas	Sostenibilidad Social y Medioambiental	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	836	
					837	
					838	
					839	
					840	
					841	
Evaluaciones Transparencia	Evaluaciones Internas	Sostenibilidad Social y Medioambiental	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	842	
					843	
					844	
					845	
					846	
					847	
Gestión Ambiental	Evaluaciones Externas	Sostenibilidad Social y Medioambiental	Impacto de Productos y Servicios	Categorías de Productos	848	
					849	
					850	
					851	
					852	
					853	

INDICADORES DE PUERTO RICO					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONOMICO</b>		<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL</b>		<b>NOVEDAD</b>	
Desarrollo economico	011	<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DELENTE</b>		Empleabilidad	010
	012	Empleabilidad	0.11		011
	013		0.12		012
	014		0.13	013	
Reforma del mercado	017	Relación Empresa Trabajadores	0.14	Compromiso Compromiso Social	016
	018		0.15		017
	019		0.16		018
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTALES</b>			0.17	<b>RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>	
Innovación	020	Salud y Seguridad en el Trabajo	0.18	Seguridad de Productos y Servicios	019
	021		0.19		020
	022		0.20		021
Energía	024	Formación y Educación	0.21	Comunicaciones de Marketing	022
	025		0.22		023
	026		0.23		024
	027		0.24		025
Sostenibilidad	030	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	0.25	Responsabilidad del Cliente	026
	031		0.26		027
	032		0.27		028
	033		0.28		029
Asesoría, Tecnología y Recursos	034	<b>INDICADOR DE INNOVACION</b>		<b>ROL DEL SECTOR FINANCIERO</b>	
	035	Prácticas de Inversión y Abastecimiento	030	<b>LABOR SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL</b>	
	036		031	Seguros y Productos y Servicios	030
	037		032		031
	038	033	032		
	Productos y Servicios	039	Libertad de Asociación e Comercio Exterior	034	
040		Empresas Internas	035		034
Compromiso Comunitario	043	Talento Humano	037	Cadena de Productos	036
	044	Prácticas de Seguridad	038		037
	045	039	038		
	046	Calificación del Riesgo	040	Auditoría	039
	047	Resolución Conflicto	041		040
	048	042	041		
				Comunicación de Marketing	042
					043

INDICADORES DE COLOMBIA					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONOMICO</b>		<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL</b>		<b>NOVEDAD</b>	
Desarrollo economico	011	<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DELENTE</b>		Empleabilidad	010
	012	Empleabilidad	0.11		011
	013		0.12		012
	014		0.13	013	
Reforma del mercado	017	Relación Empresa Trabajadores	0.14	Compromiso Compromiso Social	016
	018		0.15		017
	019		0.16		018
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTALES</b>			0.17	<b>RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>	
Innovación	020	Salud y Seguridad en el Trabajo	0.18	Seguridad de Productos y Servicios	019
	021		0.19		020
	022		0.20		021
Energía	024	Formación y Educación	0.21	Comunicaciones de Marketing	022
	025		0.22		023
	026		0.23		024
	027		0.24		025
Sostenibilidad	030	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	0.25	Responsabilidad del Cliente	026
	031		0.26		027
	032		0.27		028
	033		0.28		029
Asesoría, Tecnología y Recursos	034	<b>INDICADOR DE INNOVACION</b>		<b>ROL DEL SECTOR FINANCIERO</b>	
	035	Prácticas de Inversión y Abastecimiento	030	<b>LABOR SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL</b>	
	036		031	Seguros y Productos y Servicios	030
	037		032		031
	038	033	032		
	Productos y Servicios	039	Libertad de Asociación e Comercio Exterior	034	
040		Empresas Internas	035		034
Compromiso Comunitario	043	Talento Humano	037	Cadena de Productos	036
	044	Prácticas de Seguridad	038		037
	045	039	038		
	046	Calificación del Riesgo	040	Auditoría	039
	047	Resolución Conflicto	041		040
	048	042	041		
				Comunicación de Marketing	042
					043

INDICADORES DE MÉXICO							
ASPECTO	ISO	ASPECTO	ISO	ASPECTO	ISO		
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		NOXIOSAS			
Estrategia económica	EC1	PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE	Empleo	Comercio	EC2		
	EC2				EC3		
	EC3				EC4		
	EC4				EC5		
Diversidad del mercado	EC6	Relación Empresa Trabajadores	EC6	Compromisos Compromiso Social	EC7		
	EC7		EC7	Compromiso Transparencia	EC8		
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO			
Gestión	ES1	Salud y Seguridad en el Trabajo	ES1	Disponibilidad de Productos y Servicios	ES2		
	ES2		ES3				
ES3	ES4						
ES4	ES5						
Sostenibilidad	ES6	Formación y Educación	ES6	Comunicaciones de Marketing	ES7		
	ES7		ES8				
	ES8	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	ES8	Privacidad del Cliente	ES9		
	ES9		ES9				
	ES10		ES10				
Innovación, Ventas y Productos	ES11	MERCADO EDUCACIONAL	ES11	SOLUCIONES QUE SE OBTIENEN DEL SECTOR EDUCACIONAL	ES11		
	ES12		Prácticas de Inversión y Abastecimiento		ES12	IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	ES12
	ES13				ES13		
	ES14				ES14		
	ES15				ES15		
Productos y Servicios	ES16	Libertad de Asociación y Comercio Exterior	ES16	Impacto de Productos y Servicios	ES16		
	ES17		ES17				
	ES18		ES18				
Compromiso Transparencia	ES19	Trabajo Decentado	ES19	Cadena de Productos	ES19		
	ES20		ES20				
	ES21		ES21				
	ES22		ES22				
	ES23		ES23				
		Defensa de los Intereses	ES24	Industria	ES24		
		Transparencia del Negocio	ES25	Comercio	ES25		
		Resolución Conflicto	ES26	Salud y Seguridad del Cliente	ES26		
				Comunicaciones de Marketing	ES27		

INDICADORES DE EE.UU.							
ASPECTO	ISO	ASPECTO	ISO	ASPECTO	ISO		
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		NOXIOSAS			
Estrategia económica	EC1	PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE	Empleo	Comercio	EC2		
	EC2				EC3		
	EC3				EC4		
	EC4				EC5		
Diversidad del mercado	EC6	Relación Empresa Trabajadores	EC6	Compromisos Compromiso Social	EC7		
	EC7		EC7	Compromiso Transparencia	EC8		
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO			
Gestión	ES1	Salud y Seguridad en el Trabajo	ES1	Disponibilidad de Productos y Servicios	ES2		
	ES2		ES3				
ES3	ES4						
ES4	ES5						
Sostenibilidad	ES6	Formación y Educación	ES6	Comunicaciones de Marketing	ES7		
	ES7		ES8				
	ES8	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	ES8	Privacidad del Cliente	ES9		
	ES9		ES9				
	ES10		ES10				
Innovación, Ventas y Productos	ES11	MERCADO EDUCACIONAL	ES11	SOLUCIONES QUE SE OBTIENEN DEL SECTOR EDUCACIONAL	ES11		
	ES12		Prácticas de Inversión y Abastecimiento		ES12	IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	ES12
	ES13				ES13		
	ES14				ES14		
	ES15				ES15		
Productos y Servicios	ES16	Libertad de Asociación y Comercio Exterior	ES16	Impacto de Productos y Servicios	ES16		
	ES17		ES17				
	ES18		ES18				
Compromiso Transparencia	ES19	Trabajo Decentado	ES19	Cadena de Productos	ES19		
	ES20		ES20				
	ES21		ES21				
	ES22		ES22				
	ES23		ES23				
		Defensa de los Intereses	ES24	Industria	ES24		
		Transparencia del Negocio	ES25	Comercio	ES25		
		Resolución Conflicto	ES26	Salud y Seguridad del Cliente	ES26		
				Comunicaciones de Marketing	ES27		

INDICADORES DE BRASIL					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>		<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL</b>		<b>SOCIEDAD</b>	
Desarrollo sostenible	EC1	<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>		Comunidad	SC1
	EC2	Emprego	LA1		SC2
	EC3		LA2		SC3
	EC4		LA3		SC4
Eficiencia del mercado	EC5	Relación Empresa Trabajadores	LA4	Pólizas Públicas	SC5
	EC6		LA5	Compensación Compensación Social	SC6
	EC7		LA6	Condiciones Económicas	SC7
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL</b>				<b>RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>	
Gestión	EA1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA7	Disponibilidad Productos y Servicios	PC1
	EA2		LA8		PC2
Energía	EA3		Formación y Educación	LA9	Comunicación de Marketing
	EA4	LA10		PC4	
Ingeniería	EA5	Diversidad e Igualdad de Oportunidades		LA11	Privacidad del Cliente
	EA6		LA12	PC6	
	EA7		LA13	PC7	
	EA8	LA14	PC8		
Sostenibilidad	EA9	<b>SEGURIDAD DEL PRODUCTO</b>		<b>REFLEXIÓN DEL SECTOR FINANCIERO</b>	
	EA10	Prácticas de Comercio y Abastecimiento	SC9	<b>GOBIERNO SOCIAL Y MEDIO AMBIENTE</b>	
	EA11		SC10	Impacto de Productos y Servicios	SC11
	EA12		SC11		SC12
EA13	SC12	SC13			
Innovación, Ventas y Marketing	EA14	SC13	SC14	Libertad de Asociación y Ejercicio Económico	SC14
	EA15	SC14	SC15		SC15
	EA16	SC15	SC16		SC16
	EA17	SC16	SC17		SC17
Productos y Servicios	EA18	SC17	SC18	Ejemplares Vendidos	SC18
Compensación Económica	EA19	SC18	SC19		Prácticas de Seguridad
Función Ambiental	EA20	SC19	SC20	SC20	
		SC21	SC21	SC21	SC21
		SC22	SC22	SC22	SC22
		SC23	SC23	SC23	SC23
		SC24	SC24	SC24	SC24
		SC25	SC25	SC25	SC25
		SC26	SC26	SC26	SC26
		SC27	SC27	SC27	SC27
		SC28	SC28	SC28	SC28
		SC29	SC29	SC29	SC29
		SC30	SC30	SC30	SC30
		SC31	SC31	SC31	SC31
		SC32	SC32	SC32	SC32
		SC33	SC33	SC33	SC33
		SC34	SC34	SC34	SC34
		SC35	SC35	SC35	SC35
		SC36	SC36	SC36	SC36
		SC37	SC37	SC37	SC37
		SC38	SC38	SC38	SC38
		SC39	SC39	SC39	SC39
		SC40	SC40	SC40	SC40
		SC41	SC41	SC41	SC41
		SC42	SC42	SC42	SC42
		SC43	SC43	SC43	SC43
		SC44	SC44	SC44	SC44
		SC45	SC45	SC45	SC45
		SC46	SC46	SC46	SC46
		SC47	SC47	SC47	SC47
		SC48	SC48	SC48	SC48
		SC49	SC49	SC49	SC49
		SC50	SC50	SC50	SC50
		SC51	SC51	SC51	SC51
		SC52	SC52	SC52	SC52
		SC53	SC53	SC53	SC53
		SC54	SC54	SC54	SC54
		SC55	SC55	SC55	SC55
		SC56	SC56	SC56	SC56
		SC57	SC57	SC57	SC57
		SC58	SC58	SC58	SC58
		SC59	SC59	SC59	SC59
		SC60	SC60	SC60	SC60







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:



Fuente: European BREF (datos sobre la fibra virgen).  
Datos de la huella de carbono auditado por Carbon Neutral Company.

Diseño y maquetación: **TAU DISEÑO**  
**WWW.TAUDESIGN.COM**

Imprime: **MONTERREINA**

Depósito legal: M- 9564-2012