



 **MAPFRE**

Responsabilidad  
Social

INFORME ANUAL

2014





## CONTENIDOS

<b>1. Carta del Presidente</b>	<b>5</b>	<b>5. Dimensión medioambiental de MAPFRE</b>	<b>119</b>
<b>2. Información general</b>	<b>9</b>	5.1 DIEZ AÑOS DE MEJORA CONTINUA	120
2.1 PRESENCIA INTERNACIONAL	10	5.2 COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD	122
2.2 ORGANIGRAMA CORPORATIVO 2014	12	5.3 LA MATERIALIDAD DE LA DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL	124
2.3 PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS	13	5.4 MODELO DE DESARROLLO: EL SIGMAYE	126
2.4 ÓRGANOS DE GOBIERNO	16	5.5 ECOEFICIENCIA: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS	127
<b>3. MAPFRE y la responsabilidad social</b>	<b>19</b>	5.6 GESTIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO	132
3.1 MATERIALIDAD Y STAKEHOLDERS	19	5.7 PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD	138
3.2 EL MODELO Y LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	28	5.8 INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES	139
3.3 LA ACTUACIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE DE MAPFRE	30	5.9 CONSECUCCIÓN DE RESULTADOS 2014 Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN	142
3.3.1 Compromisos Internacionales con el desarrollo sostenible	30	5.10 INDICADORES DE DESEMPEÑO	145
• Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	31	<b>6. Información complementaria</b>	<b>147</b>
• Principios para la Sostenibilidad en Seguros e indicadores GRI de MAPFRE	35	6.1 PRINCIPIOS SEGUIDOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME CORPORATIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	147
3.3.2 Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno.	37	6.2 GRI MATERIALITY DISCLOSURES ICON E ÍNDICE DE INDICADORES GRI4	149
3.3.3 Medidas de prevención y cumplimiento a disposición de los empleados.	44	6.3 INFORME DE VERIFICACIÓN EXTERNA	174
3.3.4 Principales asociaciones	49		
<b>4. Dimensión social de MAPFRE</b>	<b>57</b>		
4.1 MAPFRE Y SUS EMPLEADOS	57		
4.2 MAPFRE Y SUS CLIENTES	78		
4.3 MAPFRE Y SUS ACCIONISTAS	100		
4.4 MAPFRE Y LOS PROFESIONALES Y ENTIDADES QUE COLABORAN EN LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS	104		
4.5 MAPFRE Y SUS PROVEEDORES	109		
4.6 MAPFRE Y LA SOCIEDAD	112		



# 1

## Carta del Presidente

Estimado lector,

La publicación de una memoria anual de Responsabilidad Social es mucho más que un balance de lo realizado en el ejercicio anterior. Para las empresas comprometidas con la sociedad, como es el caso de MAPFRE, es también un ejercicio de alta exigencia sobre la labor que hemos desarrollado, la capacidad de haber trasladado ese esfuerzo a la sociedad y, sobre todo, la reflexión sobre cuáles deben ser los aspectos en los que debemos mejorar en los próximos años.

Esta exigencia es la que nos ha llevado a publicar el Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE bajo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su última versión nº 4. Incorporamos un ejercicio de materialidad, es decir, de identificación de asuntos relevantes para la empresa y para nuestros grupos de interés. Ha sido un proceso muy enriquecedor, en el continuaremos avanzando en este ejercicio, que nos ha permitido conocer la valoración de nuestros empleados, clientes y proveedores en España, Brasil, Colombia, México y Puerto Rico, en relación a dieciocho cuestiones como, la calidad de productos y servicios, la igualdad, la transparencia, la seguridad, el cumplimiento en materia fiscal y, entre otras, el empleo.

Tanto el proceso de materialidad, como los indicadores correspondientes a la relación con nuestros grupos de

interés, han sido certificados oficialmente por GRI, como demuestra la obtención del sello “Materiality Disclosures Service”. Además, para el reporte, hemos optado por la versión Exhaustiva y, como cada año, hemos verificado su contenido de forma independiente con la firma de consultoría Ernst&Young (EY).

En relación al ejercicio 2014, pese a que ha sido un año muy complejo en lo económico y en lo social, MAPFRE ha conseguido unos magníficos resultados con unos ingresos consolidados de 26.367 millones de euros. El Grupo ha mejorado la eficiencia en la gestión del negocio y de sus riesgos, y ha asumido y atendido adecuadamente los compromisos derivados de la actividad aseguradora. Somos, por tanto, un Grupo solvente.

Pero más allá de los buenos resultados, que permiten generar valor a los accionistas, el Grupo mantiene un año más su compromiso de seguir utilizando el gran potencial de MAPFRE como aseguradora global de confianza, para impulsar el desarrollo en las regiones y sociedades donde estamos presentes.

Esta Memoria incorpora el desempeño de MAPFRE como grupo socialmente responsable, y se complementa con la información publicada en la web corporativa, en el Informe Anual de Cuentas y de Gobierno Corporativo, y en el Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE.

En esencia, es un ejercicio de transparencia, de reconocimiento al valor compartido de MAPFRE y sus grupos de interés, principalmente los empleados, accionistas, clientes, distribuidores, proveedores y también la sociedad.

A continuación, me gustaría destacar algunos de los aspectos más relevantes:

— MAPFRE ha obtenido, por tercer año consecutivo, el nivel “Advanced” en su Informe de Progreso, mostrando un desempeño positivo constante en la incorporación en el negocio, y la promoción, de los diez principios del Global Compact (Pacto Mundial). Renovamos públicamente nuestro compromiso con esta iniciativa, en la que llevamos 10 años de forma continuada, y por ende, el respeto a los Derechos Humanos, reconocidos en la Declaración Universal y en los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

— Hemos llevado a cabo la primera fase de revisión de nuestros grupos de interés, que concluirá en 2015 con el análisis de los mismos en cada país, para mejorar nuestro compromiso de generar relaciones estables y de equidad con todos ellos.

— Hemos ampliado la información relativa a los factores y riesgos ambientales, sociales y de gobernanza, conocidos por sus siglas ASG (ESG en inglés). Esta gestión nos permite minimizar el impacto negativo/ desfavorable que nuestra actividad pudiera generar en la sociedad.

— Durante 2014, MAPFRE ha continuado creando empleo, cerca de 800 nuevos puestos de trabajo. Queremos empleados motivados y comprometidos con el proyecto de empresa global, por esta razón, las políticas de recursos humanos se orientan, principalmente, a retener el talento, a gestionar la diversidad interna, la conciliación de la vida personal y laboral, a promover oportunidades de desarrollo profesional, a proveer un entorno de trabajo saludable y seguro, a mantener una comunicación permanente con los empleados y sus representantes, y al fomento y promoción del voluntariado corporativo

— MAPFRE cuenta con más de 27 millones de clientes y es líder en varios de los mercados en los que opera. Esto, además de un orgullo, es una gran responsabilidad. Toda nuestra organización está orientada a la creación de valor para el cliente. En 2014, hemos puesto en marcha una nueva estructura organizativa para adaptar al Grupo a los retos estratégicos que exigen su dimensión y presencia global en 49 países.

Esta adaptación nos permite mantenernos cerca del cliente, escuchar y atender mejor sus necesidades y expectativas, aprovechando la experiencia y oportunidades que nos aporta ser una empresa global presente en los cinco continentes.

— Hemos creado también un Modelo de Innovación Global, que involucra a toda la organización, enfocado a desarrollar y canalizar propuestas aseguradoras de valor dirigidas a nuestros clientes.

— MAPFRE cuenta con una red comercial y de distribución, que destaca por su profesionalidad, su cercanía al cliente y su multicanalidad. La relación con nuestros mediadores y distribuidores es estrecha y cercana.

— El Grupo 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 asegura transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establece el Código Ético y de Conducta y la Norma Corporativa de Compras.

— Por último, hemos actualizado la Política Medioambiental del Grupo y aprobado el Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático 2020.

En 2015, seguiremos trabajando para mejorar nuestro desempeño como Grupo Socialmente Responsable y responder así, a la confianza que nuestros stakeholders y la sociedad depositan en nosotros cada día.

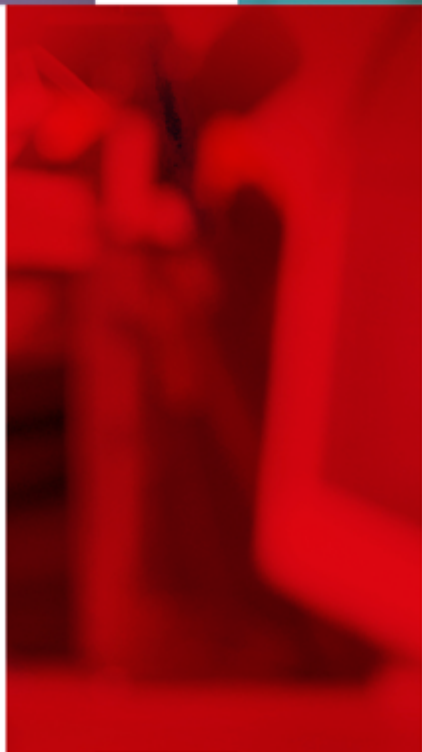
¡Gracias por confiar en nosotros!

Antonio Huertas  
PRESIDENTE

[G4-1, 33]







# 2

## Información general

[G4-3, 6, 7, 8]

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

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

El negocio del Grupo se configura a través de cuatro Unidades de Negocio (Seguros; Asistencia, Servicios y Riesgos Especiales; Global Risks y Reaseguro), tres grandes áreas territoriales, IBERIA, LATAM e INTERNACIONAL, y siete áreas regionales: IBERIA, LATAM NORTE, LATAM SUR, BRASIL, NORTEAMÉRICA, EMEA y APAC.

MAPFRE tiene una amplia implantación multinacional y una sólida posición de liderazgo en el Seguro Español. Al cierre del ejercicio 2014 ocupaba el décimo puesto en el ranking europeo de seguros, donde era además la sexta compañía No Vida, y la primera posición en este segmento en América Latina, región en la que es el segundo grupo asegurador.

## 2.1 PRESENCIA INTERNACIONAL

5.524  
OFICINAS PROPIAS

9.484  
OFICINAS  
BANCASEGUROS



MAPFRE opera en un total de 49 países, a través de 259 sociedades. Al cierre del ejercicio 2014, tenía 5.524 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.069 estaban en España y 2.087 en América Latina; además distribuye sus productos a través de 9.484 oficinas de entidades bancarias y otros puntos de venta que comercializan los seguros de MAPFRE en virtud de acuerdos de colaboración; y cuenta con una red de más de 79.000 agentes y mediadores, de los cuales alrededor de 5.600 estaban en Estados Unidos y más de 24.700 en Brasil.

En la actividad de seguros, MAPFRE lidera el mercado español, es la décima aseguradora en Europa, y está implantada en todos los países de América Latina -región en la que es el segundo grupo asegurador y el líder en Seguros No Vida-, en los Estados Unidos de América -donde es una de las 20 primeras aseguradoras de Automóviles del país-, en Australia, China, Filipinas, Francia, Indonesia, Irlanda, Malta, Portugal, Reino Unido y Turquía.

En la actividad de Asistencia, MAPFRE opera en 45 países y es la tercera compañía mundial del sector. Además, el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional (MAPFRE RE) que se encuentra entre las 15 primeras entidades en el ranking del reaseguro mundial y desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con 18 oficinas y dos sociedades filiales. Para la gestión de los programas globales de seguros, el Grupo cuenta con la compañía especializada MAPFRE GLOBAL RISKS.



### LATAM

#### BRASIL

Brasil	>>>>
--------	------

#### LATAM NORTE

Costa Rica	>	México	>>>>
El Salvador	>>	Nicaragua	>>
Guatemala	>>	Panamá	>>
Honduras	>>	Rep. Dominicana	>>

#### LATAM SUR

Argentina	>>>	Paraguay	>
Chile	>>>	Perú	>>
Colombia	>>>	Uruguay	>>
Ecuador	>>	Venezuela	>>>

### IBERIA

#### IBERIA

España	>>>	Portugal	>>>>
--------	-----	----------	------

### INTERNACIONAL

#### EMEA

Alemania	>>>	Italia	>>>
Argelia	>	Jordania	>
Bahréin	>	Luxemburgo	>
Bélgica	>>	Malta	>>
Egipto	>	Reino Unido	>>>
Emiratos Árabes	>	Rusia	>
Francia	>>>	Suecia	>
Grecia	>	Túnez	>
Hungría	>	Turquía	>>
Irlanda	>		

#### NORTEAMÉRICA

Canadá	>>
EE UU	>>>
Puerto Rico	>>

#### APAC

Australia	>	India	>
China	>>>	Japón	>
Filipinas	>>>	Malasia	>
Hong Kong	>	Taiwán	>

## 2.2 ORGANIGRAMA 2014

### MAPFRE S.A. Presidencia

COMITÉ EJECUTIVO DE MAPFRE

#### ÁREAS CORPORATIVAS GLOBALES

Financiera

Inversiones

Recursos Humanos

Medios y Coordinación  
Institucional

Estrategia y Desarrollo

Auditoría Interna

Secretaría General

Negocios y Clientes

Soporte a Negocio

#### UNIDADES DE NEGOCIO: SEGUROS / ASISTENCIA / GLOBAL RISKS

#### UNIDAD DE NEGOCIO REASEGURO

**IBERIA**

**LATAM**

**INTERNACIONAL**

**MAPFRE RE**

**IBERIA**

España/Portugal

**LATAM NORTE**

**LATAM SUR**

**BRASIL**

**EMEA**

(Europa/Medio Oriente/África)

**NORTEAMÉRICA**

(USA-Puerto Rico/Canadá)

**APAC**

(Asia/Pacífico)

Durante el ejercicio 2014 las actividades del Grupo se han desarrollado a través de sus Unidades de Negocio (Seguros; Asistencia, Servicios y Riesgos Especiales; Global Risks y Reaseguro) que se organizan geográficamente siguiendo la estructura de Áreas Territoriales y Regionales a excepción de la Unidad de Negocio de Reaseguro.

El Área Territorial IBERIA coincide con el Área Regional IBERIA, que está integrada por España y Portugal. El Área Territorial LATAM se subdivide en las Áreas Regionales de BRASIL, LATAM NORTE (Costa Rica, El Salvador; Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá y República Dominicana) y LATAM SUR (Argentina, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela). El Área Territorial INTERNACIONAL está formada por las Áreas Regionales de NORTEAMÉRICA (Canadá, Estados Unidos y Puerto Rico), EMEA (agrupa las operaciones en Europa —excepto España y Portugal—, Medio Oriente y África) y APAC (Australia, China, Filipinas, Hong Kong, India, Indonesia, Japón y Taiwán).



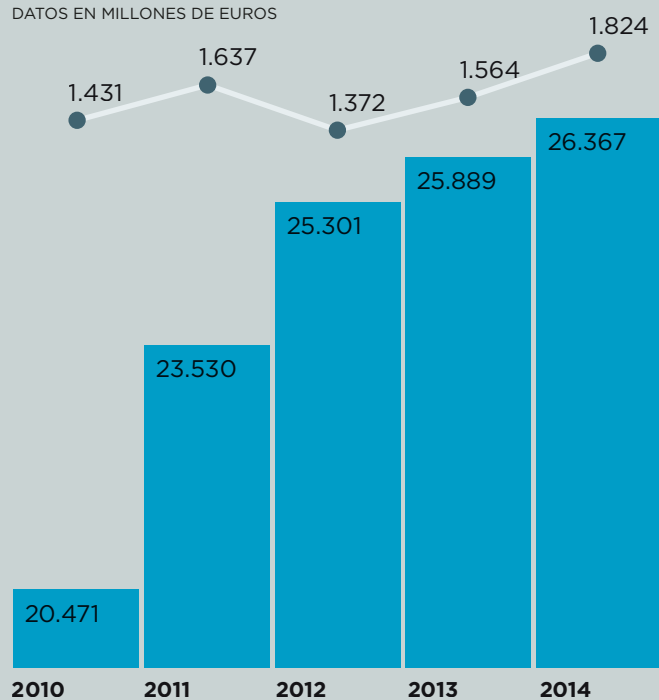
## 2.3 PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS

Los siguientes cuadros reflejan las magnitudes básicas que definen la dimensión económica del Grupo MAPFRE.

[G4-9]

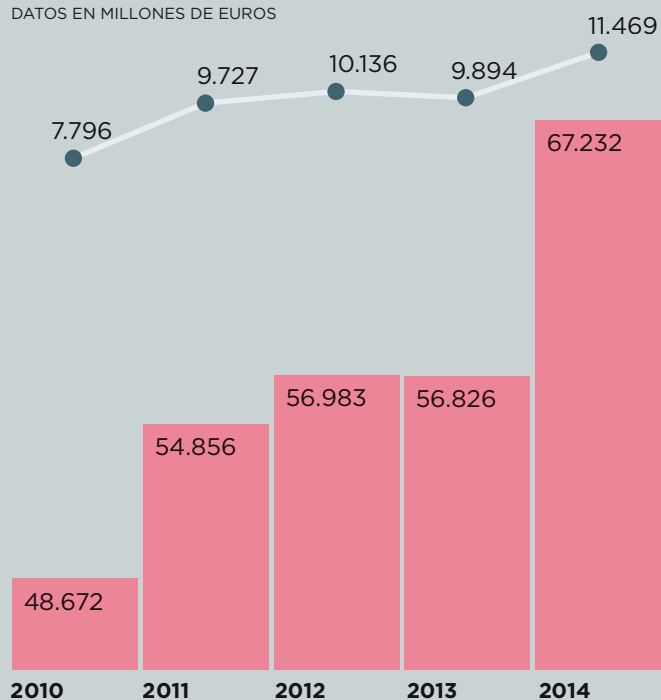
### INGRESOS Y RESULTADOS

DATOS EN MILLONES DE EUROS



### ACTIVOS Y PATRIMONIO NETO

DATOS EN MILLONES DE EUROS



	2014	2013	Variación %
Primas emitidas y aceptadas	22.400,9	21.835,6	2,6
Ingresos financieros	3.405,4	3.288,1	3,6
Ingresos de entidades no aseguradoras y otros	560,4	765,6	(26,8)
Subtotal ingresos consolidados	26.366,7	25.889,3	1,8
Aportaciones brutas a fondos de pensiones(1)	849,3	677,0	25,5
<b>TOTAL INGRESOS POR OPERACIONES</b>	<b>27.216,0</b>	<b>26.566,3</b>	<b>2,4</b>

Cifras en millones de euros

Incluye MAPFRE INVERSIÓN, CATALUNYACAIXA, BANKINTER VIDA, CCM VIDA Y PENSIONES y DUERO PENSIONES.

**22.400,9** MILLONES €  
Primas emitidas y aceptadas en 2014

**26.367** MILLONES €  
Ingresos consolidados

El siguiente cuadro refleja la evolución de fondos gestionados en productos de Vida y Ahorro:

	2014	2013	Variación %
Provisiones técnicas de Vida <sup>(1)</sup>	30.615,1	24.391,9	25,5
Fondos de pensiones	5.788,8	5.372	7,8
Fondos de inversión y carteras gestionadas	4.413,6	3.850,0	14,6
<b>TOTAL</b>	<b>40.817</b>	<b>33.614</b>	<b>21,4</b>

Cifras en millones de euros

(1) Incluye todas las provisiones técnicas de las compañías de seguros de Vida y las provisiones de seguros de Vida de las entidades aseguradoras multirrama.

#### IMPLANTACIÓN DEL NEGOCIO Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

	2014	2013
Número de países con presencia	49	47
Número medio de empleados	34.973	34.146
IBERIA	9.243	9.289
LATAM	17.860	17.427
INTERNACIONAL	7.551	7.121
MAPFRE RE	319	309
Número de oficinas	15.008	14.322
IBERIA	7.010	6.458
LATAM	7.710	7.589
INTERNACIONAL	288	275
Distribución territorial del negocio por primas		
IBERIA	31%	32%
LATAM	40%	40%
INTERNACIONAL	15%	14%
MAPFRE RE	14%	14%

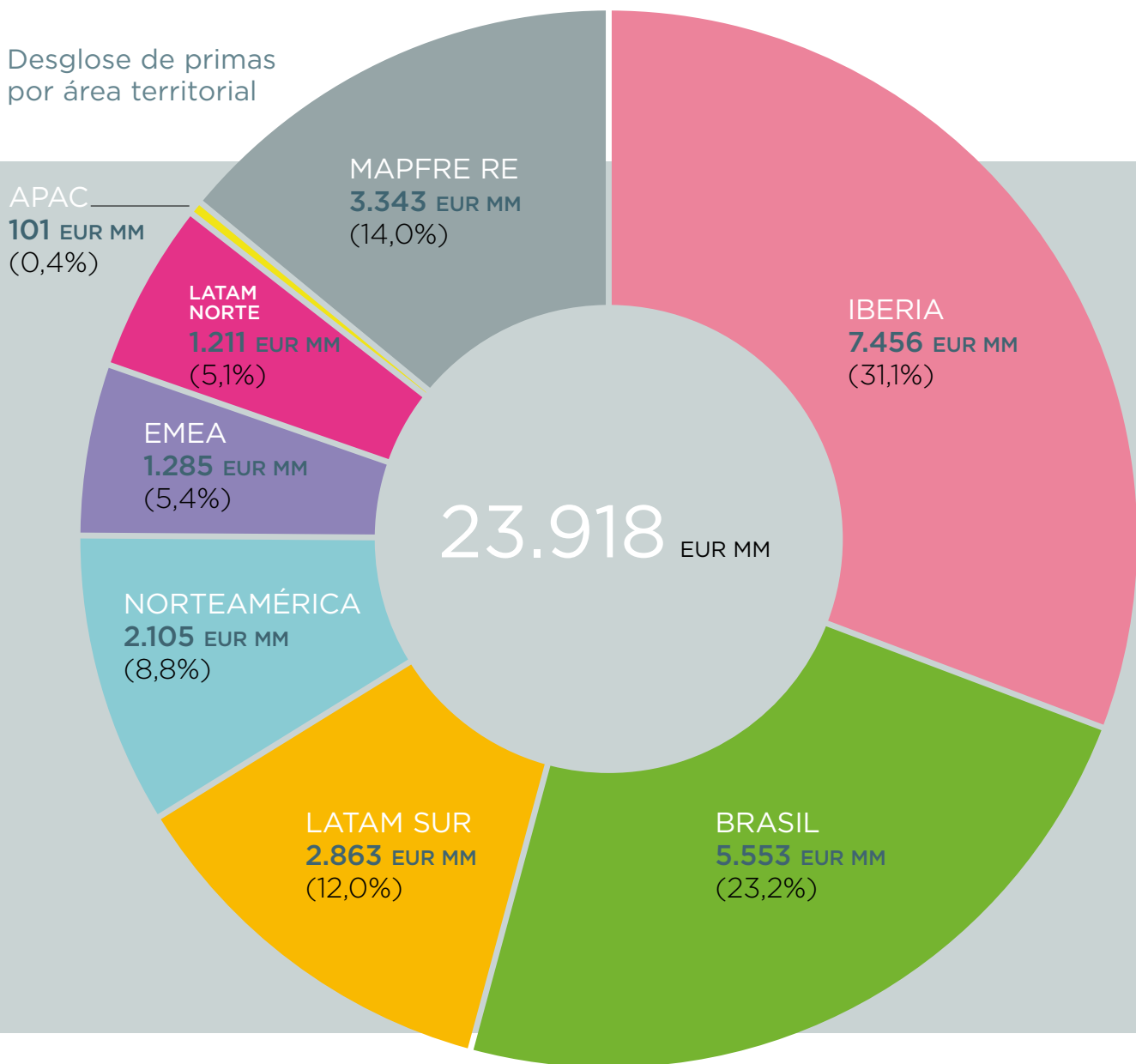
#### CUOTAS DE MERCADO

	2014	2013
España (primas)		
Automóviles	20,6%	20,5%
Salud	5,9%	5,8%
Resto no Vida	16,1%	16,3%
Vida	10,6%	9,6%
Total	13,1%	12,7%
España Vida (provisiones técnicas)	12,3%	11,3%
Latinoamérica (primas no Vida)	n.d.	9,5%

49  
países en 2014

15.008  
oficinas en 2014

Desglose de primas  
por área territorial



Aportación al resultado  
Consolidado

	EUR MM	%
IBERIA	432,8	43,1
BRASIL	143,5	14,3
LATAM SUR	93,6	9,3
NORTEAMÉRICA	70,2	7,0
EMEA	56,5	5,6
LATAM NORTE	59,1	5,9
APAC	6,9	0,7
MAPFRE RE	14,5	14,1
<b>TOTAL</b>	<b>1.003,1</b>	<b>100%</b>
HOLDING Y ELIMINACIONES	-158	
<b>RESULTADO ATRIBUIBLE</b>	<b>845,1</b>	

## 2.4 ÓRGANOS DE GOBIERNO

El pasado 22 de enero de 2015, el Consejo de Administración de MAPFRE SA, aprobó el nuevo Reglamento del Consejo de Administración. Por la importancia de su contenido, y dado que ha sido aprobado durante el proceso de elaboración y cierre del Informe Anual de Responsabilidad Social se ha considerado conveniente realizar este apartado teniendo en cuenta la información que será vigente en 2015.

De acuerdo con las disposiciones legales y estatutarias, el **Consejo de Administración** es el órgano encargado de dirigir, administrar y representar a la Sociedad. En consecuencia, tiene plenas facultades de representación, disposición y gestión, y sus actos obligan a la Sociedad, sin más limitación que las atribuciones que correspondan de modo expreso a la Junta General de Accionistas de acuerdo con la Ley y con los Estatutos Sociales.

El Consejo actúa como principal órgano de decisión y supervisión de la Sociedad, y de supervisión del conjunto de sus sociedades filiales, mientras que la gestión ordinaria se desempeña por los órganos directivos y ejecutivos de la Sociedad y por los órganos sociales competentes de las citadas sociedades filiales.

Este órgano, puede delegar cuantas facultades considere convenientes, salvo las indelegables por imperativo legal o estatutario, como se indica en el artículo 1 del Reglamento del Consejo de Administración de MAPFRE, S.A. Entre esas facultades indelegables, estarían, entre otras:

– **Determinar las políticas y estrategias generales de la Sociedad**, y en particular: a) Los Objetivos de Actuación y los Planes Estratégicos para su consecución. b) Los Presupuestos Anuales de Ingresos, Gastos y Resultados, y las Previsiones Anuales de Situación Financiera y Patrimonial. c) La definición de la estructura del Grupo. d) La política de Inversiones y de Financiación. e) La política de identificación, gestión y control de riesgos, incluidos los fiscales, y la supervisión de los sistemas internos de información y control. f) La política de gobierno corporativo de la Sociedad y del Grupo. g) La política de Responsabilidad Social Corporativa. h) La política de dividendos. i) La política relativa a las acciones propias. j) La determinación de la estrategia fiscal de la Sociedad.

– **Formular para cada ejercicio social**, además de los informes que deba formular con carácter indelegable conforme a las leyes y los Estatutos (Informe de Gestión y Cuentas anuales, Informes Anuales de Gobierno Corporativo y de Remuneraciones de los Consejeros) el Informe Anual de Responsabilidad Social del Grupo.

– **Adoptar las decisiones relativas a la remuneración** de los Consejeros dentro del marco estatutario y de la política de remuneraciones aprobada por la Junta General de Accionistas.

– **Garantizar el cumplimiento** de los principios institucionales y empresariales del Grupo MAPFRE

La composición actual del Consejo es de **19 miembros**, de los que 5 miembros son consejeros ejecutivos, 7 consejeros dominicales y 7 consejeros independientes.

El elevado número de entidades que componen el Grupo MAPFRE y su carácter multinacional, con presencia en los cinco continentes, junto con su relevancia económica y empresarial justifican el número de miembros del Consejo, que resulta adecuado para un funcionamiento eficaz y participativo. No obstante, en los últimos 4 años el tamaño del Consejo de Administración se ha reducido en un 25%, pasando de 24 a 19 miembros.

Entre las novedades que introduce el nuevo Reglamento, está la figura del Consejero Coordinador, especialmente facultado para, entre otros, dirigir la evaluación del Presidente del Consejo.

En la página contigua se representan de forma gráfica los órganos de gobierno de MAPFRE, vigentes en 2015.

Sobre la composición y funcionamiento del Consejo, así como de los demás órganos de gobierno de MAPFRE S.A., puede ampliarse la información, consultando los siguientes documentos públicos:

– **Reglamento del Consejo de Administración**

– **Consejo de Administración**

– **Comisión y Comités Delegados**

– **Informe Anual de Gobierno Corporativo**

– **Junta General (convocatoria y demás documentación)**

## Consejo de Administración MAPFRE S.A

### COMISIÓN DELEGADA

**Funciones:** Dirección y supervisión permanente de la gestión ordinaria de la Sociedad y sus filiales en sus aspectos estratégicos y operativos.

**Composición:** Estará integrada por un máximo de diez miembros, todos ellos componentes del Consejo de Administración. Su Presidente, Vicepresidentes Primero y Segundo y Secretario serán con carácter nato los de dicho Consejo.

### COMITÉ DE AUDITORÍA

**Funciones:** Verificación de la información financiera, propuesta de nombramiento de auditor externo y supervisión de la Auditoría Interna.

**Composición:** Estará integrado por un mínimo de tres y un máximo de cinco consejeros, todos ellos no ejecutivos y dos de los cuales, al menos, deberán ser consejeros independientes. Su Presidente será un consejero independiente.

### COMITÉ DE NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES

**Funciones:** Desarrollo coordinado de la política de designación y retribución de los Consejeros y Altos Directivos del Grupo.

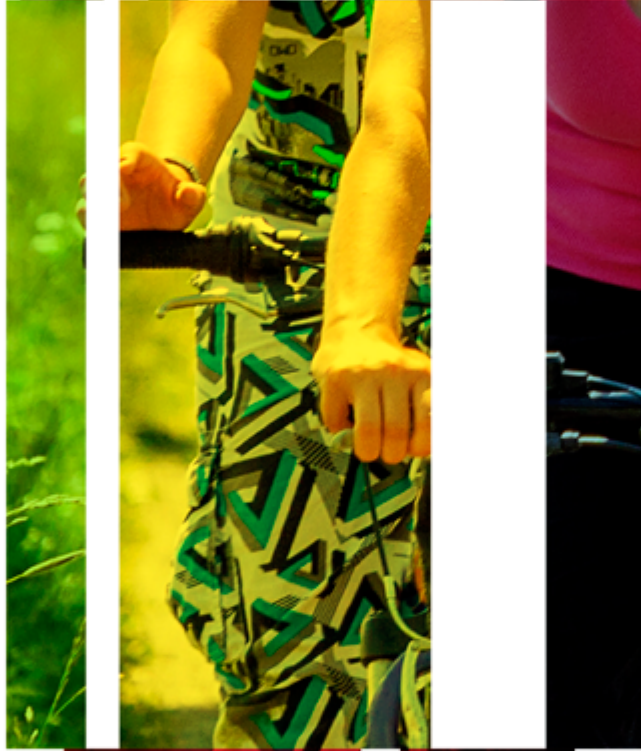
**Composición:** Estará integrado por un mínimo de tres y un máximo de cinco consejeros, todos ellos no ejecutivos y dos de los cuales, al menos, deberán ser consejeros independientes. Su Presidente será un consejero independiente.

### COMITÉ DE RIESGOS Y CUMPLIMIENTO

**Funciones:** Apoyo y asesoramiento al Consejo de Administración en la definición y evaluación de las políticas de gestión de riesgos y en la determinación de la propensión al riesgo y de la estrategia de riesgos, así como supervisión de la correcta aplicación en la Sociedad y en el Grupo de las normas de buen gobierno y de la normativa externa e interna.

**Composición:** Estará integrado por un mínimo de tres y un máximo de cinco miembros, todos ellos no ejecutivos.





# 3

## MAPFRE y la Responsabilidad Social

### 3.1 MATERIALIDAD Y STAKEHOLDERS

#### 3.1.1 Materialidad [G4-18, 20, 21]

En 2013, MAPFRE asumió el compromiso público de realizar los cambios necesarios para que en 2014 se pudiera adaptar, el Informe Anual Corporativo de Responsabilidad Social, siguiendo los requerimientos de la última versión del Global Reporting Initiative (GRI) G4.

En este nuevo marco y con el objetivo de poder identificar aquellas cuestiones relevantes para la Organización y nuestros grupos de interés, se ha diseñado el Estudio de Materialidad del Grupo MAPFRE 2014-2016, cuya primera fase se presenta en este informe.

El estudio de materialidad citado se compone de dos fases:

#### FASE 1: 2014

Estudio de Materialidad a nivel corporativo, en el que han participado internamente algunas Áreas Corporativas Globales y externamente algunos de los grupos de interés estratégicos en cinco países en los que el Grupo opera.

#### FASE 2: 2015-2016

Estudio de Materialidad a nivel local en los países con operaciones significativas, que actualmente están realizando sus informes de responsabilidad local y de forma especial, los países que participan en el estudio.

A continuación se detallan los principales pasos seguidos para la elaboración de la fase 1: Estudio de Materialidad a nivel corporativo

**FASE 1.1: Análisis y valoración de las cuestiones relevantes:** constituye el punto de partida para identificar internamente las cuestiones relevantes se han utilizado los indicadores G4. **[G4-26]**

Para el análisis se solicitó la participación de las áreas de Recursos Humanos, Proveedores, Medio Ambiente, Clientes, Gobierno Corporativo, Cumplimiento Normativo y Responsabilidad Social, para que valoraran y justificaran los indicadores G4 relacionados con su ámbito de actuación. Cada indicador se analizó en función de los siguientes parámetros: importancia del indicador (0-5), justificación de la valoración indicada (de conformidad con los establecido en la versión G4) y alcance del impacto del indicador en MAPFRE, es decir, si afecta a uno o a todos los países donde la compañía opera. (Integración del principio de materialidad de GRI-4).

En total se han analizado y valorado 124 indicadores G4.

**FASE 1.2: Identificación de las cuestiones relevantes para MAPFRE:** se analizaron las valoraciones y las respuestas obtenidas y se realizó una primera selección de indicadores, en función del corte establecido como "material" (3 puntos).

Con los indicadores que obtuvieron una puntuación inferior a 3 puntos se hizo un segundo análisis antes de considerarlos definitivamente como no materiales, atendiendo, fundamentalmente, a la naturaleza del propio indicador. Por ejemplo, todos aquellos indicadores, relacionados con Derechos Humanos, aunque hubieran obtenido una puntuación inferior a 3, se ha considerado materiales, por su importancia y relevancia.

Para poder tratar la información, se agruparon los indicadores por temas, dando como resultado el siguiente listado de temas relevantes para MAPFRE:

1. Garantizar la calidad de los productos que ofrece
2. Garantizar la transparencia y la correcta gestión de la estructura de los órganos de gobierno
3. Asegurar la salud y el bienestar de los empleados
4. Proveer un entorno de trabajo en el que se respeten la diversidad, la igualdad y la no discriminación
5. Incluir la responsabilidad medioambiental dentro de la actividad de negocio
6. Garantizar la estabilidad y seguridad en el empleo
7. Respetar y proteger los Derechos Humanos Fundamentales
8. Ofrecer formación y desarrollo profesional a los empleados
9. Ofrecer productos y servicios relacionados con el ámbito medioambiental
10. Luchar contra la corrupción, el blanqueo de capitales y el fraude
11. Garantizar la selección y evaluación de proveedores bajo criterios Sociales, éticos y medioambiental
12. Asegurar la transparencia y el cumplimiento en materia fiscal
13. Optimizar el uso de recursos para minimizar el impacto al Medio Ambiente
14. Actuar frente al cambio climático
15. Garantizar el cumplimiento normativo y mecanismos formales de reclamación de clientes
16. Promover proyectos medioambientales y sociales con grupos vulnerables
17. Proteger la biodiversidad
18. Contribuir al desarrollo social y económico de los países en los que operamos

**F1.3: Consulta a Grupos de Interés:** en esta última etapa, el objetivo que se persigue es conocer la opinión de los grupos de interés acerca de los 18 temas identificados como relevantes para la compañía.

Teniendo en cuenta que los procesos de consulta son complejos, se decidió acotar la misma, a tres de los cinco grupos de interés de carácter estratégico para MAPFRE: *empleados, clientes y proveedores.*

Por otra parte, también se decidió limitar en esta fase el alcance y realizar la consulta a estos tres grupos de interés en Brasil, Colombia, España, México y Puerto Rico.

La selección de países se hizo atendiendo a los siguientes criterios: (i) en su conjunto representan el 64,9 por 100 del volumen de negocio del Grupo (ii) en la actualidad forman parte del proceso de verificación de la información anual de Informe de Responsabilidad Social y (iii) a excepción de España, todos ellos han venido publicando sus informes locales de responsabilidad social de forma regular desde 2009.

El proceso de consulta a los grupos de interés lo ha realizado CBI Consulting, expertos en este tipo de procesos. Con ello, se garantiza el anonimato y la confidencialidad de las respuestas. La consulta se ha realizado a través de un cuestionario online, en el que se solicitaba al destinatario que priorizara del total de los 18 temas considerados como relevantes los seis más importantes.

Antes de comenzar el proceso de consultas a empleados en España, se presentó el proyecto de materialidad corporativo a la representación legal de los trabajadores de MAPFRE.

En el siguiente cuadro, se muestran los datos agregados de participación. En 2015 y se analizará con cada país el grado de respuestas obtenidas, para tratar de mejorar la participación en la fase 2.

Stakeholder	Nº Consultas enviadas	Nº Respuestas obtenidas	% Participación
Empleados	14.405	1.739	12,07
Clientes	82.745	1.753	2,11
Proveedores	22.862	653	2,86



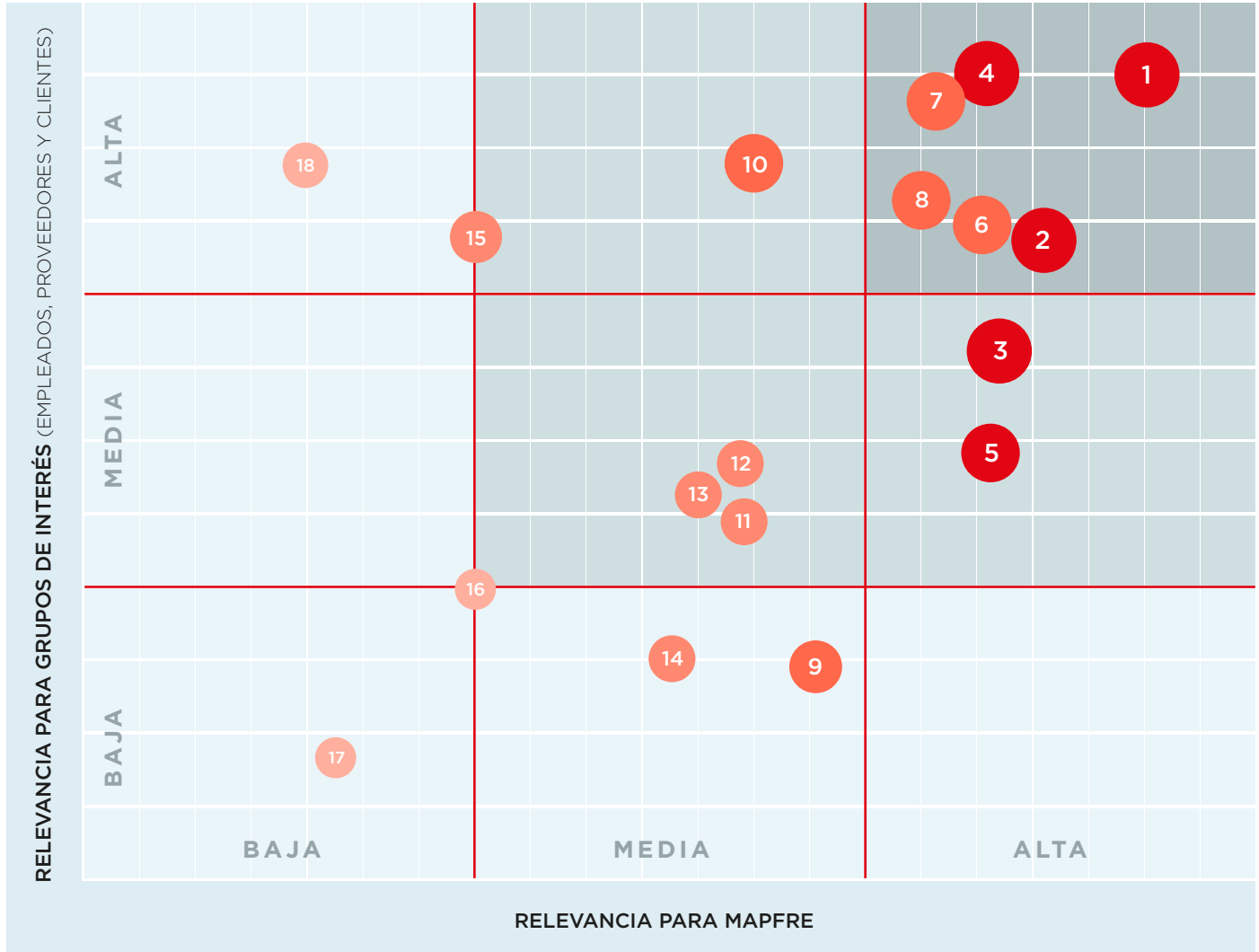
PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MATERIALIDAD A NIVEL CORPORATIVO [G4-19]

1. Comparación de asuntos materiales por grupos de interés consultados

■ CLIENTES ■ EMPLEADOS ■ PROVEEDORES



## 2. Matriz de asuntos materiales para MAPFRE y los grupos de interés consultados (empleados, proveedores y clientes)



### LEYENDA:

1. Garantizar la calidad de los productos que ofrece
2. Garantizar la transparencia y la correcta gestión de la estructura de los órganos de gobierno
3. Asegurar la salud y el bienestar de los empleados
4. Proveer un entorno de trabajo en el que se respeten la diversidad, la igualdad y la no discriminación
5. Incluir la responsabilidad medioambiental dentro de la actividad de negocio
6. Garantizar la estabilidad y seguridad en el empleo
7. Respetar y proteger los Derechos Humanos Fundamentales
8. Ofrecer formación y desarrollo profesional a los empleados
9. Ofrecer productos y servicios relacionados con el ámbito medioambiental
10. Luchar contra la corrupción, el blanqueo de capitales y el fraude
11. Garantizar la selección y evaluación de proveedores bajo criterios Sociales, éticos y medioambientales
12. Asegurar la transparencia y el cumplimiento en materia fiscal
13. Optimizar el uso de recursos para minimizar el impacto al Medio Ambiente
14. Actuar frente al cambio climático
15. Garantizar el cumplimiento normativo y mecanismos formales de reclamación de clientes
16. Promover proyectos medioambientales y Sociales con grupos vulnerables
17. Proteger la biodiversidad
18. Contribuir al desarrollo social y económico de los países en los que operamos



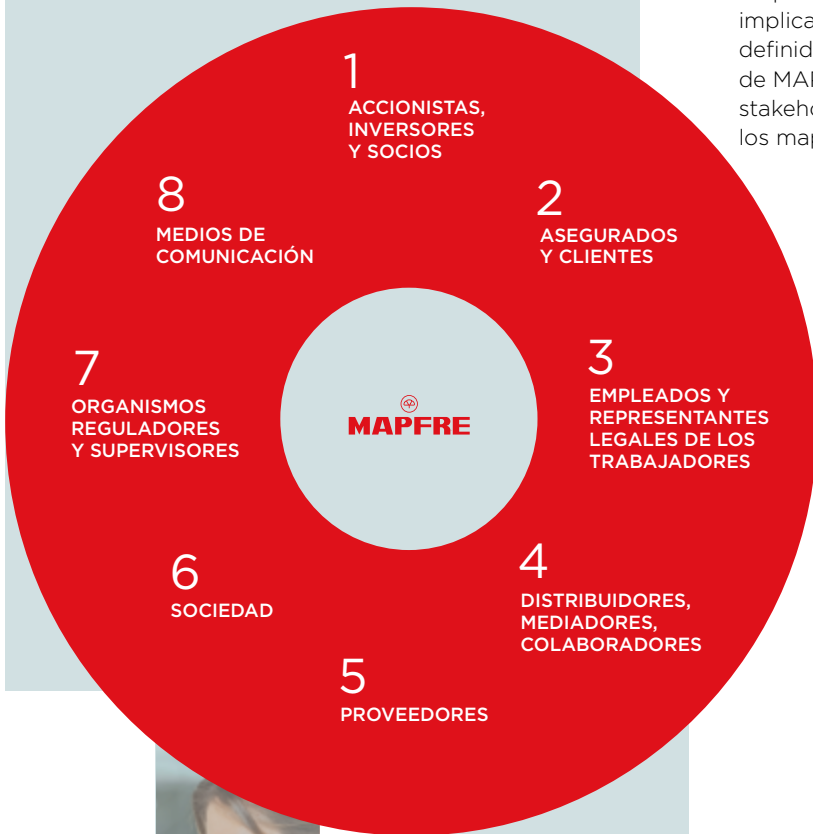
## Stakeholders corporativos

### 3.1.2 STAKEHOLDERS

[G4-24, 25, 26, 27]

MAPFRE define su Responsabilidad Social como un “compromiso voluntario y estratégico que implica procurar la consecución de sus objetivos empresariales, cumpliendo rigurosamente con sus obligaciones contractuales y legales, aplicando criterios de equidad y estabilidad en las relaciones con sus grupos de interés, contribuyendo así a la satisfacción de las necesidades presentes y futuras de la sociedad.”

Para cumplir con este compromiso y con sus objetivos empresariales, de forma sostenible, MAPFRE necesita la implicación de sus grupos de interés, especialmente la de los definidos en su misión. Teniendo en cuenta la implantación de MAPFRE en el mundo, se han identificado 8 tipologías de stakeholders corporativos, como referencia para desarrollar los mapas locales.



La implicación y el compromiso de los stakeholders con la empresa se consiguen construyendo relaciones de confianza que permiten conocer y dar respuesta a sus expectativas, desarrollando para ello, canales y herramientas de comunicación que facilitan la interacción y el diálogo.

La política de Responsabilidad Social establece nuestro compromiso de actuación con todos los stakeholders, y los valores de MAPFRE (solvencia, integridad, vocación

de servicio, innovación para el liderazgo y equipo comprometido) determinan la forma en la que desarrollamos esa relación por parte de las áreas internas correspondientes. Por esta razón, como cada año, mantenemos la importancia de hacer públicos nuestros compromisos y lo que esperamos de la relación. Además, este ejercicio, hemos incorporado en la tabla que se muestra a continuación la referencia a los principales canales y herramientas que tenemos a disposición de los diferentes stakeholders.

## Tabla de compromisos y canales de relación

[G4-58]

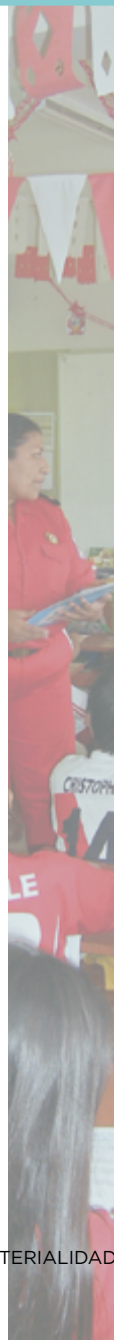
Grupo de interés	A qué se compromete MAPFRE con el Grupo de Interés	Qué espera MAPFRE del Grupo de Interés	Canales de Relación
<b>1 ACCIONISTAS, INVERSORES Y SOCIOS</b>  <i>Ver capítulo MAPFRE y sus accionistas pág. 100</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— A mantener prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua</li> <li>— A buscar el beneficio económico, respetando las reglas del libre mercado y de libre competencia</li> <li>— A rechazar cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales</li> <li>— A mantener canales de comunicación y diálogo basados en la transparencia y el compromiso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Confianza en la compañía</li> <li>— Honestidad en su relación con MAPFRE</li> </ul>	Servicio telefónico al accionista; información web específica: "Accionistas e Inversores"; Junta General de Accionistas; boletines semestrales de actividades; correo electrónico; reuniones presenciales y teleconferencias; presentaciones a través de webcasts
<b>2 ASEGURADOS Y CLIENTES</b>  <i>Ver capítulo MAPFRE y sus clientes, pág. 77</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— A innovar de forma permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor</li> <li>— A prestar un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado</li> <li>— A prestarles un asesoramiento honesto</li> <li>— A procurar la confidencialidad de los datos</li> <li>— A resolver las reclamaciones, utilizando los cauces establecidos para ello, en el plazo más breve posible</li> <li>— A escuchar y dialogar, poniendo a disposición canales adecuados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Confianza en la compañía</li> <li>— Honestidad en su relación con MAPFRE</li> <li>— Comunicación abierta y constructiva, que ayude a mejorar los productos y servicios del Grupo</li> </ul>	Oficinas; call center; portal MAPFRE y Oficina MAPFRE Internet; encuestas de satisfacción; newsletters; quejas y reclamaciones; envíos postales; redes sociales; publicidad; patrocinios.



Grupo de interés	A qué se compromete MAPFRE con el Grupo de Interés	Qué espera MAPFRE del Grupo de Interés	Canales de Relación
<p><b>3</b> EMPLEADOS Y REPRESENTANTES LEGALES DE LOS TRABAJADORES</p> <p><i>Ver capítulo MAPFRE y sus empleados, pág. 57</i></p>	<p><b>Empleados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– A promover su desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades en el entorno de trabajo</li> <li>– A garantizar la formación necesaria para el adecuado desarrollo de sus funciones profesionales</li> <li>– A mantener una retribución justa en función del puesto y del desempeño</li> <li>– A procurar un entorno de trabajo estable y seguro, evitando cualquier forma de persecución, abuso o discriminación por razón de ideología, opinión, creencia, sexo, orientación sexual, raza, condición o capacidades diferentes</li> <li>– A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente</li> <li>– A ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes del desarrollo del negocio de MAPFRE</li> </ul> <p><b>Representantes legales de los trabajadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– A mantener un canal de diálogo permanente</li> <li>– A establecer unas relaciones honestas y constructivas</li> <li>– A defender la libertad de afiliación y negociación colectiva en las empresas propiedad de MAPFRE</li> <li>– A ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes del desarrollo del negocio de MAPFRE, que no estén contemplados en la Ley</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Confianza y compromiso con el proyecto empresarial</li> <li>– Profesionalidad en la ejecución de sus funciones</li> <li>– Honestidad en el desarrollo de sus funciones y en el diálogo con la empresa y demás grupos de interés</li> <li>– Respeto en el trato con otros compañeros</li> <li>– Respeto de las instalaciones, mobiliario e imagen de la empresa</li> <li>– Contribución a la generación de buena reputación</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Compromiso con la empresa</li> <li>– Honestidad en su relación con MAPFRE</li> <li>– Comunicación abierta y constructiva</li> </ul>	<p>Intranet / portal interno / correo electrónico; newsletters; encuestas de clima laboral (GPTW); buzón de sugerencias, blogs, foros; reuniones de objetivos; revistas: Mundo de MAPFRE</p> <p>Reuniones periódicas, Comités, buzones, etc.</p>

Grupo de interés	A qué se compromete MAPFRE con el Grupo de Interés	Qué espera MAPFRE del Grupo de Interés	Canales de Relación
<p><b>4</b> DISTRIBUIDORES, MEDIADORES Y COLABORADORES</p> <p><i>Ver capítulo MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos. pág. 104</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A mantener un canal de diálogo permanente</li> <li>– A establecer unas relaciones honestas y constructivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Confianza en la compañía</li> <li>– Honestidad en su relación con MAPFRE</li> </ul>	<p>Web MAPFRE; newsletter específicos; planes de formación; plataforma online mediadores; cartelería: folletos comerciales, carteles de campañas; revistas especializadas; programas formativos y de capacitación; reuniones comerciales con los canales de venta; redes sociales</p>
<p><b>5</b> PROVEEDORES</p> <p><i>Ver capítulo MAPFRE y sus proveedores pág. 109</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente</li> <li>– A ser transparente e informar adecuadamente sobre los procesos de selección y sobre aquellas cuestiones de MAPFRE que le puedan afectar (Códigos de Conducta, políticas, etc.)</li> <li>– A respetar y garantizar el cumplimiento de las condiciones pactadas y acordadas en el contrato</li> <li>– A ser honesto y confiar en la relación que surja con el proveedor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Confianza en la compañía</li> <li>– Compromiso en el cumplimiento de las normas y políticas de la compañía que le puedan afectar</li> <li>– Honestidad en su relación con MAPFRE</li> </ul>	<p>Plataformas web; portales específicos; plataformas telefónicas propias y concertadas; boletines y revistas específicas; grupos de trabajo; redes sociales; reuniones y convenciones; encuestas internas</p>
<p><b>6</b> SOCIEDAD</p> <p><i>Ver capítulo MAPFRE y la Sociedad pág. 112</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– A mantener un canal de diálogo permanente</li> <li>– A establecer unas relaciones honestas y constructivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Confianza en la compañía</li> <li>– Honestidad en su relación con MAPFRE</li> </ul>	<p>Web Corporativa MAPFRE; informes de Responsabilidad Social; buzones: <a href="mailto:responsabilidadsocial@mapfre.com">responsabilidadsocial@mapfre.com</a>; <a href="mailto:medioambiente@mapfre.com">medioambiente@mapfre.com</a>; Reprtrak; redes sociales; revista Mundo MAPFRE</p> <p>Web Corporativa FUNDACIÓN MAPFRE</p>

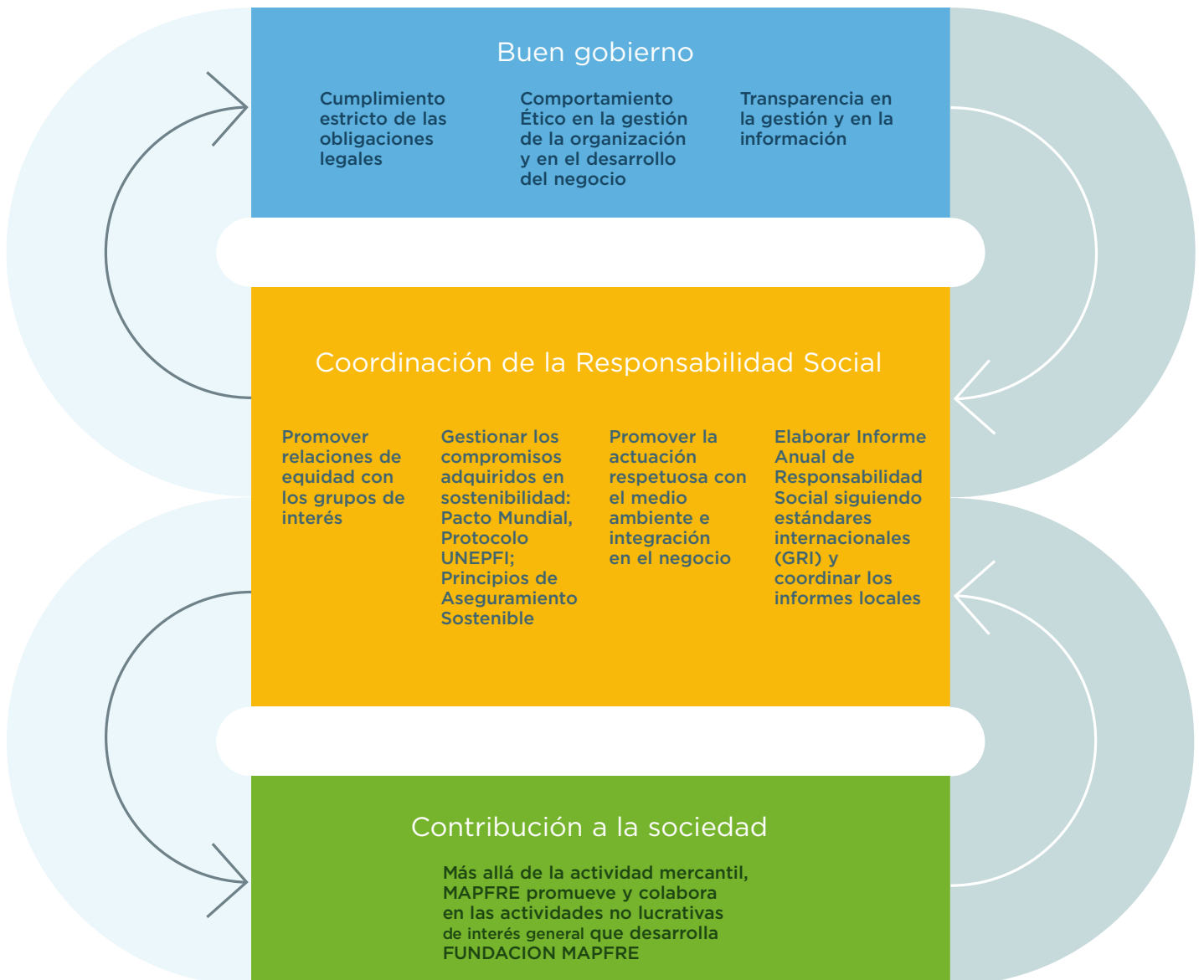
Grupo de interés	A qué se compromete MAPFRE con el Grupo de Interés	Qué espera MAPFRE del Grupo de Interés	Canales de Relación
<b>7</b> ORGANISMOS REGULADORES Y SUPERVISORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>— A establecer unas relaciones honestas y constructivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Honestidad en su relación con MAPFRE</li> </ul>	Directamente o a través de Asociaciones empresariales, locales e Internacionales
<b>8</b> MEDIOS DE COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>— A mantener una comunicación y diálogo, basado en la transparencia, la veracidad y el compromiso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Confianza en la compañía</li> <li>— Honestidad en su relación con MAPFRE</li> </ul>	Contacto directo con medios de comunicación Sala de prensa web Perfiles específicos en redes sociales



### 3.2 EL MODELO Y LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

MAPFRE cuenta con un modelo de Responsabilidad Social y una política en la que establece los principios de actuación en este ámbito, que son de referencia y de aplicación en todo el Grupo.

El modelo se basa en tres pilares fundamentales: Buen Gobierno, la Coordinación de la Responsabilidad Social y la Contribución a la Sociedad más allá de su actividad mercantil. Este modelo está alineado con la estrategia de MAPFRE y promueve el desarrollo sostenible del negocio y las relaciones de confianza.



## Política corporativa de Responsabilidad Social

[G4-HR4; FS13, FS15]

<p><b>1</b></p> <p><b>CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y DIRECTRICES INTERNACIONALES</b></p> <p>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 y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), 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.</p>	<p><b>6</b></p> <p><b>CONSERVACIÓN Y PROMOCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE</b></p> <p>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.</p>
<p><b>2</b></p> <p><b>PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO</b></p> <p>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.</p>	<p><b>7</b></p> <p><b>DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS</b></p> <p>Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés, basados en la transparencia, la veracidad y el compromiso.</p>
<p><b>3</b></p> <p><b>ENTORNO LABORAL RESPONSABLE</b></p> <p>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.</p>	<p><b>8</b></p> <p><b>PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL</b></p> <p>Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la responsabilidad social.</p>
<p><b>4</b></p> <p><b>INNOVACIÓN Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE</b></p> <p>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.</p>	<p><b>9</b></p> <p><b>INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</b></p> <p>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.</p>
<p><b>5</b></p> <p><b>CADENA DE VALOR SOSTENIBLE</b></p> <p>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.</p>	<p><b>10</b></p> <p><b>CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOCIAL</b></p> <p>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.</p>

### 3.3 LA ACTUACIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE DE MAPFRE [G4-15, 56, 57]

El Código de Buen Gobierno de MAPFRE establece los Principios Institucionales y Empresariales del Grupo, que marcan la actuación como empresa y nos ayudan a desarrollar negocios sostenibles en todos los países en los que operamos. Estos principios, se integran en la empresa a través de los siguientes valores: solvencia, integridad, vocación de servicio, innovación para el liderazgo y equipo comprometido.

El enfoque socialmente responsable nuestras actividades se desarrolla a través del cumplimiento de los compromisos internacionales y de las políticas, normas y protocolos de actuación que se aprueban en la organización. Todo ello nos permiten actuar bajo el principio de debida diligencia para la prevención, detección y erradicación de conductas irregulares, cualquiera que sea su naturaleza, que puedan tener un impacto negativo en la empresa y en el entorno en el que en el que desarrolla su actividad.

#### 3.3.1 Compromisos internacionales con el desarrollo sostenible [G4-15, HR3, HR4, HR6, HR8 - HR10; SO3, SO4]

Tanto el Código de Buen Gobierno como el principio primero de la Política de Responsabilidad Social, establecen el compromiso de MAPFRE con el respeto a los derechos reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los diez principios contenidos en el **Pacto Mundial de Naciones Unidas. Este compromiso se desarrolla, principalmente, dentro del marco del Código Ético y de Conducta.**

Además, MAPFRE trabaja para incorporar de forma progresiva en la gestión del negocio los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas, analizando y revisando los sistemas que actualmente dispone la organización para respetar, investigar y resolver los conflictos que pudieran surgir, aplicando medidas, cuando proceda.

Por una parte, el Grupo cuenta con la experiencia de Business & Human Rights, consultores expertos en Derechos Humanos, que nos ayuda con el análisis de esta materia en Brasil, China, Colombia, Turquía y Venezuela, donde MAPFRE desarrolla actividades aseguradoras, y en Argelia, Egipto, Filipinas o Rusia, en los que desarrolla actividades de asistencia. En el



Premio X Aniversario de la Red Española Pacto Mundial de Naciones Unidas

futuro, se seguirá avanzando en el análisis y conocimiento de este tipo de riesgos.

Por otra parte, MAPFRE se adhirió en 2004 al Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact), y 10 años después, sigue comprometida con la integración en el negocio de sus 10 principios, así como en su promoción.

Además, como miembro de la Red Española, a la que pertenece también desde 2004, forma parte activa del grupo especial creado para avanzar en el papel de la empresa a favor de los Derechos Humanos y en el grupo de trabajo sobre la nueva agenda de desarrollo, una vez finalizado el plazo para la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) de Naciones Unidas. Esta nueva agenda post 2015, en la que está trabajando estrechamente la Red Española del Pacto Mundial con Naciones Unidas, pretende desarrollar un nuevo conjunto de objetivos, esta vez para el Desarrollo Sostenible (ODS). Esta agenda será revisada y aprobada en la Cumbre Especial sobre Desarrollo Sostenible que se celebrará en septiembre de 2015 en Nueva York.

MAPFRE contribuirá con los objetivos post 2015, de la misma forma que contribuye con los actuales Objetivos de Desarrollo del Milenio, desde su actividad empresarial y desde su actividad fundacional, como se muestra en la siguiente tabla:



Principios del Pacto Mundial  
y Objetivos de Desarrollo del Milenio

## Derechos humanos

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 4	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
<p><b>1</b> APOYAR Y RESPETAR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS FUNDAMENTALES, RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE, DENTRO DE SU ÁMBITO DE INFLUENCIA</p>	<p><b>Desempeño social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Inversión: G4-HR1, HR2</li> <li>– No discriminación: G4-HR3</li> <li>– Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, HR11</li> <li>– Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4</li> <li>– Trabajo infantil: G4-HR5</li> <li>– Trabajos forzados: G4-HR6</li> <li>– Medidas de seguridad: G4-HR7</li> <li>– Derechos de la población indígena: G4-HR8</li> <li>– Relaciones entre los trabajadores y la dirección: G4-LA4</li> <li>– Salud y seguridad en el trabajo: G4-LA5 - G4-LA8</li> <li>– Diversidad e igualdad de oportunidades: G4-LA12</li> <li>– Igualdad de retribución entre mujeres y hombres: G4-LA13</li> <li>– Salud y seguridad del cliente: G4-PR1, PR2</li> <li>– Privacidad del cliente: G4-PR8</li> </ul> <p><b>Desempeño económico:</b> G4-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>
<p><b>2</b> EVITAR LA COMPLICIDAD EN LA VIOLACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS</p>	<p><b>Desempeño social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Inversión: G4-HR1, HR2</li> <li>– No discriminación: G4-HR3</li> <li>– Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, HR11</li> <li>– Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4</li> <li>– Trabajo infantil: G4-HR5</li> <li>– Trabajos forzados: G4-HR6</li> <li>– Medidas de seguridad: G4-HR7</li> <li>– Derechos de la población indígena: G4-HR8</li> <li>– Evaluación: G4-HR9</li> <li>– Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos: G4-HR12</li> </ul>	

## Derechos laborales

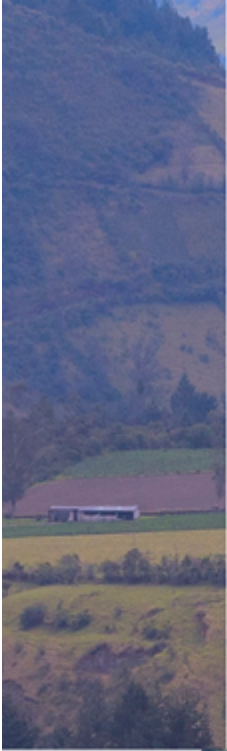
PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 4	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
<p><b>3</b> APOYAR Y RESPETAR LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y FILIACIÓN Y, EL RECONOCIMIENTO EFECTIVO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA</p>	<p><b>Desempeño social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Relaciones entre los trabajadores y la dirección: G4-LA4</li> <li>– Inversión: G4-HR1, HR2</li> <li>– Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4</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>
<p><b>4</b> ELIMINAR TODA FORMA DE TRABAJO FORZOSO O REALIZADO BAJO COACCIÓN</p>	<p><b>Desempeño social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Inversión: G4-HR1, HR2</li> <li>– Trabajos forzados: G4-HR6</li> <li>– Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, HR11</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>5</b> ERRADICAR EL TRABAJO INFANTIL</p>	<p><b>Desempeño social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Inversión: G4-HR1, HR2</li> <li>– Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4</li> <li>– Trabajo infantil: G4-HR5</li> <li>– Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, HR11</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>
<p><b>6</b> ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN CON RESPECTO AL EMPLEO Y LA OCUPACIÓN</p>	<p><b>Desempeño social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Empleo: G4-LA1, LA2</li> <li>– Diversidad e igualdad de oportunidades: G4-LA12</li> <li>– Inversión: G4-HR1, HR2</li> <li>– No discriminación: G4-HR3</li> </ul> <p><b>Desempeño económico:</b> G4-EC6</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>

## Medio ambiente

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 4	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
<b>7</b> APLICAR ENFOQUES ORIENTADOS AL DESAFÍO DE LA PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL	<b>Desempeño económico:</b> G4-EC2 <b>Desempeño medioambiental</b> – Emisiones, vertidos y residuos: G4-EN19 – Productos y servicios: G4-EN27, EN28 – General: G4-EN31	<b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre  <b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal  <b>Objetivo 4:</b> Reducir la Mortalidad Infantil  <b>Objetivo 7:</b> Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
<b>8</b> FOMENTAR UNA MAYOR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL	<b>Desempeño medioambiental</b> – Materiales: G4-EN1, EN2 – Energía: G4-EN3 - EN7 – Agua: G4-EN8 - EN10 – Biodiversidad: G4-EN11 - EN14 – Emisiones: G4-EN15 - EN21 – Efluentes y residuos: G4-EN22 - EN24 – Productos y servicios: G4-EN27, EN28 – Cumplimiento normativo: G4-EN29 – Transporte: G4-EN30 – General: G4-EN31  <b>Desempeño social</b> – Etiquetado de productos y servicios: G4-PR3, PR4.	<b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre  <b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal  <b>Objetivo 4:</b> Reducir la Mortalidad Infantil  <b>Objetivo 7:</b> Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
<b>9</b> FACILITAR EL DESARROLLO Y LA DIVULGACIÓN DE MEDIOS TECNOLÓGICOS RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE	<b>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</b> – Materiales: G4-EN2 – Energía: G4-EN5 - EN7 – Agua: G4-EN10 – Emisiones, vertidos y residuos: G4-EN19 – Productos y servicios: G4-EN27, EN28 – General: G4-EN31	<b>Objetivo 7:</b> Garantizar la Sostenibilidad del Medio

## Anti-corrupción

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 4	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
<b>10</b> LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN EN TODAS SUS FORMAS, INCLUYENDO LA EXTORSIÓN Y EL SOBORNO	<b>Desempeño social</b> – Lucha contra la corrupción: G4-SO3 - SO5 – Comunidades locales: G4-SO2 - SO4 – Política Pública: G4-SO5, SO6	<b>Objetivo 1:</b> Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre  <b>Objetivo 2:</b> Lograr la Enseñanza Primaria Universal  <b>Objetivo 8:</b> Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo



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

Dentro de sus compromisos internacionales, destaca también la pertenencia de MAPFRE a **la Iniciativa Financiera del programa ambiental de Naciones Unidas (UNEPFI)** desde 2003 y desde 2012 a los **Principios para la Sostenibilidad** en Seguros promovidos por esta iniciativa.

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

La siguiente tabla muestra los Principios para la Sostenibilidad en Seguros, y como MAPFRE trabaja en su integración en el negocio, a través de la información reportada en este informe anual, y los indicadores GRI 4, asociados a dichos principios:



## Principios para la Sostenibilidad en Seguros

PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RS DE MAPFRE 2014	INDICADORES GRI 4 ASOCIADOS (R)
<p><b>1</b> INTEGRAR EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES LAS CUESTIONES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA (CUESTIONES ASG) PERTINENTES A LA ACTIVIDAD DE SEGUROS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Carta del Presidente</b></li> <li>– <b>MAPFRE y la Responsabilidad Social:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Proceso de Materialidad</li> <li>&gt; Stakeholders o grupos de interés: tabla de compromisos</li> <li>&gt; La actuación ética y socialmente responsable:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- compromisos internacionales Pág.</li> <li>- la gestión de factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno: referencia a las nuevas Políticas de Riesgos y cumplimiento; convertir el Riesgo en Oportunidad: formación.</li> <li>- medidas de prevención y control: cuadro de Políticas, normativas, protocolos, etc.; tabla de formación.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>– <b>MAPFRE y sus empleados:</b> Formación.</li> <li>– <b>MAPFRE y los clientes:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Innovación en productos y servicios 2014.</li> <li>&gt; Productos y Servicios de alto contenido social y medioambiental.</li> <li>&gt; Reclamaciones y quejas.</li> </ul> </li> <li>– <b>MAPFRE y los profesionales y las entidades que colaboran en la distribución de sus productos:</b> Selección y formación.</li> <li>– <b>MAPFRE y los proveedores:</b> Norma Corporativa de Compras; Criterios de Homologación</li> <li>– <b>Dimensión medioambiental de MAPFRE:</b> Cambio Climático y Biodiversidad.</li> <li>– Adhesión a la Declaración de Riesgos Climáticos de la Asociación de Ginebra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS:</b> Indicadores G4-1, 2</li> <li>– <b>GOBIERNO:</b> Indicadores G4-34 - 55</li> <li>– <b>DESEMPEÑO ECONÓMICO:</b> Indicador G4-EC2, EC8</li> <li>– <b>DESEMPEÑO AMBIENTAL:</b> Indicadores G4-EN12, EN14, EN27, EN29, EN31</li> <li>– <b>DESEMPEÑO SOCIAL:</b> Indicadores G4-LA12, LA13; HR1, HR3; PR1, PR5</li> <li>– <b>SUPLEMENTO FINANCIERO:</b> Indicadores FS1 - FS4, FS7 - FS9, FS11 - FS12, FS15 - FS16</li> </ul>



PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RS DE MAPFRE 2014	INDICADORES GRI 4 ASOCIADOS (R)
<p><b>2</b> COLABORAR CON LOS CLIENTES Y SOCIOS COMERCIALES PARA CONCIENCIAR SOBRE LAS CUESTIONES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA, GESTIONAR EL RIESGO Y DESARROLLAR SOLUCIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Carta del Presidente</b></li> <li>– <b>MAPFRE y la Responsabilidad Social:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Proceso de Materialidad</li> <li>&gt; Stakeholders o grupos de interés: tabla de compromisos</li> <li>&gt; La actuación ética y socialmente responsable:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- la gestión de factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno: referencia a las nuevas Políticas de Riesgos y cumplimiento; convertir el Riesgo en Oportunidad: formación a clientes</li> <li>- medidas de prevención y control: cuadro de Políticas, normativas, protocolos, etc.; tabla de formación.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>– <b>MAPFRE y sus clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Canales de atención al cliente</li> <li>&gt; Innovación en productos y servicios 2014</li> <li>&gt; Productos y Servicios de alto contenido social y medioambiental</li> <li>&gt; Reclamaciones y quejas</li> </ul> </li> <li>– <b>MAPFRE y sus proveedores</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Norma Corporativa de Compras</li> <li>&gt; Evaluación</li> <li>&gt; Canales de relación con proveedores y sistemas de apoyo.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>DESEMPEÑO AMBIENTAL:</b> G4-EN1, EN2, EN7, EN27</li> <li>– <b>DESEMPEÑO SOCIAL:</b> G4-LA11, LA12, LA13; HR2, HR7, HR10</li> <li>– <b>SUPLEMENTO FINANCIERO:</b> FS5, FS10, FS16</li> </ul>
<p><b>3</b> COLABORAR CON LOS GOBIERNOS, LOS REGULADORES Y OTROS GRUPOS DE INTERÉS FUNDAMENTALES, CON EL FIN DE PROMOVER UNA ACCIÓN AMPLIA EN TODA LA SOCIEDAD SOBRE LOS TEMAS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>MAPFRE y la Responsabilidad Social:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Stakeholders o grupos de interés. Tabla de compromisos</li> <li>&gt; Principales asociaciones.</li> <li>&gt; La actuación ética y socialmente responsable:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- la gestión de factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno: convertir el Riesgo en Oportunidad: formación y publicaciones especializadas</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS:</b> G4-15, 16</li> <li>– <b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES:</b> G4-24 – 27</li> <li>– <b>DESEMPEÑO ECONÓMICO:</b> G4-EC3</li> <li>– <b>DESEMPEÑO AMBIENTAL:</b> G4-EN14, EN15</li> <li>– <b>DESEMPEÑO SOCIAL:</b> G4-SO5</li> </ul>
<p><b>4</b> RENDIR CUENTAS Y MOSTRAR TRANSPARENCIA, DIVULGANDO DE MANERA PÚBLICA Y PERIÓDICA LOS AVANCES EN LA APLICACIÓN DE ESTOS PRINCIPIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Carta del Presidente</b></li> <li>– <b>MAPFRE y la Responsabilidad Social:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Materialidad</li> <li>&gt; La actuación ética y socialmente responsable:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- compromisos internacionales</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>– <b>Información complementaria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social.</li> <li>&gt; Web corporativa: <a href="http://www.mapfre.com">www.mapfre.com</a></li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>PARÁMETROS DE LA MEMORIA:</b> G4-18 – 23; 32, 33</li> <li>– <b>DESEMPEÑO SOCIAL:</b> G4-PR6</li> </ul>

Además, FUNDACIÓN MAPFRE realizó la traducción oficial al español de estos principios y está disponible para su consulta en la siguiente dirección: [http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es\\_es/images/PSI-principios-sostenibilidad-seguros\\_tcm164-25621.pdf](http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/images/PSI-principios-sostenibilidad-seguros_tcm164-25621.pdf)

En 2014, MAPFRE, como miembro de la Asociación de Ginebra, ha suscrito la Declaración de Riesgos Climáticos, un conjunto de principios orientadores sobre el papel que el seguro puede desempeñar en los esfuerzos mundiales para combatir los riesgos relacionados con el cambio climático.

### 3.3.2 Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno

[G4-2]

MAPFRE asume el impacto que su actividad mercantil genera en el entorno y en la Sociedad. Su modelo de actuación en responsabilidad social y su política en la materia, facilitan la integración en el negocio de los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (llamados aspectos ASG).

Durante los últimos años, el sector asegurador se ha tenido que enfrentar a las consecuencias financieras y reputacionales de los riesgos denominados “emergentes” que surgen, entre otros, de las expectativas y necesidades ambientales, sociales y de gobernanza de la sociedad.

MAPFRE es consciente de que un adecuado seguimiento de los aspectos ASG permite a la organización obtener información adicional sobre esos riesgos potenciales y entender mejor los movimientos y transformaciones sociales o expectativas de los stakeholders (inversores, clientes, reguladores, distribuidores, público en general, empleados, etc.).

En este sentido, la gestión de riesgos ASG, ayuda en la toma de decisiones en áreas tan importantes como son la suscripción, la inversión, la innovación en productos y servicios y la gestión de la reputación, esta última, esencial para generar confianza en nuestros stakeholders.

La integración en la gestión de estos riesgos, junto con los riesgos propios, tradicionales de la actividad aseguradora, permite desarrollar y promover negocios más responsables y sostenibles.

Aunque estos riesgos a veces precisan de técnicas no convencionales para su evaluación, los mecanismos de aseguramiento (entendido como técnica de transferencia de riesgos a un tercero previo pago de una prima) son similares, a los que se utilizan en la industria aseguradora, que siempre ha demostrado su capacidad de anticiparse, integrar y dar cobertura a riesgos emergentes.



### Los Factores ASG en MAPFRE

[G4-14 - 16, 45, 47; EC2; HR1, HR5, HR6; FS4, FS9 - FS11]

Desde 2004, fecha de adhesión de MAPFRE al Pacto Mundial de Naciones Unidas, la entidad asume la obligación de integrar en el negocio sus 10 principios de actuación, principios que se relacionan con cuatro áreas muy específicas: Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción. Esta ha sido la base principal que MAPFRE ha utilizado para identificar los factores ASG, junto con otros documentos de referencia como el informe *The Global State of Sustainable Insurance Understanding and Integrating Environmental, Social and Governance Factors In Insurance*, publicado por UNEPFI (United Nations Environmental Program Financial Initiative) y que dio lugar a los Principios para la Sostenibilidad en Seguros, a los que MAPFRE se adhirió en 2012 y, el estudio realizado por la agencia española Servimedia, entre medios de comunicación y miembros del tercer sector, sobre las preocupaciones sociales en España y en el mundo.

Conscientes de que los factores ASG no son estáticos, sino que cambian y evolucionan en función del desarrollo del entorno político, económico y social a nivel global y local, el Comité Corporativo de Responsabilidad Social de MAPFRE los revisa y, en su caso, actualiza periódicamente.

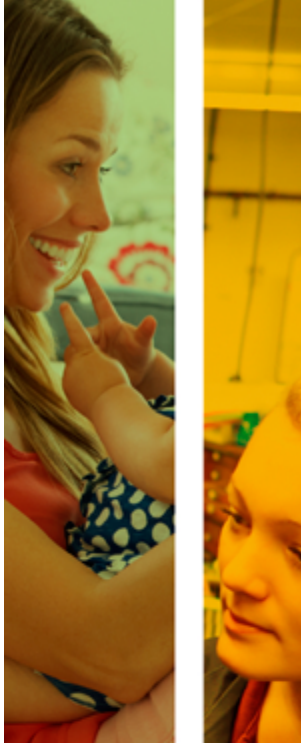




Tabla de factores ASG de MAPFRE

TIPOS DE FACTORES	FACTORES Y CRITERIOS ESPECÍFICOS	FACTORES Y CRITERIOS COMUNES
<b>Ambientales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cambio climático</li> <li>– Eco-eficiencia: optimización de recursos</li> <li>– Preservación de la biodiversidad y la degradación de los ecosistemas</li> <li>– Contaminación</li> </ul>	<p>Derechos Humanos Comunidades Reputación</p>
<b>Sociales</b>	<p><b>Derechos Laborales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Aplicación de los convenios de la Organización Internacional del trabajo (ILO)</li> <li>– Empleo</li> <li>– Igualdad y no discriminación</li> <li>– Inclusión de colectivos vulnerables o de riesgo</li> <li>– Formación y desarrollo profesional</li> <li>– Salario digno</li> <li>– Conciliación de la vida laboral y personal</li> </ul> <hr/> <p><b>Seguridad y Salud</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Prevención: accidentes, bajas laborales, etc.</li> <li>– Salud: envejecimiento de la población, promoción de entornos saludables y programas globales</li> <li>– Seguridad: garantizar un entorno laboral seguro y confiable</li> </ul> <hr/> <p><b>Responsabilidad con los clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Marketing responsable</li> <li>– Canales de reclamación y seguimiento</li> <li>– Seguridad y protección de datos</li> <li>– Innovación en productos y servicios</li> <li>– Negocios inclusivos: inclusión aseguradora</li> </ul> <hr/> <p><b>Cadena de valor (proveedores, subcontratas, etc.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Política y procedimientos de compras integrados: Selección, homologación y contratación incorporando criterios de responsabilidad social y medioambientales</li> <li>– Análisis y evaluación: Derechos laborales, Seguridad y Salud, Derechos Humanos, Medio Ambiente</li> </ul>	<p>Derechos Humanos Comunidades Reputación</p>
<b>Gobierno</b>	<p><b>Ética, Integridad y principios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Órganos de gobierno: <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Liderazgo del Consejo</li> <li>&gt; Anticorrupción y soborno</li> <li>&gt; Transparencia fiscal</li> <li>&gt; Reglamentos/Códigos Éticos y de Conducta: seguimiento, cumplimiento, evaluación, mecanismos de denuncia (internos y externos) transparencia</li> </ul> </li> <li>– Protección de los derechos de los accionistas</li> </ul>	<p>Derechos Humanos Comunidades Reputación</p>

## Análisis de Riesgos ASG

[G4-14 - 16, 45, 47; EC2; HR1, HR5 - HR7; SO3, SO4; FS1 - FS4, FS9 - FS11]

En febrero de 2014 MAPFRE aprobó dos políticas importantes en este ámbito:

— **La Política de Gestión de Riesgos del Grupo**, con los siguientes objetivos:

- > establecer las pautas generales, los principios básicos y el marco general de actuación en materia de gestión de riesgos.
- > promover una sólida cultura y un sistema eficaz de gestión de riesgos.
- > asegurar que el análisis de los posibles riesgos forme parte del proceso de toma de decisiones.
- > preservar la solvencia y fortaleza financiera del Grupo.

— **La Política de la Función de Cumplimiento del Grupo**, que establece como objetivo principal, minimizar la probabilidad de que se materialice el riesgo de cumplimiento, estableciendo para ello mecanismos de prevención y control eficaces, fomentando la formación del personal en la materia y promoviendo una cultura ética y de cumplimiento en toda la organización.

Por otra parte, el marco de gobierno fijado por la **Política de Gestión de Riesgos** establece que la máxima responsabilidad sobre la identificación, medición, vigilancia, gestión y mitigación de los riesgos, recae en los Órganos de Gobierno del Grupo (Consejo de Administración, Comisión Delegada y Comité de Auditoría). Además, el Consejo ha designado como Director de Riesgos al Vicepresidente Primero - Director General del Área Financiera de MAPFRE S.A.-, que asume la función de supervisar el correcto funcionamiento del sistema de gestión de riesgos y que cuenta, además, con el Comité Director de Solvencia II, el Comité de Seguridad y Medio Ambiente y seis áreas de intervención: Actuarial, Auditoría Interna, Control Interno y Riesgo Operacional, Cumplimiento, Gestión de Riesgos y Seguridad y Medio Ambiente (*La política de riesgos y los sistemas para su gestión y control están tratados de forma más extensa en el Informe de Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados. Gestión de Riesgos, páginas 49, 65 y 150*).

Muchos de los factores ASG enunciados en la tabla (pág. 39) se analizan específicamente por las áreas anteriormente mencionadas y se recogen, principalmente, en los Riesgos Operacionales, en los Riesgos Estratégicos y de Gobierno Corporativo, en los Riesgos de Cumplimiento y en los Riesgos de Seguridad y Medio Ambiente.

**I. Los Riesgos Operacionales:** el control de los riesgos operacionales y de procesos de negocio se promueve a través de Riskm@p, aplicación informática desarrollada internamente en MAPFRE, e incluye los riesgos derivados de fallos o inadecuaciones de sistemas, personas, procesos internos o eventos externos. Estos riesgos se agrupan en 10 áreas de riesgo: Actuarial, Jurídica, Tecnológica, Personal, Colaboradores, Procedimientos, Información, Fraude, Mercado y Bienes Materiales (ver cuadro adjunto).

La metodología establecida en MAPFRE permite:

- Identificar el nivel de exposición a los riesgos operacionales y de procesos de negocio que existe en MAPFRE (en las compañías filiales, en las Áreas Regionales y en el Grupo, además de los asociados al sector), a través del mapa donde se identifican los riesgos críticos.
- Elaborar un mapa de controles que, conocida la criticidad del riesgo, considere la efectividad de los controles implantados.
- Realizar un seguimiento de las medidas establecidas para la mitigación y/o eliminación de riesgos y para la mejora de los controles establecidos.

El modelo de control de riesgos operacionales y de procesos de negocio establecido se basa en un análisis dinámico por procesos de las diferentes Unidades de negocio, de forma que los gestores de cada área o departamento identifiquen y evalúen los riesgos potenciales que afectan tanto a los procesos de negocio como de soporte (Actividades Comerciales, Atención al Cliente, Coaseguro / Reaseguro, Comisiones, Desarrollo de productos, Emisión, Gestión administrativa, Inversiones, Provisiones técnicas, Recursos Humanos, Siniestros / Prestaciones y Sistemas tecnológicos).

En la siguiente tabla, se describen los tipos de riesgos operacionales de MAPFRE y que tienen relación con los factores ASG.

## Tipos de riesgos operacionales de MAPFRE/factores ASG

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
ACTUARIAL	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; la incorrecta definición de la política de reaseguro y los derivados de su incumplimiento</li> <li>&gt; la inapropiada tarificación de productos y revisión de tarifas</li> </ul>
JURÍDICA	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; el desconocimiento o no aplicación de la normativa legal, fiscal o específica de la actividad o por la realización de operaciones al margen de las leyes que gobiernan en los países</li> <li>&gt; la no existencia de contratos mantenidos en la entidad, errores en su formalización/elaboración, no revisión de los mismos.</li> <li>&gt; La incorrecta gestión de las reclamaciones y quejas y de operaciones sospechosas y obligatorias de blanqueo de capitales</li> </ul>
TECNOLÓGICA	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; una inconsistente red tecnológica y líneas de comunicación (RCCM, ADSL telefónicas, fax, LAN/WAN, etc.)</li> <li>&gt; una deficiente seguridad y protección de los sistemas tecnológicos y aplicaciones informáticas existentes, así como en el acceso (<i>passwords</i>) o encriptación de datos</li> <li>&gt; la inexistencia de aplicaciones (<i>software</i>), la falta de adaptación de éstas a las necesidades de las áreas, e insuficiente integración entre las distintas aplicaciones</li> </ul>
PERSONAL	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; la falta de formación, experiencia y capacitación de los empleados de la compañía o la no adaptabilidad del personal a la visión, misión y valores de la entidad. Se incluyen aspectos relacionados al dimensionamiento de los departamentos</li> </ul>
COLABORADORES	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; la falta de formación, experiencia y capacitación de la estructura comercial de la compañía o de los profesionales externos contratados por la entidad</li> <li>&gt; la no adaptabilidad de la red comercial o profesionales externos a la visión, misión y valores de la entidad</li> <li>&gt; el insuficiente dimensionamiento de la estructura comercial o profesionales externos colaboradores</li> </ul>
PROCEDIMIENTOS	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; un inconsistente diseño de políticas, procedimientos, planes y normativa interna de cada uno de los procesos de gestión</li> <li>&gt; la incorrecta ejecución de los anteriores</li> </ul>
INFORMACIÓN	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; una incorrecta comunicación o transacción de la información</li> <li>&gt; la falta de confidencialidad en el tratamiento de la misma</li> <li>&gt; la insuficiencia o no fiabilidad, ni veracidad de la información</li> </ul>
FRAUDE	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; la falta de herramientas y procedimientos para detectar y prevenir acciones fraudulentas realizadas tanto por personas ajenas a la organización como por personas pertenecientes a la misma</li> </ul>
MERCADO	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; el desconocimiento del mercado en el que se opera</li> <li>&gt; la incapacidad de reacción ante los cambios que se producen en los mercados</li> <li>&gt; el deterioro de la imagen de la entidad ante la sociedad y los mercados</li> </ul>
BIENES MATERIALES	<p><b>Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; la falta de medios técnicos y materiales (se incluyen <i>hardware</i>)</li> <li>&gt; la inapropiada gestión y protección de los activos</li> </ul>

**II. Riesgos Estratégicos y de Gobierno Corporativo:** que incluye los riesgos de ética empresarial y de Buen Gobierno Corporativo, de estructura organizativa, de alianzas, fusiones y adquisiciones derivados del entorno regulador y, finalmente, el de competencia.

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. Además cuenta con la Política de Función de Cumplimiento.

**III. Riesgos de Cumplimiento:** definido como el riesgo de sanciones regulatorias o legales, pérdidas financieras materiales o pérdidas de reputación que puede sufrir una entidad como resultado de incumplir las leyes, regulaciones, reglas y estándares internos y externos o requerimientos administrativos aplicables a su actividad.

En relación con el proceso de gestión del riesgo de cumplimiento, durante el ejercicio 2014 se ha avanzado en la estructuración e implantación de la función de Cumplimiento en las Unidades de Negocio, tanto españolas como de otros países en los que opera el Grupo, así como en la elaboración de un mapa de riesgos de cumplimiento con identificación y valoración de los mismos.

**IV. Riesgos de Seguridad y Medio Ambiente:** cuya identificación, tipificación, evaluación y seguimiento dependen de la Subdirección General de Seguridad y Medio Ambiente y del Comité de Seguridad y Medio Ambiente Corporativo, este último como órgano responsable de garantizar la correcta gestión de los riesgos de seguridad y medioambientales del Grupo, de manera alineada con los objetivos y necesidades empresariales de la compañía.

Las actuaciones llevadas a cabo por MAPFRE para la gestión de los riesgos de Seguridad y Medioambientales relacionados con los factores ASG son las siguientes:

— *Protección de la privacidad de los datos de los empleados, clientes y colaboradores:* MAPFRE cuenta con controles destinados a preservar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información que maneja y de los sistemas de información que la soportan. En este sentido, MAPFRE otorga la máxima prioridad a la protección de los datos de carácter personal de sus empleados, clientes, colaboradores y resto de grupos de interés.

— *Protección de las personas:* MAPFRE dispone de Planes de Emergencia y Autoprotección, así como de sistemas de seguridad, sistemas de protección contra incendios y protocolos específicos, destinados a prevenir daños a las

personas (y a los bienes que éstas pudieran tener) que se encuentren en sus instalaciones o en eventos organizados por la compañía. Además, se realizan acciones formativas e informativas para prevenir riesgos de seguridad en el ámbito privado de los empleados y colaboradores, en particular mediante consejos de cara a los periodos vacacionales, con motivo de viajes, etc.

— *Supervivencia de las operaciones en caso de desastre o catástrofe:* MAPFRE desarrolla planes de continuidad de negocio destinados a garantizar que sus clientes van a poder disponer de los servicios que MAPFRE les presta independientemente de que se produzcan situaciones de desastre o catástrofe.

— *Colaboración en la detección e investigación de actos delictivos:* MAPFRE colabora estrechamente con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, dando respuesta en tiempo y forma a las peticiones de información realizadas por estos organismos. En España, MAPFRE participa directamente en los programas “Coopera” con la Guardia Civil y “Red Azul” con la Policía Nacional. De manera adicional, MAPFRE forma parte de las redes internacionales FIRST y CERT, destinadas a la prevención, detección y respuesta en el ámbito de los delitos telemáticos. Con todo lo anteriormente expuesto, MAPFRE contribuye a la seguridad general de los entornos en los que lleva a cabo su actividad, incluyendo el ciberespacio.

— *Protección medioambiental:* MAPFRE dispone de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética con el que se identifican, evalúan y minimizan los riesgos ambientales causados por nuestra actividad. A través de este sistema, se evita el consumo indiscriminado o excesivo de energía y suministros, mediante la implantación de medidas de eco-eficiencia. En relación al cambio climático, MAPFRE ha aprobado el Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático a 2020, donde se definen actuaciones concretas en cuanto a la adaptación, mitigación y compromiso de reducción de emisión de gases de efecto invernadero, relacionados con las plagas biológicas y epidémicas, y los riesgos de la naturaleza o catastróficos.



## La importancia de convertir los riesgos en oportunidades de negocio

Las empresas aseguradoras juegan un papel importante a la hora de afrontar los desafíos globales en sostenibilidad. Por esta razón, una adecuada gestión de los riesgos ASG permite a la empresa desarrollar nuevos productos para mitigar y reparar los impactos negativos, en caso de producirse, derivados de esos riesgos.

En este sentido, los riesgos derivados del cambio climático son los que tradicionalmente han tenido y tienen un mayor impacto económico, siendo también los que han tenido un mayor desarrollo durante estos últimos años. Pero las demandas sociales en torno a los riesgos relacionados con otros factores como el envejecimiento de la población, los derechos humanos, la desigualdad económica y social, la ética de las organizaciones y la reputación, entre otros, ofrecen la oportunidad a las empresas aseguradoras de desarrollar productos innovadores, relacionados con estos factores ASG, que impacten de forma positiva las sociedades en las que operan.

Por otra parte, además de la gestión adecuada de los riesgos, es necesario generar una cultura aseguradora entre los clientes y la sociedad, para tomar conciencia de la importancia de conocer, prevenir y adoptar soluciones de protección y mitigación de los diferentes riesgos que pueden existir en la vida personal y profesional, para que llegado el momento, se puedan afrontar sin que afecten al patrimonio.

MAPFRE **facilita a sus clientes/ asegurados y reasegurados la posibilidad de tener una atención individualizada y un asesoramiento experto, desde las diferentes líneas de negocio que les permite obtener una adecuada protección financiera de sus riesgos, a través de coberturas de seguro y reaseguro.** (Para ampliar la información ver página 89 de MAPFRE y sus Clientes).

Ejemplos de buenas prácticas:

Una buena práctica que se realiza en España, a través de MAPFRE EMPRESAS, es el modelo **Empresas 360°** que permite a las pequeñas y medianas empresas clientes (algunas de ellas con facturaciones de más de 20 millones de euros) tener acceso, de forma gratuita, a un análisis integral de los riesgos asociados a su actividad, y cómo gestionarlos adecuadamente mediante soluciones aseguradoras, adaptadas a sus necesidades.

Firmes con el compromiso de contribuir a la mejora económica y social de los países en los que opera, MAPFRE desarrolla microseguros y productos dirigidos específicamente a colectivos con niveles de renta limitados, sobre todo en América Latina. Esta línea de trabajo, permite contribuir a reducir las desigualdades sociales y la pobreza, a proteger el patrimonio de las familias que ponen en marcha pequeños emprendimientos o negocios básicos, a mejorar la dignidad de las personas que pueden acceder a dar sepultura a sus familiares o acceder a un nivel básico de productos de Salud, etc. Además, por la forma en la que se comercializan algunos de estos productos, también se contribuye a generar empleo en zonas deprimidas.

(Para ampliar la información ver páginas 84 MAPFRE y sus Clientes)

**MAPFRE promueve la cultura aseguradora y el conocimiento en gestión de riesgos a clientes y no clientes, organizando cursos formativos especializados, foros, jornadas internacionales y mediante publicaciones específicas relacionadas con la gestión de riesgos:**

— **Formación:** MAPFRE RE ha desarrollado en 2014 más de 28 seminarios, jornadas, foros y conferencias, tanto en España como en Argentina, Colombia, Filipinas, Malta, México, Panamá, París, Portugal y República Dominicana.

**FUNDACIÓN MAPFRE**, a través del Área Seguro y Previsión Social, cuya información se puede consultar en la siguiente dirección: [http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es\\_es/seguro-prevision-social/formacion-y-cursos/](http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/seguro-prevision-social/formacion-y-cursos/)

— Publicaciones especializadas:

> Revista Trébol, disponible en la siguiente dirección: <http://www.mapfre.com/mapfrere/es/cinformativo/revista-trebol.shtml>

> Gerencia de Riesgos y Seguros de FUNDACIÓN MAPFRE - <http://www.mapfre.com/fundacion/html/revistas/gerencia/n119/es/index.html>. En esta dirección se puede acceder, además libros y documentos especializados en riesgos, así como los principales eventos/ agenda en este ámbito.

> Publicaciones en las que colabora MAPFRE RE, relacionadas con terremotos y tsunamis, Efectos destructivos de ciclones tropicales, riesgos y seguro en la industria agroalimentaria y en la construcción, entre otros, y que están publicadas en la página web: <http://www.mapfre.com/mapfrere/es/cinformativo/otras-publicaciones.shtml#>

Cabe destacar que MAPFRE es miembro de **CRO Forum, de la Asociación de Ginebra**, del European Financial Services Roundtable, del CFO Forum y del Pan-European Insurance Forum y es miembro de UNEPFI. Todas ellas promueven el análisis, la investigación y el debate sobre cuestiones políticas, económicas y sociales que pueden afectar a la industria aseguradora y a la gestión de sus riesgos.



### 3.3.3 Medidas de prevención y cumplimiento, a disposición de los empleados [G4-HR2, HR6 - HR8; SO3, SO4]

Tabla de Políticas, normativas, procedimientos, protocolos y otros documentos de referencia a disposición de los empleados

#### Políticas

- Código de Buen Gobierno
- Código Ético y de Conducta
- Estatuto del Área de Gestión de Riesgos
- Estatuto de Auditoría Interna
- Política de Auditoría Interna
- Política de Continuidad de Negocio
- Política de Control Interno
- Política Escrita del Área Actuarial del Grupo MAPFRE
- Política de Función de Cumplimiento del Grupo MAPFRE
- Política de Gestión de Riesgos del Grupo MAPFRE
- Política Medioambiental y Energética
- Política de Responsabilidad Social
- Política de Seguridad Corporativa
- Política de Seguridad de la Información
- Principios de Política Preventiva
- Política de actuación en Medios y Redes Sociales

#### Normativas, Protocolos y Reglamentos

- Norma Corporativa de Compras
- Norma de Gastos
- Norma de Uso de Internet
- Normativa sobre Seguridad de la Información
- Norma sobre el Uso del Tabaco
- Normas Prevención de Blanqueo de Capitales
- Protocolo para la Prevención y el Tratamiento del Acoso
- Procedimiento Activación de Roaming por Viaje Laboral
- Reglamento de funcionamiento para la Solución de Conflictos entre las Sociedades del GRUPO MAPFRE y de los Usuarios de sus Servicios Financieros.



#### Otros documentos de referencia

- Nuevo posicionamiento estratégico de MAPFRE
- Planes de Prevención
- Aspectos Básicos sobre Ley Orgánica de Protección de Datos
- Aspectos Básicos sobre la Cláusula de Confidencialidad
- Aspectos Básicos sobre la Cláusula Informativa
- Guía de uso de Medios y Redes Sociales
- Guía y normas de atención al cliente en Medios y Redes Sociales
- Catálogo de Operaciones de Riesgo para Empresas de Servicios de Inversión
- Catálogo de Operaciones de Riesgo para Entidades Aseguradoras

- Canal de Denuncias Financieras y Éticas: acceso a los canales de denuncias MAPFRE
- Solución de Conflictos entre las Sociedades del GRUPO MAPFRE y de los Usuarios de sus Servicios Financieros: acceso al formularios de reclamación.



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

**Código Ético y de Conducta y Comité de Ética:**  
[G4-49, 50, 57; LA16; HR3; HR12]

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

**Código Ético y de Conducta: principales contenidos**

**1) RELACIONES CON Y ENTRE LOS EMPLEADOS:**

- Derechos laborales
- Compromiso, Eficiencia y Desarrollo Profesional
- Respeto a las personas
- Igualdad de oportunidades y no discriminación
- Conciliación de la vida laboral y personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Protección y uso apropiado de los bienes de la empresa
- Confidencialidad de la Información y Protección de datos de carácter personal

**2) RELACIONES CON TERCEROS**

- Marca e imagen de la empresa
- Calidad del servicio, atención al cliente y competencia leal
- Relación con proveedores
- Relación con los socios
- Conflictos de intereses
- Anticorrupción y soborno

**3) RESPONSABILIDAD SOCIAL:**

- Política de actuación
- Política medioambiental
- Transparencia de la información

**4) CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA:** Comité de Ética: competencias, composición y régimen de funcionamiento

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

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

Durante el ejercicio 2014 el Comité de Ética no ha recibido consultas relacionadas con este procedimiento. Asimismo, durante dicho ejercicio el Comité no ha recibido denuncias relacionadas con el Código de Ética y Conducta, por los canales establecidos al efecto.

**Canal de Denuncias Financieras y Éticas:**  
[G4-58]

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

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

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

Dentro del **Canal de Denuncias se establece también el Canal de Consultas y Denuncias Éticas**, que permite que cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o que observe una situación que pudiera suponer un incumplimiento o vulneración de cualquiera de los principios y normas éticas o de conducta establecidas en el mismo, pueda comunicarlo al Comité de Ética, de forma confidencial y con total garantía. El Canal de Consultas y Denuncias Éticas es accesible a todos los empleados, a través del buzón electrónico [www.mapfre.com/Etica](http://www.mapfre.com/Etica). Los empleados también pueden plantear sus consultas y denuncias por correo postal.



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

#### **Cumplimiento:**

El Grupo asume permanentemente el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético y tolerancia cero con el incumplimiento normativo. Bajo esta premisa, persigue la consecución de un entorno global de cumplimiento, incluyendo tanto las leyes y demás disposiciones normativas, como las reglas y estándares internos y externos.

La tolerancia cero con el incumplimiento se complementa con las actuaciones preventivas desarrolladas por la función de cumplimiento del GRUPO MAPFRE para mitigar el riesgo de que eventualmente pudiera producirse un incumplimiento.

Esta función coadyuva a que el Grupo minimice este riesgo, fomenta la concienciación sobre la necesidad de cumplir la normativa interna y externa y asegura que el cumplimiento quede perfectamente integrado en su cultura y en el desarrollo de todas sus actividades. Asimismo, es importante subrayar que todo el personal es responsable de integrarse en la cultura de cumplimiento.

La gestión efectiva del riesgo de cumplimiento es considerada como un impulso básico para el crecimiento sostenible y rentable, a la vez que colabora en la protección de la solvencia, integridad y reputación de MAPFRE y respalda al Grupo en la consecución de sus objetivos estratégicos.

#### **Control Interno:**

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

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

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

- > La eficacia y eficiencia de los procesos internos.
- > La confianza de las partes interesadas (la Sociedad, los beneficiarios, la administración, etc.)

> La disponibilidad de recursos, ya que un menor número de riesgos indefinidos o no controlados implica la liberación de recursos que se destinaban a tal fin.

#### **Prevención del Blanqueo de Capitales:**

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

#### **Prevención del Fraude y la Corrupción:**

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, y durante la tramitación del mismo, con ánimo de obtener un enriquecimiento injusto de la aseguradora. En los diferentes países se realizan actividades formativas y divulgativas, en algunos casos en colaboración con instituciones sectoriales, que permitan identificar y prevenir acciones fraudulentas.

Asimismo, desde el Subcomité sobre Sistemas de Gestión Anticorrupción, de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), se ha participado en los trabajos de elaboración de la futura norma ISO PC 278 Anti-Bribery Management Systems, que permitirá elaborar el estándar internacional en la materia. El establecimiento de normas auditables en este campo contribuirá a mejorar el ambiente de control en las empresas.

#### **Seguridad:** [G4-HR7, HR8; PR8]

La seguridad es un aspecto fundamental en todas las actividades que MAPFRE realiza y por ello, desde el punto de vista de la responsabilidad social, se centra en la protección de los trabajadores, la salvaguarda de la información de sus clientes y otros grupos de interés, y la sostenibilidad de sus operaciones y de los servicios que presta.

La protección de los trabajadores se materializa proporcionando un entorno de trabajo seguro consecuencia del mantenimiento preventivo de las instalaciones; la dotación de planes de autoprotección en los centros de trabajo; el diseño de medidas específicas en viajes y desplazamientos (especialmente a zonas con inestabilidad); y el apoyo directo y especializado ante la aparición de situaciones de riesgo.

El compromiso con la seguridad de la información relativa a los clientes se concreta, entre otros aspectos, en el establecimiento de altos estándares de cumplimiento de las obligaciones normativas en materias de privacidad y protección de datos. Para ello, se establecen medidas de salvaguarda de diversa índole, garantizando la confidencialidad e integridad necesaria y respondiendo así a la confianza depositada por clientes, accionistas y demás grupos de interés.

En este sentido, en 2014 al Grupo MAPFRE no se le ha abierto ningún expediente sancionador por temas relacionados con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD).

Asimismo, los procesos de negocio incorporan desde su inicio criterios de seguridad para minimizar los riesgos e incidentes y posibilitar el normal desarrollo de las actividades.

Además, se diseñan e implantan soluciones de continuidad de negocio que garantizan el mantenimiento de los servicios que se prestan a los clientes ante situaciones de contingencia grave, contribuyendo así a la sostenibilidad de las operaciones de negocio.

Para posibilitar todas estas actuaciones se promueve la formación y certificación en materia de seguridad de los trabajadores en el desarrollo de sus funciones y como garantía de calidad en la prestación de servicios. Así, en 2014 se han impartido más de 8.198 horas en formación al personal responsable de los distintos procesos de seguridad, y se ha elevado a 240 el número de certificaciones y acreditaciones personales que respaldan y avalan la cualificación de sus profesionales. Además, el 63% personal de seguridad recibe formación sobre las políticas y normas de la organización en materia de Derechos Humanos relevantes para las actividades que tienen que desarrollar.

#### **Formación en Responsabilidad Social:** **[G4-SO4; FS4]**

Curso, diseñado en formato on-line, que permite identificar la actividad diaria de quienes trabajan en la empresa con los principios y políticas de MAPFRE en el ámbito de la responsabilidad social, cultura y valores corporativos, así como el compromiso que el Grupo tiene con los derechos humanos, derechos laborales, el respeto y cuidado del medio ambiente así como con las prácticas transparentes y de no corrupción.

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

**Tabla 1. Formación a empleados en políticas y sistemas anti-corrupción.**

TIPO DE CURSO		2014
Código ético y de conducta	Nº empleados	6.512
	Horas totales	6.610
Responsabilidad Social	Nº empleados	4.829
	Horas totales	4.969
Control Interno	Nº empleados	3.230
	Horas totales	3.284
Corrupción	Nº empleados	2.457
	Horas totales	2.128
Blanqueo de Capitales	Nº empleados	4.205
	Horas totales	4.205
Lucha contra el Fraude	Nº empleados	8.477
	Horas totales	10.911
Igualdad	Nº empleados	2.887
	Horas totales	2.914
Cultura y Valores Corporativos	Nº empleados	4.988
	Horas totales	16.233

(Se ha cambiado el criterio de presentación de los datos, razón por la que no se muestran datos comparables de 2013)

#### **Auditorías de Responsabilidad Social:**

La Dirección General de Auditoría Interna ha realizado 122 trabajos especiales en 2014 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 y del Informe de Responsabilidad Social Corporativa.

### 3.3.4 Principales asociaciones

[G4-15, 16]

## IBERIA

	PRINCIPALES ASOCIACIONES 2014
España	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Aseguradores de Riesgos Nucleares (UNESPA).</li> <li>– Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO)</li> <li>– Asociación Española de Gerencia de Riesgos (AGERS).</li> <li>– Asociación española de marketing directo y Academia de las ciencias y las artes de la televisión</li> <li>– Bureau Veritas</li> <li>– Comité de Calificación de Instaladores de Protección Activa contra Incendios (CEPREVEN)</li> <li>– Corporate Excellence</li> <li>– CRO Forum Asociación de Ginebra</li> <li>– European Financial Services Roundtable</li> <li>– Gestora de Conciertos para la Contribución a los Servicios de Extinción de Incendios A.I.E. (UNESPA)</li> <li>– Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEPMFI)</li> <li>– Instituto de Auditores Internos de España</li> <li>– Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA)</li> <li>– Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones (ICEA)</li> <li>– PanEuropean Insurance Forum</li> <li>– Red Española del Pacto Mundial</li> <li>– Tecnologías de la Información y Redes para las Entidades Aseguradoras (TIREA)</li> <li>– The European Insurance CFO Forum</li> <li>– Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (UNESPA)</li> </ul>
Portugal	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Associação Portuguesa de Seguradoras</li> <li>– Câmara Comercio e Industria Luso Espanhola</li> </ul>

## LATAM

	PRINCIPALES ASOCIACIONES 2014
Argentina	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS)</li> <li>– Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS)</li> <li>– Asociación de Marketing Bancario (AMBA)</li> <li>– Cámara Española de comercio de la República Argentina (CECRA)</li> <li>– Foro del Seguro</li> </ul>
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Brasileña de las Relaciones Empresa Cliente (ABRAREC)</li> <li>– Asociación Brasileña de Medios (ABA)</li> <li>– Asociación Brasileña de Gestión de Riesgos (ABGR )</li> <li>– Asociación Brasileña de Administradoras de Consorcios (ABAC)</li> <li>– Confederación Nacional de las Empresas de Seguros Generales, Previsión Privada y Vida, Salud Complementaria y Capitalización (CNSEG)</li> <li>– Federación de las Empresas de Previsión y Vida (FENAPREVI )</li> <li>– Federación Nacional de Seguros Generales (FENSEG)</li> <li>– Federación Nacional de Reaseguro de Brasil (FENABER)</li> <li>– Instituto Brasileño de Hospitalidad Empresarial (IBHE)</li> <li>– Organización Mundial del Turismo (OMT)</li> <li>– Asociación Brasileña de Comunicación Empresarial (ABERJE)</li> <li>– Agencia Nacional de Salud (ANS)</li> <li>– Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS)</li> <li>– Asociación Internacional de Derecho de Seguros (AIDA)</li> <li>– Asociación Brasileña de Operadores de Turismo</li> <li>– Federación Nacional de Capitalización (FENACAP)</li> <li>– Asociación Nacional para la Investigación y Desarrollo de Empresas Innovadoras (ANPEi)</li> <li>– Cámara Oficial Española de Comercio en Brasil</li> <li>– Asociación de Caución Panamericana (PASA)</li> <li>– Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI)</li> <li>– Sindicato de Trabajadores de las Telecomunicaciones en el Estado de São Paulo (SINETEL)</li> <li>– Club de técnicos de seguro del mercado (CVG)</li> <li>– Sindicato del sector asegurador</li> </ul>
Chile	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Chilena de Aseguradores de Chile (AACH)</li> <li>– Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G.(ACHET)</li> <li>– Cámara Oficial de Española de Comercio de Chile (CAMACOES)</li> </ul>

## LATAM (continuación)

Colombia	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Colombiana de Técnicos en Reaseguros (ACTER)</li> <li>– Asociación Colombiana de Derecho de Seguros (ACOLDESE)</li> <li>– Asociación latinoamericana de Suscriptores de Seguros Marítimos (ALSUM)</li> <li>– Asociación de Actuarios</li> <li>– Cámara de Comercio Bogotá (CCB) y Nivel Nacional</li> <li>– Cámara de Comercio Hispano Colombiana</li> <li>– Casa España</li> <li>– Centro de Experimentación y Seguridad Vial Colombia (CESVICOLOMBIA)</li> <li>– Consejo Colombiano de Seguridad (CCC)</li> <li>– Federación de Aseguradores Colombianos (FASECOLDA)</li> <li>– Fundación de Aseguradores Colombianos (FUNDASEG)</li> <li>– Instituto Nacional de Investigación y Prevención del Fraude (INIF). Instituto Nacional de Seguros (INS)</li> <li>– Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA)</li> <li>– Life Office Management Association (LOMA)</li> </ul>
Costa Rica	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación de Aseguradoras Privadas de Costa Rica (AAP)</li> </ul>
Ecuador	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cámara de seguros del Ecuador</li> <li>– Cámara Comercio de Guayaquil</li> <li>– Cámara oficial Española</li> </ul>
Guatemala	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Guatemalteca de Instituciones de Seguros</li> <li>– Asociación de Gerentes de Guatemala (AGG)</li> </ul>
Honduras	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cámara de Comercio e Industria del País</li> <li>– Cámara Hondureña de Aseguradores</li> <li>– Cámara Hondureña de la Construcción</li> <li>– Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial</li> </ul>
México	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) - Participación en el Comité de Automóviles</li> <li>– Cámara de Comercio</li> <li>– Club LideRS en Responsabilidad Social</li> <li>– Consejo Nacional de Armonización Contable (CONAC)</li> </ul>
Nicaragua	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Nicaraguense de Aseguradoras Privadas (ANAPRI)</li> <li>– Cámara Americana de Comercio de Nicaragua (AMCHAN)</li> <li>– Cámara de Comercio de Nicaragua</li> <li>– Cámara Oficial Española de Nicaragua</li> </ul>

## LATAM (continuación)

Panamá	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Panameña de Aseguradoras (APADEA)</li> <li>– Cámara de Comercio</li> <li>– Cámara Panameña de Empresas de Coretaje de Seguros (CAPECOSE)</li> <li>– Cámara Española de Comercio</li> <li>– Colegio Nacional de Productores de Seguros (CONALPROSE)</li> <li>– Superintendencia de Seguros</li> </ul>
Paraguay	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Paraguaya de Compañías de Seguros. (APCS)</li> <li>– Asociación Paraguaya para la Calidad</li> <li>– Cámara Oficial Española de Comercio en Paraguay</li> <li>– Club de Ejecutivos del Paraguay</li> <li>– Cámara de Anunciantes del Paraguay</li> </ul>
Perú	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Apeseg (Gremio Asegurador)</li> <li>– Asociación Peruana de Entidades Prestadoras de Salud</li> <li>– Cámara de Comercio Hispano Peruana</li> <li>– Cámara de Comercio Italo Peruana</li> </ul>
Puerto Rico	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación de Compañías de Seguros de Puerto Rico.</li> <li>– America National Association of Insurance Commissioners (NAIC)</li> <li>– Asociación de Compañías de Seguros de PR (ACODESE)</li> <li>– Asociación de Contratistas Generales de PR</li> <li>– Asociación de Ejecutivos de Ventas y Mercadeo de PR</li> <li>– Asociación de Garantía de Seguro de Vida e Incapacidad.</li> <li>– Asociación de Garantía de Seguros Misceláneos</li> <li>– Asociación de Garantías comité de reclamaciones</li> <li>– Asociación de Suscripción Conjunta de Seguro de Incendio y Líneas Aliadas</li> <li>– Cámara de Comercio de Puerto Rico</li> <li>– Cámara Oficial de Comercio Española en Puerto Rico</li> <li>– Concilio Postal de Usuarios de Puerto Rico (PCC siglas en ingles) adscrito al Departamento del Correo Federal de los EEUU.</li> <li>– Puerto Rico Automobile Assigned Risk Pool</li> <li>– Seguro Responsabilidad Médico Hospitalaria (SIMED)Comité de Reclamaciones</li> <li>– Sindicato de Aseguradores para la Suscripción Conjunta de Seguro de Responsabilidad Médicohospitalaria</li> <li>– Sociedad para la Gerencia de los Recursos Humano</li> <li>– The Surety &amp; Fidelity Association of America</li> </ul>

## LATAM (continuación)

República Dominicana	<ul style="list-style-type: none"><li>– ASIEX (Asociación de Empresas de Inversión Extranjera)</li><li>– Asociación Dominicana de Agencias de Viajes y Turismo (ADAVI)</li><li>– Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMSHAMDE)</li><li>– Cámara Dominicana de Aseguradores y Reaseguradores (CADOAR)</li><li>– Cámara oficial Española de Comercio Industria y Turismo.</li></ul>
El Salvador	<ul style="list-style-type: none"><li>– Asociación Salvadoreña de Empresas de Seguros</li><li>– Cámara Oficial Española de Comercio e Industria de El Salvador (CAMACOES)</li></ul>
Uruguay	<ul style="list-style-type: none"><li>– Asociación Uruguaya de Empresas Aseguradoras.</li></ul>
Venezuela	<ul style="list-style-type: none"><li>– Cámara Aseguradora de Venezuela</li><li>– Cámara Venezolana Española</li><li>– Cámara de Comercio</li></ul>

## INTERNACIONAL

### EEUU

Central Region (All have a national/regional focus):

- Ohio Ins Institute
- Ind Ins Agents & Brokers of Oregon
- Ind Insurance Agents of Kentucky
- Professional Independent Agents Association of Ohio
- Ins Brokers of Northern Ohio Prof Ins Agents of Tennessee
- Professional Ins Agents OR/ID Western Alliance
- Professional Ins Agents WA Kklub
- Pennsylvania Insurance Agents & Brokers ( PA Chapter)
- National Association of Insurance Professionals (Mainline PA Chaper)
- Philadelphia Insurance Society

MAPFRE supported the following National/Regional Organizations in New England:

- Massachusetts Association of Insurance Agents (MAIA)
- Independent Insurance Agents of Connecticut (IIAC)
- Professional Insurance Agents of Connecticut (PIACT)
- Independent Insurance Agents of Rhode Island (IIARI)
- Professional Insurance Agents of NH (PIANH) Independent Insurance Agents of NH (IIANH)
- Florida Association of Insurance Agents (FAIA)
- Seminole County Chamber of Commerce
- Central Florida Hispanic Chamber of Commerce
- Spain US Chamber of Commerce
- Coral Gables Chamber of Commerce
- BNI Prime Downtown Internations
- Latin American Association of Insurance Agents
- Spain Florida Foundation 500 Years
- Intermediaries & Reinsurance Underwriters Association (IRU)
- Crop Insurance and Reinsurance Bureau (CIRB)
- National Association of Mutual Insurance Companies (NAMIC)
- Property Casualty Insurers Association of America (PCIAA)

### Filipinas

- Cámara oficial Española de Comercio en Filipinas
- Main Association - Philippine Insurers and Reinsurers Association (PIRA)



## INTERNACIONAL (continuación)

Malta	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Din LArt Helwa</li> <li>– Finance Malta</li> <li>– LIMRA</li> <li>– Malta Chamber of Commerce</li> <li>– Malta Employers Association (MEA)</li> <li>– Malta Institute of Management (MIM)</li> <li>– Malta Insurance Association</li> <li>– The Foundation for Human Resources Development (HRD)</li> </ul>
Turquía	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Association of the Insurance, Reinsurance and Pension Companies of Turkey (TSB)</li> <li>– HR Association (PERYON)</li> <li>– International Investors Association of Turkey (YASED)</li> <li>– Training and Development Platform of Turkey (TEGEP)</li> </ul>
Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cámara Española de Comercio en Gran Bretaña</li> <li>– The International Association of Engineering Insurers (IMIA)</li> <li>– International Union of Aerospace Insurers (IUAI)</li> </ul>
Francia	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación Profesional de Reaseguradores en Francia (APREF)</li> <li>– Groupement d'Assurances de Resques Exceptionnels (GAREX)</li> </ul>
Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Union Professionnelle des Entreprises d'Assurances (ASSURALIA)</li> </ul>
Alemania	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Asociación alemana de la industria del seguro (GDV)</li> </ul>
Suiza	<ul style="list-style-type: none"> <li>– International Union of Marine Insurance (IUMI)</li> </ul>



# 4

## Dimensión Social de MAPFRE

### 4.1 MAPFRE Y SUS EMPLEADOS

[G4-EC5]

MAPFRE promueve un entorno laboral basado en un ambiente de confianza y compromiso mutuo, que permita el desarrollo profesional y personal de todos sus empleados, y sea estable y seguro, libre de ofensas, explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación.

El respeto mutuo, la integridad, la solidaridad y cooperación con los compañeros y el respeto a la legalidad deben ser la base de la conducta de todos los empleados.

Además, MAPFRE cuenta con un Código Ético y de Conducta, de obligado cumplimiento para todas las personas que integran MAPFRE, con independencia de su actividad o ubicación geográfica. Este código, al que se puede acceder tanto a través de la intranet como de la web corporativa, establece un canal de consultas y denuncias a disposición de los empleados.

Las políticas de recursos humanos tienen como objetivo potenciar el compromiso de los empleados con los valores de MAPFRE y desarrollar personas con habilidades y capacidades globales.

Este capítulo da respuesta a los cuatro de los 18 temas identificados como relevantes para MAPFRE y los stakeholders que han participado en el proceso de materialidad (empleados, proveedores y clientes) y que están directamente relacionados con la gestión de personas. Estos cuatro temas son:

**PROMOVER** un entorno de trabajo en el que se respeten la diversidad, la igualdad y la no discriminación

**GARANTIZAR** la seguridad y la estabilidad en el empleo

Ofrecer **FORMACIÓN** y desarrollo profesional a los empleados

Asegurar la **SALUD** y bienestar de los empleados

## 4.1.1 Organización

### ESTRUCTURA DE PLANTILLA [G4-10; LA12]

En MAPFRE **trabajan 37.053 empleados**, que de acuerdo a la estructura se distribuyen de la siguiente manera:

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	2014		2013		VARIACIÓN %	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
ÁREAS CORPORATIVAS Y SSCC <sup>1</sup>	945	674	900	651	4,8	4,8
IBERIA	4.579	4.676	4.619	4.564	(0,9)	2,4
LATAM	7.804	10.250	7.785	10.040	0,2	2
SSCC	3	4	12	12	(300)	(200)
LATAM NORTE	1.726	1.711	1.731	1.693	(0,3)	1,1
LATAM SUR	3.279	3.518	3.250	3.412	0,9	3
BRASIL	2.796	5.017	2.792	4.923	0,1	1,9
INTERNACIONAL	3.257	4.548	3.007	4.398	7,7	3,3
SSCC	9	8	7	4	22,2	50
NORTEAMÉRICA	1.345	2.510	1.472	2.686	(9,4)	(7)
EMEA	1.489	1.461	1.130	1.194	24,1	18,3
APAC	414	569	398	514	3,9	9,7
REASEGURO	165	155	166	150	(0,6)	3,2
<b>TOTALES</b>	<b>16.750</b>	<b>20.303</b>	<b>16.477</b>	<b>19.803</b>	<b>1,6</b>	<b>2,5</b>

(1). Servicios centrales (SSCC)

Distribución de la plantilla por género según las líneas de negocio y datos agregados de las Áreas Corporativas:

ÁREAS CORPORATIVAS Y LÍNEAS DE NEGOCIO	HOMBRES		MUJERES	
	Número	%	Número	%
ÁREAS CORPORATIVAS	759	61,1	483	38,9
SEGUROS	13.024	45,0	15.911	55,0
ASISTENCIA	2.681	42,5	3.633	57,5
RIESGOS GLOBALES	121	50,0	121	50,0
REASEGURO	165	51,6	155	48,4
<b>TOTAL</b>	<b>16.750</b>	<b>42,2</b>	<b>20.303</b>	<b>54,8</b>

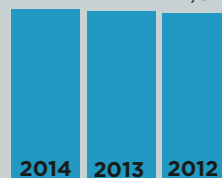
La media de edad de los empleados es de **37,6** años y su antigüedad media es de **8,5** años.

[G4-LA12]

### EDAD MEDIA (años)



42,9 42,2 42,0



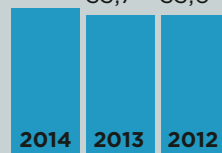
ÁREAS CORPORATIVAS Y SSCC<sup>1</sup>

37,1 36,2 36,2



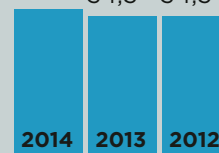
IBERIA

35,3 33,7 33,6



LATAM

35,6 34,5 34,5



INTERNACIONAL

43,4 42,7 42,8



REASEGURO

37,6 36,3 36,3



MEDIA TOTAL

### ANTIGÜEDAD MEDIA



13,7 13,6 13,3



ÁREAS CORPORATIVAS Y SSCC<sup>1</sup>

8,4 8,4 8,6



IBERIA

7,6 5,8 5,7



LATAM

6,1 5,8 5,7



INTERNACIONAL

12,5 12,0 12,2



REASEGURO

8,5 7,8 7,9



MEDIA TOTAL

(1) Servicios centrales (SSCC)

## POLÍTICA DE EMPLEO [G4-9, 10; LA1; HR5, HR6]

La política de empleo fomenta la contratación fija frente a la temporal, buscando entornos estables y una relación laboral de continuidad. El porcentaje de contratación fija en el año 2014 ha sido de **96,4 por 100**.

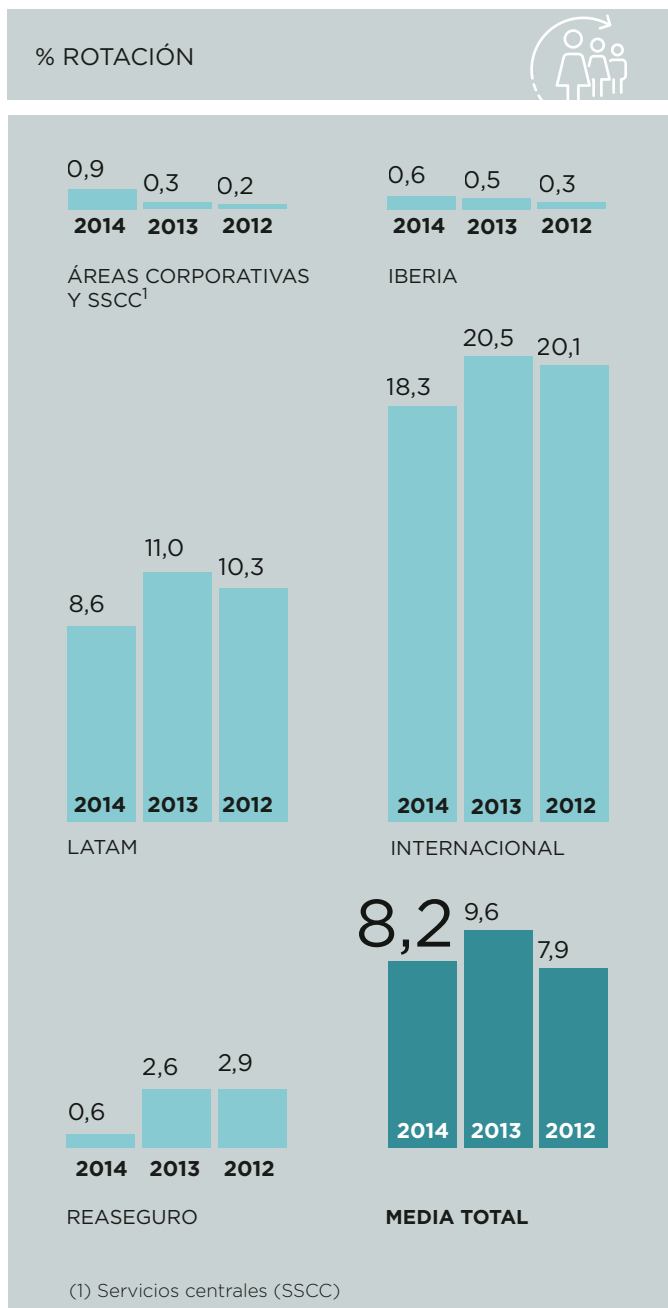
MAPFRE condena expresamente la explotación infantil y el trabajo forzoso y respeta la legislación referente a la edad de contratación en todos los países en los que opera, siempre que esa legislación no sea contraria a la establecida en los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre trabajo infantil.



Durante el año se han producido altas y bajas por los siguientes motivos:

ALTAS Y BAJAS POR MOTIVO	2014	2013
<b>ALTAS:</b>		
Fusión o adquisición	0	0
Captación externa	6.258	9.032
Reincorporación excedencia	188	114
Reincorporación extranjero	26	27
<b>BAJAS:</b>		
Enajenaciones	42	264
Voluntarias	2.984	3.436
Despidos	2.446	4.806
Excedencias	138	161
Jubilaciones	50	52
Jubilaciones anticipadas	6	15
Fallecimientos	17	19
Invalidez	16	30

El índice de rotación no deseada, bajas voluntarias sobre plantilla media, ha tenido en los últimos tres años la evolución que se muestra en el cuadro:



MAPFRE considera que el porcentaje de rotación no deseada se enmarca en unos parámetros que se consideran normales.

## DIVERSIDAD, INCLUSIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES [G4-LA12]

MAPFRE valora la diversidad de todas las personas que integran la compañía en todos los países en los que está presente. Las distintas características generacionales, culturales y de género enriquecen la empresa, contribuyen a su crecimiento y potencian la innovación y la creatividad.

Asimismo, existe 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.

### Programa Global de Discapacidad

MAPFRE se compromete a incluir en plantilla personas con discapacidad promoviendo su desarrollo profesional y personal y su calidad de vida.

Durante el año 2014 se ha continuado con el desarrollo del **Programa Global de Discapacidad de MAPFRE**, con su implantación en **22** países. Este programa que se definió durante el año 2013 cuenta con actuaciones para:

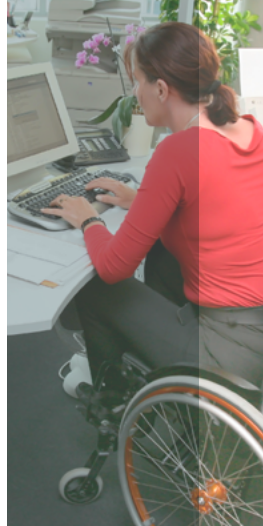
Contribuir a la **INTEGRACIÓN** laboral de las personas con discapacidad.

Generar una **CULTURA** sensible a la discapacidad para conseguir la normalización de estas personas.

Mejorar la **CALIDAD** de vida de las personas con discapacidad que trabajan en la empresa.

Desarrollar **PRODUCTOS** y servicios dirigidos a este colectivo

Contribuir a **DIFUNDIR** esta cultura entre los proveedores de MAPFRE (actuación incluida en 2014).



El siguiente cuadro, refleja los avances realizados en el año 2014:

## Actuaciones de sensibilización

- Diseño del curso e-learning global sobre Discapacidad.
- Actividades de voluntariado destinadas a personas con discapacidad.
- 4 charlas y actividades de sensibilización en los programas formativos de desarrollo.
- 132 noticias en la intranet y divulgación de estudios realizados por FUNDACIÓN MAPFRE.
- Acción de sensibilización con proveedores de MAPFRE: se ha incluido en la Norma de Compras corporativa, la preferencia en la selección y homologación de los centros especiales de empleo.

## Actuaciones de integración laboral

### DIRECTA EN MAPFRE:

- En 2014 se incorporaron a la plantilla 15 personas con discapacidad.

En MAPFRE trabajan actualmente 409 personas con discapacidad en 20 países.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	Nº PERSONAS CON DISCAPACIDAD
ÁREAS CORPORATIVAS Y SSCC <sup>1</sup>	16
IBERIA	107
LATAM	235
INTERNACIONAL	48
REASEGURO	3
(1) Servicios Centrales (SSCC)	

- Realización de prácticas por personas con discapacidad.

### INDIRECTAMENTE

- Contratación de 5 personas con discapacidad a través de convenios con entidades especializadas.
- FUNDACIÓN MAPFRE colaboró en la integración al mercado laboral de 886 personas con discapacidad.

## Actuaciones para la mejora de la calidad de vida

- Se han diseñado procedimientos de atención personalizada a empleados a los que les sobrevenga una discapacidad.
- Revisión de la accesibilidad de todos los edificios y de 7 puestos de trabajo.
- Desarrollo de aplicaciones informáticas con criterios de accesibilidad.

## Actuaciones para el desarrollo de productos

- Estudio de necesidades de este colectivo no cubiertas en el por la industria aseguradora.
- Diseño de nuevos productos y servicios específicos.





En España, el Grupo tiene un protocolo para facilitar el cumplimiento de la cuota de reserva para personas con discapacidad establecida en la normativa legal. En cumplimiento de las medidas alternativas previstas en dicha normativa, en 2014 se han realizado donaciones<sup>1</sup> y suscrito contratos de prestación de servicios o adquisición de bienes con centros especiales de empleo por importe de **416.619** euros, y con fundaciones por importe de **968.904** euros.

Las cantidades donadas se destinaron a:

— Promover la integración laboral de personas con discapacidad intelectual y enfermedad mental a través de un programa al que se adhirieron empresas, **752** y con el que se logró emplear a **467** personas y preparar profesionalmente a **419** personas.

— Colaborar en la ejecución de proyectos de empleo para personas con discapacidad, elaborados por asociaciones y fundaciones, a través de apoyo económico del que se beneficiaron **13.843** personas.

MAPFRE se compromete a seguir trabajando durante 2015-2016 para implantar y desarrollar las líneas de actuación establecidas en el Programa Global de Discapacidad.

## IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES [G4-LA10, LA12]

En MAPFRE el **36,8 por 100** de los empleados con puestos de nivel dirección/jefatura son mujeres y este porcentaje se ha incrementado en un **2 por 100** en los últimos años.

MAPFRE cuenta con 42 mujeres ocupando puestos de Alta Dirección o puestos en Consejos de Dirección. El Consejo de Administración cuenta entre sus miembros con dos mujeres.

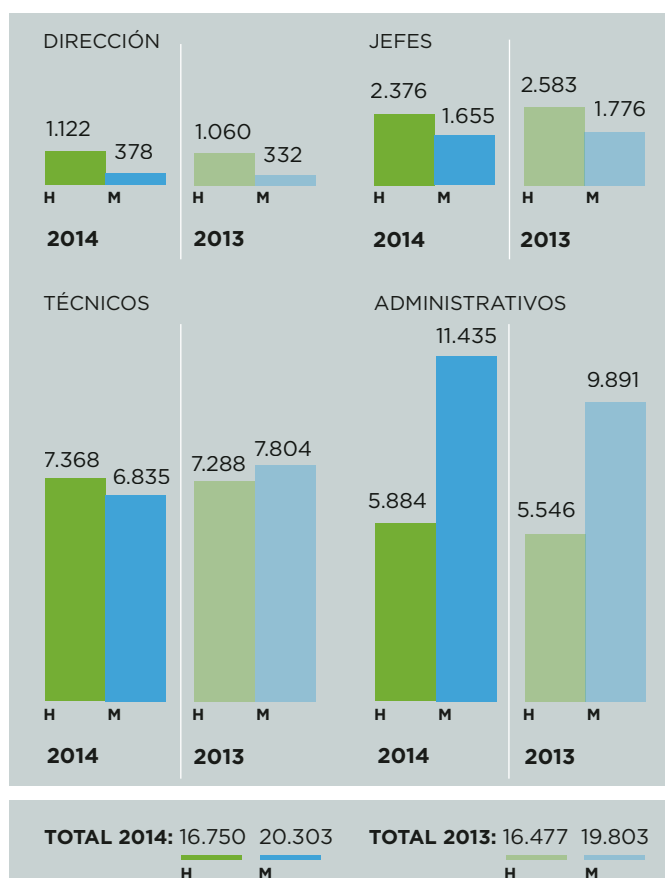
Por otro lado, el **57,7 por 100** de las nuevas incorporaciones a la plantilla son mujeres.

1. Estas donaciones son exclusivamente para el cumplimiento de la LISMI en España. Para más información sobre las donaciones de MAPFRE, ver el Informe de Cuentas Anuales y el de Fundación MAPFRE

La distribución de la plantilla por género y nivel de puesto es la siguiente:



### PLANTILLA POR GÉNERO/NIVEL DE PUESTO



MAPFRE promueve la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y para ello, desarrolla las siguientes actuaciones:

— **Formación:** 36 mujeres han participado en los programas de desarrollo globales, lo que supone el 31 por 100 del total de los participantes.

— **Planes de Igualdad y certificados:** Estos planes afectan a 28.197 empleados, el 76,1 por 100 de la plantilla global de MAPFRE. Sus tres líneas básicas son: acceso al empleo, formación y promoción y retribución y conciliación.

Durante el año 2014 se ha continuado con el seguimiento de los indicadores de igualdad, que incluyen, entre otros, los niveles de puesto, formación, promoción, retribución,



edad, antigüedad, uso de medidas de conciliación, acceso al empleo y bajas en la empresa; se ha obtenido la Certificación de Igualdad en México; a su vez se ha firmado con la representación legal de los trabajadores el segundo Plan de Igualdad en España y se han seguido incorporando en todas las políticas y procedimientos de gestión de personas las líneas generales de nuestro compromiso en esta materia.

### MEDIDAS DE PROTECCIÓN DE LOS EMPLEADOS FRENTE AL ACOSO MORAL Y SEXUAL EN EL TRABAJO [G4-LA16; HR3]

MAPFRE vela por garantizar un entorno laboral libre de acoso en el que se respete la dignidad de las personas. El respeto a las personas y la ética en las relaciones deben regir el comportamiento de todos los empleados, en especial de todos los directivos y jefes.

El acoso psicológico, el acoso sexual y el acoso por razón de sexo contaminan el entorno laboral, pueden tener un efecto negativo sobre la salud, el bienestar, la confianza, la dignidad y el rendimiento de las personas que lo padecen y va en contra de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

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

Este protocolo está implantado en todos los países en los que MAPFRE está presente, a través de los canales de comunicación establecidos en la empresa.

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

### Diversidad Cultural [G4-EC6]

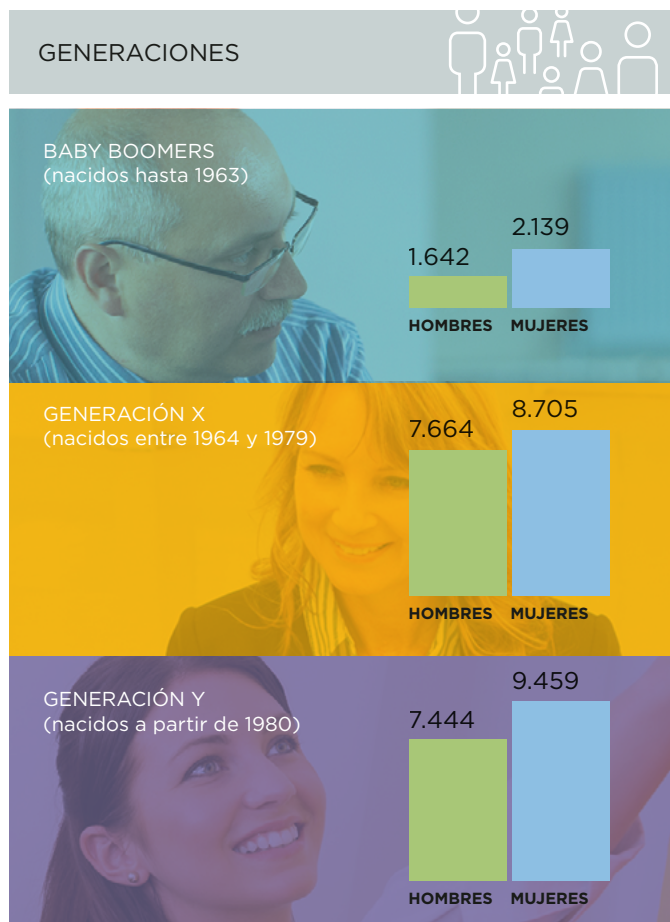
En MAPFRE trabajan **37.053** empleados de **61** nacionalidades. Esta situación garantiza una gran diversidad cultural, que permite a la empresa contar con el talento necesario para su desarrollo, con personas innovadoras y con distintos puntos de vista.

El 57,8 por 100 de los empleados de la Alta Dirección y directivos que trabajan en las empresas del Grupo son nativos del país en el que desarrollan su actividad.

[G4-LA12]

### Diversidad generacional [G4-LA12]

En MAPFRE conviven varias generaciones, según el cuadro siguiente:



En los próximos años se desarrollarán actuaciones concretas para potenciar que la convivencia de personas de diversas generaciones sea un elemento enriquecedor para los equipos.

### 4.1.2 Desarrollo, movilidad y promoción y formación

El desarrollo de los empleados y su permanencia en el Grupo son objetivos de MAPFRE con el fin de potenciar la empleabilidad de su plantilla, su movilidad funcional y geográfica y su promoción dentro de la empresa.

Para ello, se cuenta con planes de carrera y de desarrollo profesional, una política global de movilidad y promoción y un modelo global de formación. Asimismo, ha desarrollado un mapa global de puestos, que ha permitido definir y

describir todos los puestos de trabajo que se necesitan para el desarrollo de la actividad de la empresa.

## DESARROLLO [G4-LA10, LA11]

MAPFRE quiere ofrecer a todos los empleados oportunidades de desarrollo profesional en base a criterios homogéneos, transparentes y claros que permitan incrementar su empleabilidad e incrementar sus opciones dentro de la organización.

Durante el año 2014 se han realizado **20** programas de desarrollo globales y locales, en los que han participado más de **700** empleados de **33** países, y cuyos principales objetivos han sido:

Ofrecer una **visión global** de MAPFRE y el negocio asegurador.

Profundizar en el conocimiento de nuestros negocios y estructura.

Desarrollar **habilidades** directivas, interpersonales y de desarrollo de negocio.

Además, para valorar y reconocer objetivamente el esfuerzo individual de sus empleados es muy importante, y por ello se evalúa su desempeño desde el punto de vista de cumplimiento de objetivos y sus competencias, a través de un Modelo de Evaluación del Desempeño.

Los empleados son evaluados de acuerdo a tres competencias comunes y que están ligadas a los valores de la empresa: compromiso, orientación al cliente e innovación. Asimismo, la evaluación también se centra en otras competencias específicas, según el puesto de trabajo y nivel que ocupan en la organización.

Se evalúan los objetivos anuales asignados a cada empleado, a través de los cuales cada uno conoce su nivel de contribución a la estrategia de la empresa.

Este proceso permite establecer planes individuales de desarrollo para los empleados con el fin de fortalecer sus puntos fuertes y trabajar en sus áreas de mejora, y es la

primera fuente de identificación de oportunidades de movilidad, desarrollo y promoción de empleados.

Todos los jefes y empleados son formados e informados sobre el proceso de establecimiento de objetivos, evaluación y análisis de competencias.

Durante el año 2014, se evaluaron **27.917** empleados un **75,3 por 100 de la plantilla**.

MAPFRE trabaja para disponer de una iniciativa de gestión del talento, que identificará los perfiles estratégicos necesarios para la organización, a los empleados con sus capacidades y habilidades y servirá para establecer planes de desarrollo para incrementar la empleabilidad de cada uno de los empleados identificados, así como su movilidad funcional, geográfica y la oferta de promociones.

## MOVILIDAD INTERNA Y PROMOCIÓN [G4-LA10]

Se tienen establecidos cinco niveles de puestos y diez familias funcionales. Todo ello permite que la empresa pueda ofrecer oportunidades de movilidad de un nivel de puesto a otro, entre funciones, entre negocios y entre países.

La empresa tiene definido un procedimiento global de movilidad interna que permite a los empleados contar con información de las vacantes que surgen en, del perfil requerido y de los pasos que deben dar para optar al puesto. Actualmente existen distintas plataformas por país que serán complementadas a partir del primer trimestre del 2015 con una herramienta global en la intranet corporativa que va a permitir a los empleados construir su propio plan de carrera.

Existen cuatro programas que fomentan la movilidad:

— **Equipos globales:** enfocado a profesionales con más de cinco años de experiencia, con dominio en dos de los tres idiomas corporativos, alto nivel de desempeño, formación superior y un perfil definido de habilidades globales para desarrollar una carrera multinacional en distintos países, adquiriendo mayor nivel de responsabilidades.

— **Movilidad interna internacional:** permite identificar las vacantes que se producen en cualquier país, otorgando a los empleados la oportunidad de participar en el proceso de selección y construir su propio desarrollo.

— **Movilidad temporal:** orientado a la transferencia de conocimientos dentro de un proyecto específico o por requerimiento de un país.



I Jornada de Responsabilidad Social con alumnos del Master de RSC de la Universidad Complutense

— **Trainees:** enfocado a perfiles junior incorporados para responder a las necesidades de negocio.

En el año 2014 de las **6.797** vacantes publicadas, **1.630** se han cubierto por movilidad interna y el **57,1 por 100** han supuesto promoción.

Además, **87** empleados han empezado a trabajar en 2014 en otro país diferente al que lo hacían antes y actualmente hay **183** directivos y empleados trabajando fuera de su país de origen.

Por otra parte, la empresa ha definido dos planes de carrera; la carrera de gestión y la carrera técnica, para que todos los empleados puedan desarrollarse avanzando en sus conocimientos y en su aportación a la empresa.

### Política de selección

MAPFRE tiene definidos criterios de selección que garantizan y promueven la igualdad de oportunidades y en este ámbito cuenta con una política global, que es de obligado cumplimiento y que garantiza la objetividad, el máximo rigor y la no discriminación en todos los procesos.

Además se han homogeneizado las herramientas y pruebas de selección que se utilizan en todo el mundo para incorporar a cada puesto al candidato que tenga el perfil más adecuado. Cada puesto tiene definidos los requerimientos técnicos y las competencias necesarias para el adecuado desempeño de sus funciones.

### FORMACIÓN [G4-LA9]

Para garantizar la formación necesaria de todos sus empleados, MAPFRE cuenta con un Modelo Global de Formación. Se desarrolla a través de la Universidad Corporativa, que tiene un campus presencial (en Madrid, España), y aulas presenciales en todos los países; y un campus virtual (e-campus), a través del cual se imparte en todos los países la formación e-learning y se establecen espacios para compartir conocimiento.

Este Modelo Global de Formación, que se ha implantado en 2014, es la base de la Universidad Corporativa. Se organiza a través de escuelas de conocimiento y está diseñado en torno



a cuatro grandes ejes, según el colectivo al que se dirige y la naturaleza de las materias:

- Formación técnica-comercial, a través de las **Escuelas Técnicas de Conocimiento**.
- Formación transversal, a través de la **Escuela de Cultura y Políticas Globales, la Escuela de Habilidades y la Escuela de Idiomas**.
- Formación para el desarrollo, a través de la **Escuela de Desarrollo Profesional**.
- Formación para el liderazgo a través de la **Escuela del Liderazgo**.

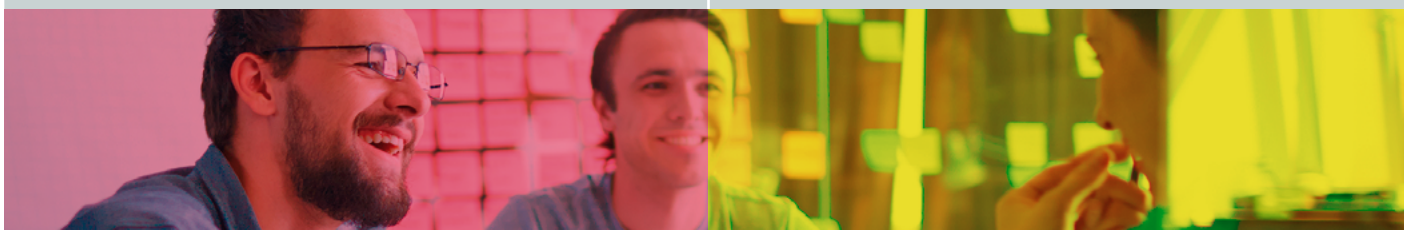
Existe un catálogo de contenidos formativos con más de **300 cursos online**. El **74 por 100** de los contenidos son técnicos y el **26 por 100** restante versan sobre cultura, políticas y habilidades e idiomas.

En todo el mundo se define e imparte la formación de acuerdo a un mismo modelo de aprendizaje, alineado con la estrategia de la empresa. La formación interna debe contribuir a transmitir la cultura de la empresa y a compartir los conocimientos, por lo que la dirección de la empresa se involucra activamente y **más del 80 por 100 de la formación se imparte internamente**.

Con todo ello, se busca alcanzar los siguientes objetivos:

Incrementar el conocimiento de la cultura de MAPFRE, y la integración de colectivos de diferentes procedencias geográficas y funcionales.

Potenciar la formación de los empleados en las áreas de conocimiento adecuadas a su actividad.



Contar con profesionales altamente cualificados, capaces de asumir nuevas funciones y responsabilidades dentro de la organización.

Promover la empleabilidad, la movilidad geográfica y funcional, y la promoción interna.

## ESCUELAS MAPFRE

Las Escuelas MAPFRE son el conjunto de conocimientos que, ligados a la estrategia, necesitan los empleados según su función y el proceso de negocio. Cuentan con programas presenciales y e-learning, siendo algunos de ámbito global y otros de ámbito local. Los objetivos de las escuelas puestas en marcha en 2014 son los siguientes:

**1.- Escuelas Técnicas de Conocimiento:** pretenden dotar a los equipos del conocimiento necesario para el óptimo desempeño de sus funciones y para conseguir su mejora continua y son las que se detallan a continuación:

- Escuela de Tecnología y Procesos.
- Escuela Actuarial.
- Escuela de Finanzas.
- Escuela de Auditoría.

Durante el año 2015 se pondrán en funcionamiento las Escuelas de Operaciones, de Negocio-Clientes, Técnica de Seguros y de Reaseguro donde se integrarán todos los contenidos, formativos e informativos, de las funciones técnicas y comerciales.



## 2.- Escuela de Cultura y Políticas Globales, Escuela de Habilidades y Escuela de Idiomas:

— Escuela de Cultura y Políticas Globales: está centrada en la formación de todos los empleados en cultura, visión, misión y valores de MAPFRE (**4.910** empleados formados), las políticas globales de la empresa (**17.536** empleados formados) y los programas de inducción y bienvenida (**2.077** empleados formados).

— Escuela de Habilidades: incluye contenidos relacionados con las aptitudes y habilidades que ayudan a los empleados en su desarrollo en la empresa. Durante este año la formación se ha centrado en las tres competencias estratégicas (orientación al cliente, innovación y compromiso), y en habilidades de gestión, como el trabajo en equipo, la comunicación interpersonal y la gestión del tiempo.

— Escuela de Idiomas: ofrece formación en los tres idiomas corporativos. Este año se han llevado a cabo **108.474** horas de formación en español, inglés y portugués. Asimismo, se ha desarrollado formación en otros idiomas relevantes para el desarrollo del negocio, como el chino y el turco.

**3.- Escuela de Desarrollo Profesional:** destinada a impulsar el desarrollo profesional de los empleados, incrementando sus capacidades, conocimientos y mejorando sus habilidades, para incrementar así su empleabilidad.

Se han desarrollado a lo largo del año 2014 los siguientes programas globales:

ESPAÑA, Madrid.

**Programa de Integración Internacional (MIP)**, impartido íntegramente en inglés y en el que todos los ponentes son miembros de la dirección de MAPFRE. El programa, impartido junto con la escuela de negocios IMD, va dirigido a directivos de primer nivel que se han incorporado recientemente a la empresa. El objetivo del programa es ofrecer una visión global de MAPFRE y transmitir la cultura y valores de la empresa. Este año han participado 16 directivos de 9 países.

**Programa de Desarrollo Directivo Internacional (IMDP)**, organizado junto con la Oxford Leadership Academy e impartido íntegramente en inglés, en el que han participado 21 directivos de 13 países.

**Programa de Desarrollo Directivo (PDD)**, con título otorgado por la Universidad de Alcalá y organizado junto con el Instituto de Empresa, escuela de negocios de referencia, y en el que han participado 22 jefes y mandos de 8 países.

**Programa de Desarrollo "AVANZA con MAPFRE"**, organizado con la Escuela de Negocios IESE, dirigido a empleados con



International Management Development Program



Primera edición del curso Desarrollat

alto potencial de desarrollo, procedentes de distintos países. En el año 2014 han participado 19 empleados de 6 países.

BRASIL, Sao Paulo.

**Programa de desarrollo Avanza con MAPFRE**, desarrollado conjuntamente con la Fundación Dom Cabral y en el que han participado 23 empleados de las distintas unidades de negocio de MAPFRE en Brasil.

MÉXICO.

**Programa de Desarrollo Directivos**, organizado en colaboración con la Universidad Anahuac y en el que han participado 14 empleados de 7 países del Área Regional Latam Norte.

Además, durante 2014 también se han desarrollado programas locales, entre otros:

— En España, se han impartido los programas Lidera, Pdd y Desarrollat (en los que han participado 141 empleados de MAPFRE España); Master Class (perteneciente a la Unidad de Negocio de Asistencia, en el que han participado 58 empleados) y "IT going up" (de la dirección corporativa de Tecnología y Procesos, en el que han participado 12 empleados).

— En Brasil, el Programa de Desenvolvimento de Executivos (PDE).

— En EE.UU., el Accelerated Leadership Program.

- En México, el Programa Masters.
- En Colombia, el Programa Desarrollo Directivo.
- En Chile, el Programa Fiel.
- En Venezuela, los Programas de Liderazgo Consciente y Liderazgo Extraordinario.
- En Filipinas, el Programa Heartwork Teambuilding.
- En Turquía, el Programa Executive Cocaching and Leadership Mentoring Program.
- En total, en estos programas locales han participado más de 400 empleados.

**4.- Escuela de Liderazgo:** su fin es aportar al primer nivel directivo de MAPFRE en todo el mundo los conocimientos, las técnicas de gestión empresarial y las habilidades necesarias para el desarrollo de su función. Cuenta con un Programa Global (GMP) que se estructura de acuerdo a los siguientes contenidos formativos: visión estratégica, entorno económico, innovación, entorno digital y liderazgo y desarrollo de personas.

En 2014 se ha desarrollado la primera edición del Global Management Program, junto con la escuela de negocios internacional IESE, donde han participado **22** altos directivos de **13** países. Además todos los directivos reciben adicionalmente formación en finanzas, comunicación e idiomas, según las necesidades individuales de cada uno.

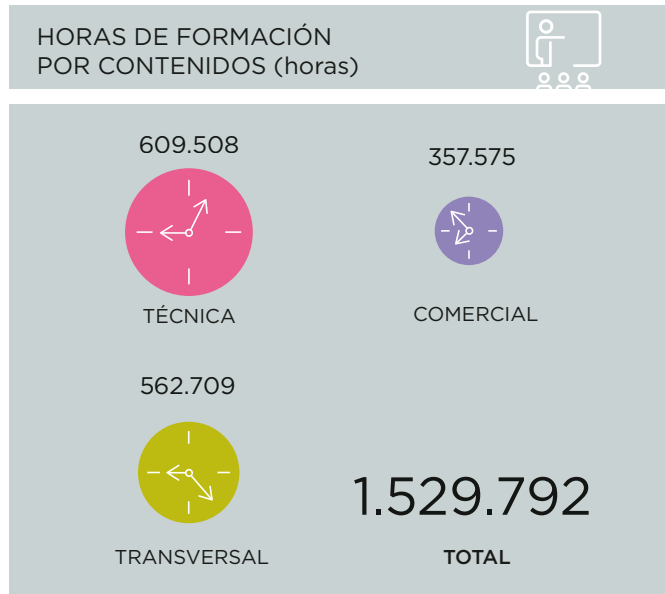
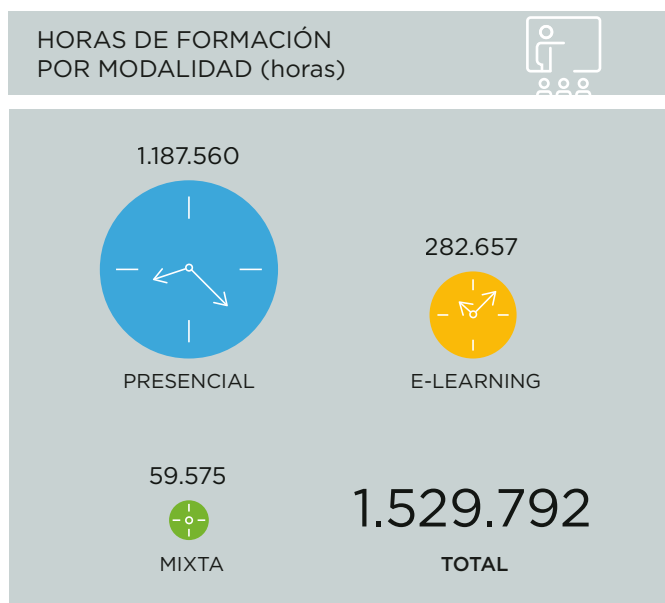
#### OTROS DATOS DE LA FORMACIÓN

**Inversión en formación:** En el año 2014 se han invertido **15,9** millones de euros en formación, cifra que representa el **1 por 100** del importe de las retribuciones. MAPFRE ha incrementado su inversión en formación año tras año. Así, en los últimos tres años el incremento ha sido del **21,6 por 100**.

#### Horas de formación y número de asistencias por categorías: [G4-LA9]

NIVEL DE PUESTO	2014		2013	
	ASISTENCIAS	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS
DIRECCIÓN	6.565	70.679	14.584	96.978
JEFES Y MANDOS	28.486	293.252	26.926	187.756
TÉCNICOS	90.114	451.422	81.459	404.411
ADMINISTRATIVOS	96.248	714.439	88.548	793.136
<b>TOTALES</b>	<b>221.413</b>	<b>1.529.792</b>	<b>211.517</b>	<b>1.482.281</b>

#### Horas de formación por modalidades y contenidos:



## Programa de Becarios.

MAPFRE cuenta con **404** acuerdos con instituciones educativas y universidades de todo el mundo que permiten a los jóvenes realizar prácticas en la empresa y con ello contribuir a su integración en el mercado laboral.

En 2014, se ha diseñado un plan de becarios a nivel global, con el objetivo de establecer un marco común de actuación que regule la selección, incorporación, formación y ayuda económica de los becarios.

Todas las prácticas tienen asignado un tutor y un programa de formación detallado y se realizan evaluaciones e informes de progreso y finales. Los becarios reciben consejos y feedback de sus tutores y este informe se remite a la universidad o centro educativo correspondiente.

En 2014 han realizado prácticas en las empresas del Grupo **885** becarios de **22** países, (**331** de ellos se enmarcan en el Plan Anual de Becarios de España "Crece con nosotros").

### 4.1.3 Política de compensaciones y de reconocimiento

[G4-55; LA2, LA13]

Existe una política retributiva global en la cual se compromete a mantener una retribución justa y adecuada para todos los empleados, de acuerdo al puesto de trabajo que ocupan y a su desempeño. Sus principios generales son:

Se basa en el **puesto de trabajo** que ocupa cada empleado.

Es **competitiva**, con respecto al mercado.

Garantiza la equidad interna.

Es **flexible y adaptable** a los distintos colectivos y circunstancias del mercado.

Está **alineada** con la estrategia.

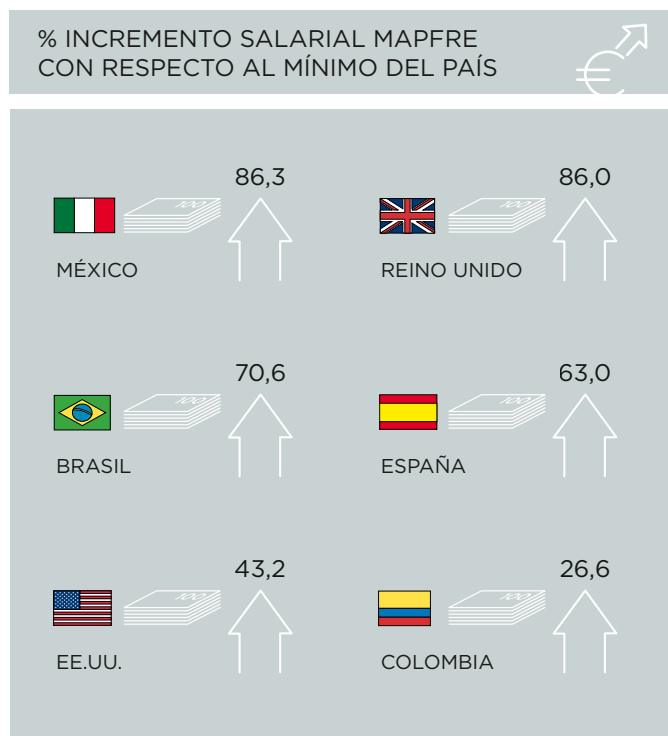
La retribución en MAPFRE está integrada por una parte fija, una parte variable (en función del cumplimiento de los objetivos de la empresa y de la que todos los empleados son partícipes) y un paquete de beneficios sociales.

En el ejercicio 2014 se han abonado retribuciones por importe de **1.669** millones de euros. El **67,3 por 100** de estas cantidades corresponde a retribución fija y variable; el **13,7 por 100** a cotizaciones a los seguros sociales; el **11,8 por 100** a beneficios sociales; y el **7,3 por 100** a indemnizaciones y otros complementos. El porcentaje de retribución variable sobre retribución total del Grupo representa el **11,5 por 100**, con un peso en el salario de los empleados que oscila entre el 13 y el 45 por 100, dependiendo del puesto.

El incremento salarial se realiza anualmente de acuerdo a lo establecido en la normativa y convenios locales, así como a las bandas salariales por puesto (que se han definido en la empresa partiendo de la valoración de los puestos de trabajo y que garantiza la equidad interna), y atendiendo a los datos de mercado a través de la participación en encuestas salariales por sector y por país, lo que aporta criterios de competitividad externa.

En todos los países se toman como referencia indicadores económicos externos y estudios de mercado. El desempeño del empleado, su desarrollo profesional y las promociones alcanzadas en la empresa son elementos clave para la determinación del incremento salarial individual.

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



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

En la tabla siguiente se muestran los principales beneficios sociales que son de aplicación en el Grupo:

BENEFICIOS SOCIALES DE APLICACIÓN EN EL GRUPO		
Tipo de beneficio social	% de empleados que han disfrutado el beneficio social respecto a los empleados con derecho	
SEGURO DE SALUD	95,0	
SISTEMAS DE PREVISIÓN SOCIAL/ SEGURO DE VIDA	81,4	
DESCUENTOS EN SEGUROS	69,1	
PREMIO DE PERMANENCIA EN LA EMPRESA	25,0	
AYUDA ESCOLAR PARA HIJOS	50,5	
PREMIO DE NATALIDAD	6,8	
PRÉSTAMOS	20,1	

Todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2014 a beneficios sociales ha sido de **196 millones** de euros.

En España se constituyen anualmente Fondos de Ayuda al Empleado para situaciones especiales normalmente derivadas de problemas de salud, que en el año 2014 ha otorgado prestaciones por importe de **478.483 euros**, y un Fondo de Ayuda al Jubilado, con cargo al cual se han concedido en 2014 ayudas económicas por importe de **65.926 euros**.



Ganadores de la red comercial de MAPFRE y colaboradores de bancaseguros participaron una convención en el Danubio

### Programas de reconocimiento.

En la política de compensación de MAPFRE existen programas de reconocimiento que distinguen el buen hacer de los empleados, sus ideas, su colaboración social y su implicación.

Algunos de los programas más relevantes son:

- Convención-viaje al que son invitados los empleados que han colaborado más directamente en el crecimiento del negocio.
- Retos, reconocimientos trimestrales por alcanzar cifras de comercialización de determinados productos. Los premios pueden ser físicos (p.e. tablets) o experiencias como entradas a obras de teatro.
- Programa de reconocimiento Ovation en USA.
- Premios LEAN de tecnología en los que se premian las mejores iniciativas para la mejora la calidad y reducción del tiempo de producción y el coste.



Premio al Mejor Plan de Conciliación Laboral y Familiar del Sector Seguros



#### 4.1.4 Conciliación de la vida personal y laboral

Se promueve el desarrollo profesional y personal de los empleados y considera que su desarrollo integral es positivo y necesario tanto para ellos como para la empresa. Por ello cuenta con una política activa y estructurada en materia de conciliación, que facilita el equilibrio entre el ámbito laboral y personal de los empleados e incrementa la satisfacción y el compromiso con la empresa.

Las medidas de conciliación pretenden ayudar a:

Mejorar la calidad en el empleo: incluye medidas como el horario flexible.

Facilitar la flexibilidad temporal y espacial: destacan medidas como el trabajo a tiempo parcial o la jornada laboral reducida y el teletrabajo.

Apoyar a la familia: incorpora permisos retribuidos y no retribuidos y excedencias por motivos personales, entre otros.

Desarrollar las competencias profesionales: además de la formación ofrecida por la empresa, incluye excedencias por estudios.

Favorecer la igualdad de oportunidades de los empleados tras una excedencia o permiso de larga duración: para ello se desarrollan programas de integración.



El siguiente cuadro refleja el número de empleados que se han beneficiado de alguna de estas medidas en 2014:

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL	Nº EMPLEADOS BENEFICIADOS
Horario laboral flexible	11.057
Trabajo a tiempo parcial	4.414
Jornada laboral reducida	3.924
Teletrabajo	167
Permisos retribuidos y no retribuidos	14.253
Excedencias por motivos personales o estudios	468
Programa de integración de empleados tras un permiso de larga duración	13

#### 4.1.5 Salud y bienestar

Para MAPFRE una empresa saludable es aquella donde la seguridad, la salud física y psíquica y el bienestar del empleado son importantes para la compañía y su objetivo principal en esta materia es crear un marco global de bienestar. La empresa 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, más allá del propio entorno laboral e implicando a la familia del empleado.

En el año 2014 se ha definido el modelo de empresa saludable basado en las directrices de organismos internacionales, como la Organización Mundial de la Salud y la Red Europea de Seguridad y Salud en el Trabajo. Este modelo se centra en a la persona, tanto en el ámbito laboral como fuera de él, y abarca las facetas física y mental, al tiempo que define los ámbitos en los que se actúa en esta materia.



Actividades saludables en el maratón de Valencia



Los empleados reciben todos los años formación en materia de salud y hábitos saludables. Este año se han llevado a cabo **10.071** horas formativas dedicadas específicamente a salud y bienestar.

Para lograr un entorno laboral saludable se desarrollan actuaciones dirigidas tanto a la prevención como a la promoción de la salud.

## PREVENCIÓN [G4-LA5, LA7, LA8]

La empresa asume un modelo de prevención participativo, basado en el derecho de los trabajadores a participar activamente en todo aquello que pueda afectar a su seguridad y salud en el trabajo, para lo cual, se dispone de los cauces representativos establecidos legalmente. Un total de **19.243** empleados un **51,9 por 100** de la plantilla están representados en comités de salud y seguridad conjuntos dirección-empleados, que han sido establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.

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

El Servicio de Prevención Mancomunado es el órgano asesor de la empresa en España en esa materia. En el año 2014, este servicio ha realizado **115** evaluaciones de riesgos y **86** estudios específicos de puestos y lugares de trabajo. Además durante el año 2014 se ha impartido formación en seguridad vial a **1.312** empleados, ya que los accidentes in itinere representan el **75 por 100** de los accidentes laborales que sufren los empleados de MAPFRE en España.

A continuación se muestran buenas prácticas realizadas por diferentes países en materia de prevención:

- En España: en vigilancia de la salud, se han realizado 5.924 reconocimientos médicos periódicos, 81 reconocimientos médicos de retorno al trabajo tras bajas prolongadas y 64 reconocimientos médicos iniciales de nuevas incorporaciones.
- En Colombia: se ha trabajado sobre el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.
- En Venezuela: se han realizado programas de formación de brigadistas de emergencias y talleres de Salud y Seguridad Laboral.

– En Argentina: existe un programa anual de cumplimiento legal en materia de Higiene y Seguridad con un plan de formación y sensibilización para asociados, que se han cumplido en un 50 por 100.

– En Perú: se han realizado campañas de vacunación ante hepatitis B y tétano/ influenza h1n1 y 430 exámenes médicos preventivos. Además se ha impartido formación a brigadistas (prácticas de evacuación en caso de terremoto, primeros auxilios, evacuación),

– En Malta: se llevan a cabo exámenes de salud para la plantilla dos veces al año.

– En EEUU: se cuenta con un comité que establece políticas acerca de prevención de riesgos laborales y un programa de ergonomía que garantiza que los empleados desempeñan su función en un entorno seguro.

– En Puerto Rico: se han realizado cursos de prevención de riesgos laborales, manejo de emergencias médicas y simulacros de terremoto, denominado "ShakeOut 2014". Además se ha vacunado contra la gripe.

– En Turquía: se ha realizado formación en Salud y Seguridad en el Trabajo así como en Primeros Auxilios. El médico del trabajo ha impartido formación en higiene postural y ergonomía.

## PROMOCIÓN DE LA SALUD [G4-LA3, LA6 - LA8]

El objetivo principal de las actuaciones de promoción de la salud es optimizar la atención en este ámbito, establecer cauces y procedimientos de asesoramiento y apoyo médico y psicológico a directivos y empleados y desarrollar campañas globales de salud para todos los empleados.

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

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

- Se han realizado **26 campañas de donación de sangre** en 6 países, incluido España, obteniéndose 801 donaciones.
- Se han realizado distintas campañas para promover hábitos saludables de vida (alimentación, deporte, enfermedades más comunes y principales riesgos de la salud) en 12 países. Esto supone que aproximadamente un 46 por 100 de los



Jornada de apoyo a la lucha contra el cáncer de mama

empleados de MAPFRE en el mundo tienen a su disposición este tipo de campañas.

- Se realizan campañas de información y prevención del cáncer en 15 países, lo que significa que aproximadamente un 52 por 100 de los empleados de MAPFRE en el mundo tienen a su disposición este tipo de campañas.
- En España se ha llevado a cabo una Campaña de salud bucodental dirigida a 1.122 empleados.

En la revista El Mundo de MAPFRE se han publicado los siguientes artículos relacionados con esta materia: empresa saludable, fatiga visual, tratamientos contra el tabaquismo, bruxismo.

La empresa realiza un seguimiento y control de las bajas laborales y en especial de las bajas de larga duración. Además, cuenta con un grupo que analiza situaciones especiales de empleados con problemas graves de salud. A lo largo del año se han analizado en este grupo 13 casos, para los cuales se han establecido programas de seguimiento y soluciones adaptadas a cada situación.

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

	2014		2013	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Número de accidentes laborales	215	214	170	205
Número total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	376.144	992.206	491.914	1.035.592
Número de horas perdidas por accidente laboral	24.380	25.264	21.577	20.307
Porcentaje de horas perdidas sobre total de horas teóricas	1,4	3,0	1,8	3,7

El número de bajas por maternidad en el año 2014 ha sido de **1.202** y el número de bajas por paternidad **574**. El **82,8 por 100** de las mujeres y el **95,8 por 100** de los hombres que disfrutaron esta baja regresan al trabajo una vez concluido ese periodo.

## 4.1.6 Comunicación con los empleados

MAPFRE mantiene un diálogo permanente con los empleados, informándoles sobre aquellos aspectos relevantes en el desarrollo del negocio y escuchando sus opiniones.



La revista El mundo de MAPFRE se edita en tres idiomas

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

Para conseguir una comunicación bidireccional existen a disposición de los empleados recursos y herramientas, como buzones, encuestas, blogs y foros que permiten a los trabajadores transmitir sus comentarios y sugerencias y a la empresa responderles.

A lo largo del año se han realizado encuestas para detectar el conocimiento de los empleados sobre la misión, visión y valores de la empresa; para participar en el Informe Anual de Responsabilidad Social del Grupo, seleccionado aquellos aspectos que son relevantes para la compañía (proceso de materialidad), y sobre innovación.

Además, en España existe un espacio en la intranet, denominado Gestión de Personas, destinado a los jefes y directores que gestionen equipos, y en el que se puede encontrar información, recomendaciones y consejos prácticos para ayudar a este colectivo en la gestión de sus equipos. Este espacio estará disponible antes de finalizar el año 2016 para todos los jefes y directores con personal a su cargo en todos los países en los que MAPFRE tiene presencia.

## GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS REPRESENTANTES DE LOS EMPLEADOS [G4-11; LA4; HR4]

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 (incluyendo, si procede, los plazos de preaviso), además de mecanismos de diálogo permanentes con sus representantes sindicales y reconoce a la representación sindical como grupo de interés. Así, existen órganos de participación de la empresa con los representantes legales de los trabajadores en España, Argentina, Brasil, Colombia, Perú, Malta, México, Uruguay y Venezuela. La relación con estos órganos, se coordina y gestiona a través de las áreas de Recursos Humanos, en función de los requerimientos legales y/o formales y se adapta a los usos y costumbres locales.



En este sentido, existen comisiones formales en España o Colombia, o grupos de trabajo específicos en México, Argentina, Perú o Malta, así como reuniones periódicas acordadas por ambas partes.

Por otra parte, la empresa facilita a los representantes la comunicación y el diálogo con los empleados a través de cuentas de correo electrónico específicas o espacios en la Intranet, y medios para reuniones o asambleas. En España, además, los representantes cuentan con horas sindicales (108.990 en 2014) y subvenciones para el desarrollo de sus actividades (81.398 euros en 2014)

En MAPFRE hay 21.593 empleados cubiertos por convenios colectivos en 15 países, lo que significa que el 58,3 por 100 de plantilla está representada.

Entre los principales acuerdos alcanzados con los representantes en 2014, están la revisión y firma de convenios colectivos, acuerdos sobre condiciones económicas, permisos y beneficios sociales.

En España en el año 2014 se ha firmado un nuevo convenio colectivo para las empresas aseguradoras, que afecta a un total de 9.780 empleados, y que tiene una duración de cuatro años.

#### 4.1.7 Actividades sociales con los empleados

MAPFRE contribuye a la mejora del entorno de trabajo a través de actividades que favorecen la relación entre los empleados. Los beneficios derivados de las actividades sociales organizadas por la empresa favorecen, entre otros, a:

Incrementar la **motivación** y **compromiso** del empleado con la empresa.

Actuar como **elemento integrador**, ya que facilitan el conocimiento y la relación de personas de diferentes ámbitos de la empresa y niveles jerárquicos.

**Compartir actividades** de ocio, deporte y cultura.

Mejorar la **imagen de la compañía** y reforzar el orgullo de pertenencia.



Las principales actividades realizadas son las siguientes:

- Actividades deportivas: carreras, competición de fútbol, baloncesto, tenis, pádel, bolos, atletismo.
- Actividades culturales: parques temáticos, talleres educativos.
- Ofertas y descuentos para empleados en productos y en la contratación de servicios comercializados por entidades de MAPFRE y otras entidades externas.
- Fiestas con empleados y niños y fiesta de Navidad.
- Jornadas de puertas abiertas.
- Concurso de creatividad global para empleados “Aquellas pequeñas cosas que os hacen felices” en el que participaron 628 empleados, de 24 países y los 5 continentes.

En el año 2014, un total **55.551** empleados y familiares participaron en estas actividades sociales.

En España se han creado dos plataformas para los empleados: “Me Gusta”, con **6.374** empleados inscritos, “teCuidamos Empleados”, con **9.721** empleados inscritos.

“Me Gusta” es una red social interna a través de la cual MAPFRE ofrece a sus empleados actividades deportivas, culturales y de ocio. “teCuidamos Empleados” ofrece a los empleados un espacio donde encontrar ofertas y descuentos en ocio, salud y belleza, restauración y tecnología, entre otros servicios. Además, cuenta con servicios de orientación psicológica, pediátrica, asistente nutricional, asesoramiento

fiscal, asesor mecánico virtual, gestor para asuntos personales, telefarmacia, segunda opinión médica, entre otros.

#### 4.1.8 Voluntariado corporativo

El voluntariado se consolida como uno de los programas corporativos con mayor repercusión en la sociedad permitiendo canalizar el espíritu solidario de los grupos de interés de MAPFRE, destacando los empleados como los mayores participantes, a través de actividades sociales coordinadas por la empresa, y teniendo gran relevancia las iniciativas propuestas por los trabajadores. Con el voluntariado los empleados pueden ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas, haciendo partícipes de esta iniciativa a sus familiares.

MAPFRE cuenta con **52.066** participaciones de **2.465** voluntarios en todo el mundo y con un Programa Global de voluntariado que establece las líneas básicas para el desarrollo de los Planes Locales.

El Programa se lleva a cabo conjuntamente con la FUNDACIÓN MAPFRE, a través de las actividades de voluntariado que ésta diseña, organiza y desarrolla en 21 países de América, Asia y Europa.

Durante el año 2014 se desarrollaron **513 actividades** sociales y medioambientales, **invirtiendo 1.700.000 horas** y **beneficiando a más de 743.000 personas sin recursos** o en riesgo de exclusión social. Las actividades fueron de ámbito local e internacional, destacándose el mes de noviembre como el "Mes Solidario MAPFRE".

Los empleados también participaron en formación presencial y e-learning sobre diferentes temas relacionados con la actividad solidaria (436 horas).

A continuación se reseñan las principales actuaciones de voluntariado llevadas a cabo en los diferentes países:

Las actividades de mayor relevancia son aquellas relacionadas con las campañas Alimentos con Corazón (colecta de alimentos, entrega de alimentos, mercadillo solidario en España); Hazlo útil (colecta de material escolar, dotación de bibliotecas); Apoyo Sicosocial con la actividad Dibujando Sonrisas (visitas a hospitales, casas de acogida, centros de mayores); El Corazón de MAPI con la actividad Pequeños Solidarios (talleres teóricos prácticos de sensibilización sobre la solidaridad a los hijos de empleados menores de 12 años, especialmente en España); Ayuda en Emergencias (intervención inmediata en catástrofes naturales) y las relacionadas con la adecuación de instalaciones de entidades sociales (pintura, jardinería, dotación de materiales, etc.). Estas actividades se llevan a



Voluntarios trabajando en equipo en Colombia

cabo a lo largo del año, teniendo la mayor participación en el Mes Solidario MAPFRE.

#### 4.1.9 Encuestas de satisfacción y compromiso

Durante el año 2014 se han realizado encuestas de satisfacción, compromiso y reputación en algunos de los principales países donde MAPFRE está presente.

**Great Place To Work (GPTW)** es una encuesta para la medición de la satisfacción y compromiso de los empleados, que en el año 2014 se ha realizado en **27** países y en la que han participado un total de **23.768** empleados.

## 4.2 MAPFRE Y SUS CLIENTES

[G4-8]

Desde sus orígenes hace más de 80 años, la excelencia en el servicio y el fortalecimiento de la confianza que depositan en MAPFRE sus clientes han sido para la compañía cuestiones irrenunciables.

Los cambios que se están produciendo en el entorno económico, social y tecnológico, la aparición de nuevos comportamientos de compra en los consumidores o el aumento del protagonismo de internet son tendencias que hacen que MAPFRE se adapte continuamente a los cambios que se producen en la sociedad.

En esta adaptación permanente, son claves la innovación en productos y servicios, la satisfacción del cliente y la profesionalización de la red comercial y su multicanalidad. Esto nos permite estar cerca del cliente, escuchar y atender sus necesidades y expectativas.

Este capítulo muestra la forma en la que MAPFRE trabaja de forma permanente para sus clientes y, también da respuesta, de forma específica, a dos de los 18 temas que están directamente relacionados con los clientes, identificados como relevantes en el proceso de materialidad<sup>2</sup> realizado en 2014, y que se refieren a la calidad de los productos y servicios, al cumplimiento normativo y a los mecanismos formales de reclamación.

### CONTEXTO DE MERCADO:

MAPFRE, que cuenta con más de **27 millones de clientes**, es líder en varios de los mercados en los que opera y la cuota de mercado del Grupo en los principales países en los que desarrolla su actividad es la siguiente:

	CUOTA DE MERCADO DE MAPFRE	CUOTA DE MERCADO DE NO-VIDA	CUOTA DE MERCADO DE VIDA	POSICION DE MAPFRE EN EL RANKING GLOBAL DEL PAÍS
	por 100	por 100	por 100	Unidades
Colombia	8	7	9	2
Ecuador	4	3	1	10
México	4	6	2	6
República Dominicana	15	14	19	3
Venezuela	7	7	4	4
Costa Rica	3	3	0	3
Guatemala	7	11	5	4
Honduras	17	16	18	2

2. Proceso de Materialidad 2014: consultar página 19 MAPFRE y la Responsabilidad Social

	CUOTA DE MERCADO DE MAPFRE	CUOTA DE MERCADO DE NO-VIDA	CUOTA DE MERCADO DE VIDA	POSICION DE MAPFRE EN EL RANKING GLOBAL DEL PAÍS
	por 100	por 100	por 100	Unidades
Nicaragua	7	8	4	5
Panamá	14	12	16	3
Argentina	2	3	1	23
Brasil	9	7	20	4
Chile	4	11	0	12
Paraguay	20	19	1	1
Perú	12	15	8	3
Uruguay	16	11	29	2
EE.UU	0	0	n/a	40
Filipinas	4	7	n/a	10
Malta	42	25	59	1
Puerto Rico	4	4	0	7
Turquía	6	7	0	5
Asistencia	8	8	n/a	3
España	13	15	10	1
Portugal	1	2	1	15

El pasado año, MAPFRE ha puesto en marcha una nueva estructura organizativa para adaptar al Grupo a los retos estratégicos que exigen su dimensión y presencia global. Uno de los ejes de esta nueva estructura es la creación del Área de Negocios y Clientes, con Direcciones en todas las Áreas Regionales de MAPFRE y una Dirección única a nivel corporativo.


El Área de Negocios y Clientes ha permitido a MAPFRE aumentar la visión global y común del negocio sin perder con ello la cercanía al mismo. Esta Área favorece la generación de sinergias y la transmisión de las mejores prácticas de unas regiones a otras, y facilita el alineamiento estratégico de negocios y clientes en toda la organización.

El objetivo de MAPFRE es incrementar el número de clientes, fidelizar a los ya existentes y aumentar su vinculación, potenciando la venta cruzada de sus productos.

La amplia oferta de productos y servicios hace que el perfil del cliente del Grupo sea muy diverso, incluyendo tanto personas físicas como jurídicas, y dentro de éstas últimas tanto pequeñas y medianas empresas como grandes grupos industriales o financieros. Por ello, se diseñan productos específicos para satisfacer las necesidades de cada segmento de cliente y prestar así un servicio integral y especializado de máxima calidad y eficiencia.



La siguiente tabla, muestra el número de clientes por las diferentes Áreas Regionales del Grupo:

CLIENTES / ÁREAS REGIONALES 		
IBERIA	CLIENTE PARTICULAR	6.080.675
	CLIENTE EMPRESA	746.687
BRASIL	CLIENTE PARTICULAR	9.347.939
	CLIENTE EMPRESA	656.853
LATAM NORTE	CLIENTE PARTICULAR	948.040
	CLIENTE EMPRESA	271.124
LATAM SUR	CLIENTE PARTICULAR	2.759.239
	CLIENTE EMPRESA	177.446
NORTE-AMÉRICA	CLIENTE PARTICULAR	1.791.882
	CLIENTE EMPRESA	115.650
EMEA	CLIENTE PARTICULAR	1.747.745
	CLIENTE EMPRESA	96.410
APAC	CLIENTE PARTICULAR	351.208
	CLIENTE EMPRESA	64.796
ASISTENCIA	CLIENTE PARTICULAR	2.398.203
	CLIENTE EMPRESA	1.145
GLOBAL RISKS	CLIENTE PARTICULAR	—
	CLIENTE EMPRESA	2.647
TOTAL	CLIENTE PARTICULAR	25.424.931
	CLIENTE EMPRESA	2.132.758



El pago de prestaciones, que es la indemnización que las aseguradoras abonan cuando ocurre un siniestro, juega un papel relevante en la formación de rentas de ciudadanos y empresas. A título de ejemplo, en España, según los datos de UNESPA, en 2013 los hogares obtuvieron el 3,2 por 100 de su renta anual disponible de las indemnizaciones pagadas por las empresas aseguradoras.

En el ejercicio 2014, las entidades aseguradoras de MAPFRE han pagado en conjunto prestaciones por importe de 13.888,6 millones de euros con un incremento del 26 por 100 respecto a 2013.

En la siguiente tabla se muestra el detalle de las principales Áreas Territoriales:

ÁREAS	PRESTACIONES		
	2014	2013	VARIACIÓN (porcentaje)
ÁREA TERRITORIAL IBERIA	6.178.075	6.087.813	1,32
ÁREA TERRITORIAL LATAM	3.588.859	3.377.736	6,25
ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL	1.652.132	1.539.054	7,35

Importes en millones de euros. Información referida al seguro directo\_ Principales Áreas Territoriales

## 4.2.1 Innovación en productos y servicios 2014

[G4-2, 4; FS5 - FS8]

En MAPFRE la apuesta por la innovación no es algo nuevo; desde hace ya tiempo estaba incorporada a la forma de concebir el negocio. Nuestra compañía se ha caracterizado por anticiparse a las necesidades de sus clientes con apuestas novedosas en el momento en que se sacaron al mercado.

Partiendo de estas premisas se ha definido un modelo de innovación de MAPFRE enfocado a desarrollar propuestas de valor dirigidas al cliente. Este modelo quiere impulsar el crecimiento orgánico desplegando proyectos de innovación que generen un impacto económico tangible.

En este nuevo modelo juega un papel fundamental la Comunidad MAPFRE de Innovación, una estructura compuesta por diversos elementos que identificará los retos estratégicos de negocio que deben ser abordados desde la innovación y ofrecerán apoyo metodológico y herramientas para el desarrollo de proyectos en este campo.

En el centro de ella, y liderándola, se ubica la Plataforma de Innovación Corporativa. La nueva Dirección Corporativa de Innovación sustenta esta plataforma que, siendo impulsora del modelo de innovación, actúa como la principal dinamizadora en este campo, encargándose de definir los retos estratégicos y dar soporte al desarrollo de proyectos innovadores identificados en cualquier negocio, área o país en el que MAPFRE opere. Sus miembros son también los encargados de hacer seguimiento a los planes innovadores en curso.

Pero innovar no es una cualidad aislada o destinada a ser desarrollada por unos pocos. Desde una oficina local a un área corporativa, todas las personas que se desarrollan profesionalmente en MAPFRE pueden aportar su ingenio y creatividad para contribuir a la consecución de los retos estratégicos del Grupo.

En los siguientes cuadros se incorporan los productos lanzados al mercado en todos los mercados en donde opera MAPFRE en 2014:

	RAMO	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
<b>ÁREA TERRITORIAL IBERIA</b>		
España	<b>Daños</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Responsabilidad Civil para Certificadoras de Calidad.</li> <li>– Todo Riesgo para establecimientos hoteleros (Daños, RC, avería de maquinaria, pérdida de beneficios).</li> <li>– Póliza para concesionarios (ramo autos), para cubrir la RC de los vehículos transitoriamente propiedad del concesionario.</li> </ul>
	<b>Decesos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– SUD Esencial: póliza basada en una tarifa natural adaptada a clientes que quieren conservar su seguro de decesos pero que atraviesan dificultades económicas.</li> </ul>
	<b>Salud</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– GLOBAL EXPAT. Seguro para expatriados que garantiza cobertura completa para el asegurado o su familia.</li> </ul>
	<b>Vida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nuevas emisiones de InverPlus (Ahorro en formato Unit Link).</li> <li>– Plan de estudios (CEO6): producto de Vida-Ahorro, con coberturas en caso de fallecimiento.</li> <li>– Flexirentas.- Rentas temporales con págo del 105 por 100 de las rentas futuras en caso de fallecimiento.</li> <li>– Seguro Garantía 18 y Garantía 13.- Productos temporales de inversión en los que el tomador asume el riesgo de la inversión. En caso de fallecimiento, recibe el capital equivalente al 105 por 100 de la prima única.</li> <li>– Triple Acción Index y Triple Acción 4x5: productos temporales de inversión con rentabilidad vinculada a la evolución de tres valores bursátiles y con garantía de recuperación de la inversión.</li> </ul>



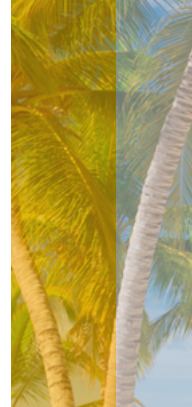
RAMO	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
------	--

## ÁREA TERRITORIAL IBERIA (continuación)

Portugal	<b>Automóviles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 6 Rodas: Seguro que incorpora coberturas para el automóvil y para las motocicletas.</li> <li>– MAPFRE Auto: seguro de automóviles.</li> </ul>
	<b>Multirriesgos</b>	– MAPFRE Casa: póliza de hogar.
	<b>Salud</b>	– MAPFRE Saúde: seguro de salud.
	<b>Riesgos Industriales</b>	– ALL RISKS: Producto para empresas medianas y grandes.
	<b>Vida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Rendimento +: seguro de Vida a interés fijo, con una duración de 8 años y un día.</li> <li>– MAPFRE Renda Seleção: seguro de renta vitalicia, con posibilidad de rescate y capital garantizado en caso de fallecimiento.</li> <li>– Vida - Proteção - Temporário Anual: seguro anual prorrogable, dirigido a empresas de hasta 10 trabajadores.</li> <li>– Rendimento 10+: seguro de Vida a interés fijo, con una duración de 10 años y un día.</li> <li>– MAPFRE INVEST 2014: seguro de Vida a interés fijo, con la garantía del capital invertido y la rentabilidad acumulada a vencimiento del contrato.</li> <li>– Postal PPR Garantido/Postal PPR Rendimento Crescente/ Rendimento Mais/ PPR/ PPR (Ed. Especial)/ Muita Poupança/ PPR Transferências: seguros de Vida, con prima única o periódica.</li> </ul>

## ÁREA TERRITORIAL LATAM

Brasil	<b>Salud</b>	– Seguro de Salud para empresas.
Chile	<b>Automóviles</b>	– Autosenior: seguro para vehículos con antigüedad comprendida entre 13 y 20 años.
	<b>Hogar</b>	– Hogar Super 7: seguro de hogar.
Colombia	<b>Patrimoniales</b>	– Gerencia de Líneas Personales: seguro que cubre incendios, entre otros eventos.
Honduras	<b>Automóviles</b>	– App para prestar asistencia a los asegurados de autosmóviles.
	<b>Patrimoniales</b>	– Seguro de compra protegida con cobertura en caso de atraco en cajero automático.
México	<b>Accidentes</b>	– Segurviaje: póliza diseñada para viajeros, que otorga protección al asegurado “puerta a puerta”.
	<b>Automóviles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– AutoGAP: póliza por la que el cliente recibe una indemnización adicional en caso de que su vehículo sufra una pérdida total.</li> <li>– Seguro obligatorio: póliza con cobertura de Responsabilidad Civil para circular en caminos, vías y puentes federales.</li> </ul>
	<b>Vida</b>	– Temporal Uno: cubre fallecimiento y hospitalización, entre otros eventos.



RAMO

MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

## ÁREA TERRITORIAL LATAM (continuación)

Panamá	Automóviles	– Mobility: Plataforma tecnológica que hace uso de la geolocalización para asignar servicios de asistencia vial de la forma más eficiente.
Paraguay	Accidentes	– Accidentes personales Premium: póliza con cobertura por muerte accidental o invalidez.
Perú	Automóviles	– Dorada Integral: seguro a todo riesgo.
	Salud	– Asistencia Médica Sumar Salud: seguro de salud que incluye atención en la red de centros médicos propios. – Asistencia Médica Sumar Salud Plus: póliza que indemniza en caso de hospitalización.
	Vida	– Accidentes Personales Mapfre Perú Vida: seguro que indemniza en efectivo en caso de muerte accidental.
República Dominicana	Automóviles	– Trébol Mujer: póliza de automóviles destinada a mujeres.
	Salud	– Renovación de la gama de seguros de Salud.
Uruguay	Automóviles	– Bici y Bici Total: seguro para ciclistas que cubre accidentes personales, Responsabilidad Civil, robo y daños.
Venezuela	Patrimoniales	– Plan Platinum de servicios funerarios: seguro de decesos.



	RAMO	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
<b>ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL</b>		
EMEA	Automóviles	– Wise Protect: producto que indemniza en caso de pérdida total del vehículo del asegurado.
EE.UU.	Vida	– Lanzamiento de seguros de Vida en varios Estados.
Filipinas	Automóviles	– Seguro de automóviles.
Puerto Rico	Automóviles	– Seguro de automóviles.
	Patrimoniales	– Pólizas que cubren la rotura de maquinaria y fallos en el servicio de electricidad.
	Salud	– Seguro de salud para PYMES.
	Vida	– Seguro que incorpora indemnización mensual por convalecencia en el hogar debido a enfermedad o accidente.
Malta	Automóviles	– Motor Max: producto para jóvenes conductores de entre 18 y 30 años.
	Vida	– Servicio de notificación de accidentes 24/7. – MSV Whole Life Plan: pólizas de vida.

Además para prestar un servicio de calidad, el Grupo cuenta con:

– Centros propios (**1.037**) de peritación y pago rápido de siniestros de automóviles, con profesionales formados en las técnicas más avanzadas, y 5 talleres propios (3 en España, 1 en Puerto Rico, y 1 en Venezuela para la reparación de los vehículos siniestrados.

– Centros de servicio al automóvil (14 en España, 7 en Turquía, 8 en Venezuela, 6 en Colombia, 1 en Ecuador y 2 en Paraguay), en los que se gestiona, coordina y supervisa la reparación del vehículo que ha tenido un siniestro, ofreciendo a los clientes un vehículo de sustitución mientras el suyo se repara.

– Unidades de diagnóstico del automóvil (12 en España, 3 en Perú, 3 en Colombia, 1 en El Salvador, 1 en Puerto Rico y 1 en Argentina) para realizar revisiones gratuitas de los vehículos y fomentar así la seguridad.

– Talleres (**8.286**) con los que se tienen acuerdos para reparar 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 son una referencia para el mantenimiento de la seguridad.

– Policlínicos de Salud propios (12) en España (3) en Perú y (1) en Guatemala para prestar asistencia sanitaria y especialidades médicas.

– **Clínicas (2.709)** concertadas en las que la entidad presta asistencia de sus asegurados.

– Clínicas dentales (4 en España) dotadas con la última tecnología y los equipos más avanzados en salud dental.

– Centros médicos para la atención de accidentados de tráfico, (7) con área de rehabilitación (2 Portugal, 1 en República Dominicana, 2 en El Salvador y 2 en Honduras).

– Centros de gestión de negocio de empresas (44), en los que se atienden a las compañías de forma integral.

– Aplicaciones móviles específicas en cada país para acceder a determinados servicios del Grupo.

## 4.2.2 Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental

[G4-4; EN27; FS1, FS3, FS6 - FS8, FS13 - FS15]

MAPFRE ha desarrollado productos dirigidos específicamente a colectivos de bajo nivel de renta, sobre todo en países de América Latina, con el objetivo de favorecer el acceso de la población con menos recursos a productos aseguradores. Se trata de seguros con coberturas básicas (cosechas, decesos u hogar, etc.) adaptadas a las necesidades concretas

de cada país y con primas reducidas, que se distribuyen, sobre todo, a través de canales no convencionales. Este tipo de productos contribuye a prevenir y cubrir los riesgos personales de estos colectivos y fomentan la cultura aseguradora en los diferentes países en los que se comercializan.

En el siguiente cuadro se muestran, de forma esquemática, los principales seguros dirigidos específicamente a los colectivos con niveles de ingresos limitados:

AREA TERRITORIAL	PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUCTO Y/ O SERVICIO	por 100 sobre el total de primas de la compañía	por 100 sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
Iberia	ESPAÑA	Salud	— <b>Salud Elección:</b> seguro de Asistencia Sanitaria que garantiza la asistencia primaria y pruebas diagnósticas básicas en centros concertados.	nd	0,35	11.132
		Patrimoniales	— <b>SUD Esencial:</b> póliza basada en una tarifa natural adaptada a clientes que quieren conservar su seguro de Decesos pero que atraviesan dificultades económicas.	nd	2	262.000
		Automóviles	— <b>Póliza Cuentakms:</b> seguro para clientes que por motivos económicos dejan de usar el vehículo de forma habitual pero necesitan mantenerlo asegurado por darle un uso muy esporádico.	0,29	0,31	1.996



CESVI RECAMBIOS, Centro Autorizado de Tratamiento de Vehículos Fuera de Uso de CESVIMAP

AREA TERRITORIAL	PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUCTO Y/ O SERVICIO	por 100 sobre el total de primas de la compañía	por 100 sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
LATAM	MÉXICO	Automóviles	— <b>Autos:</b> Seguro de automóviles básico.	0,001	0,003	138
			— <b>Vida temporal deudor:</b> póliza que cubre la deuda del asegurado en caso de fallecimiento.	19	32	2.891
	REPÚBLICA DOMINICANA	Automóviles	— <b>MAPFRE 1000:</b> seguro para turismos y motocicletas con cobertura exclusiva de Responsabilidad Civil.	nd	nd	5
	VENEZUELA	Vida	— <b>Seguro de Salud, Funerario y Accidentes Personales:</b> pólizas dirigidas a clientes de bajos recursos.	nd	nd	718
	GUATEMALA	Hogar	— <b>Saldo deudor Finca:</b> seguro de hogar.	1	3	49.037
	PANAMÁ	Patrimoniales	— <b>Asistencia Familiar:</b> seguro de Decesos.	0,0001	0,1	5.251
	BRASIL	Salud	— <b>Seguro Saúde:</b> Programa de promoción de la salud dirigido a reducir el costo para la empresa. Se recibe orientación para el uso racional del servicio y se integran en los programas de prevención de enfermedades y gestión de la salud.	0,39	2,2	2.118.570
Vida		— <b>Seguro prestamista pessoa jurídica:</b> póliza para pequeños y medianos empresarios.	2,99	18,05	364.463	







AREA TERRITORIAL	PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUCTO Y/ O SERVICIO	por 100 sobre el total de primas de la compañía	por 100 sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
Internacional	EE.UU.	Vida	– Seguros de Vida “value”.	nd	nd	1.734
	PUERTO RICO	Automóviles	– Seguro obligatorio de automóviles.	1,35	34	15.888
		Asistencia	– Seguro de asistencia en viaje y carreteras.	12	48	9.654
		Salud	– <b>MAPFRE Protector:</b> seguro de salud con cobertura de cáncer y enfermedades graves.	3	1,9	29.525
	TURQUÍA	Salud	– Seguro de salud con coberturas adicionales.	4	nd	13.591
	FILIPINAS	Vida	– <b>KaKAMPI:</b> seguro para empleados de cooperativas o consumidores de empresas de servicios públicos con cobertura por fallecimiento o discapacidad.	nd	nd	80.501



El compromiso de MAPFRE por la conservación del medio ambiente, el fomento del ahorro y la eficiencia energética y la voluntad de hacer frente al cambio climático se manifiesta, entre otras acciones, a través de la creación de productos aseguradores específicos, tanto para proyectos relacionados con el desarrollo sostenible como para la gestión del riesgo ambiental.

Las actuaciones medioambientales dirigidas a los clientes se pueden agrupar en tres categorías:

– Gestión del Riesgo Ambiental, que incluye coberturas de Daños, Responsabilidad Civil y Responsabilidad Medioambiental; servicios para la identificación, análisis, evaluación y control de riesgos; y revisión y seguimiento de la evolución de los riesgos y de sus medidas correctoras. Esta línea de negocio supone unos ingresos anuales de 25,12 millones de euros (Ver pág. 37 “La Gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno”).

– Productos aseguradores para proyectos sostenibles de energías renovables, explotaciones forestales y actuaciones relacionadas con la eficiencia y ahorro energético.

– Servicios que favorecen la protección medioambiental y el ahorro de recursos como las instalaciones de carga para vehículos eléctricos, la recuperación de piezas de vehículos, las reformas para proporcionar ahorro de energía, etc.

La siguiente tabla muestra las principales magnitudes de los productos y servicios medioambientales.

Productos y Servicios medioambientales		
Producto / Servicio		2014
Coberturas de riesgos ambientales.	nº de pólizas	38.901
Seguros para proyectos sostenibles	Primas netas (€)	52.971.793
Servicios medioambientales y de ahorro energético	Facturación (€)	527.192

A continuación se detallan los principales seguros y servicios relacionados con el ámbito medioambiental:

ÁREA TERRITORIAL/ UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	PRODUCTO/ SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Iberia	ESPAÑA www.mapfre.com	Póliza ecológica	Primer seguro de pág por uso para vehículo eléctricos, híbridos y ecológicos.
		Seguro de Daños y Responsabilidad Civil	Producto destinado a centrales solares, fotovoltaicas, parques eólicos y plantas de cogeneración.
		Acuerdo Flotas ZEM2ALL	Estudia el rendimiento de vehículos eléctricos en ciudades de tamaño medio.
		Cobertura de responsabilidad medioambiental en pólizas de Responsabilidad Civil General.	Esta cobertura ampara la responsabilidad del asegurado por los daños causados por la contaminación medioambiental.
LATAM	PORTUGAL www.mapfre.pt	Responsabilidad ambiental	Cubre el coste de reparación por accidente o amenaza inminente, el daño a las especies y los hábitats silvestres, daños al agua, daños en el suelo.
	BRASIL www.mapfre.com.br	Póliza Eco MAPFRE	Seguro que ofrece en la renovación un descuento a los clientes que hayan superado una inspección vehicular ambiental.
		Remoção de Destroços	Póliza para embarcaciones de recreo y de aviación general que ofrece al asegurado indemnización para recuperar los bienes siniestrados y minimizar el daño al medio ambiente.
		Risco de Petróleo	Cubre directa o indirectamente riesgos relacionados con las actividades de prospección, perforación y / o producción de petróleo o gas.
	MÉXICO www.mapfre.com.mx	Gasolinera segura	Seguro que incluye cobertura de Responsabilidad Civil por contaminación.

ÁREA TERRITORIAL/ UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	PRODUCTO/ SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Internacional	EE.UU www.mapfreinsurance.com	Seguro Responsabilidad Civil Ambiental	Póliza de Transportes que proporciona cobertura para la reparación de daños por contaminación derivada de fugas de productos peligrosos.
	PUERTO RICO www.mapfrepr.com	MCS-90	Póliza de Transportes que proporciona cobertura para la reparación de daños por contaminación derivada de fugas de productos peligrosos.
Negocios globales	www.mapfre.com	Póliza de Daños y Responsabilidad Civil	Seguro que cubre las distintas fases (diseño, construcción, puesta en marcha y explotación) de grandes plantas de energías renovables (termosolares y eólicas).  Este producto se comercializa por MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE RE y MAPFRE ASISTENCIA.
		Póliza de Responsabilidad Civil Medioambiental	Seguro diseñado específicamente para la reparación de daños causados al medio ambiente.  Este producto se comercializa por MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE RE y MAPFRE ASISTENCIA, y en algunos países por la Unidad de seguro.

En la siguiente tabla se reflejan los principales indicadores de la dimensión medioambiental relacionados con las soluciones aseguradoras comercializadas. En los supuestos de coaseguro, los indicadores sólo contemplan la participación correspondiente a MAPFRE.

	Unidad	2014	2013
Pólizas responsabilidad civil medioambiental suscritas	nº	11.012	8.389
Instalaciones de energía eólica aseguradas	MW	12.107	10.311
Aerogeneradores asegurados	nº	7.271	7.547
Explotaciones forestales sostenibles	ha	172.462	28.805
Pólizas Ecológicas Autos	nº	8.489	6.073
Primas netas en productos ambientales		52.971.793	34.518

En conjunto, en 2014 se han emitido más de 38.901 pólizas con coberturas relacionadas con aspectos medioambientales, que suponen un volumen de primas superior a 52,9 millones de euros.

En el caso de los servicios ambientales y energéticos, algunos están ligados de forma directa a prestaciones de seguro, tales como el servicio implantado en Brasil de asistencia con bicicletas eléctricas para atender pequeñas averías o reparaciones mecánicas que no precisen el traslado del vehículo. Otros están relacionados con investigaciones sobre técnicas de reparación de vehículos accidentados que realizan los Centros de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI) de España y América y que contribuyen al ahorro

en el consumo de recursos contaminantes, como pinturas o disolventes, y a minimizar los impactos medioambientales en la actividad de reparación de vehículos.

En otros casos, este tipo de servicios medioambientales está directamente relacionado con servicios a terceros.

CESVIMAP, a través de CESVI RECAMBIOS lleva la gestión de los vehículos fuera de uso. En 2014 se han tratado 3.086 vehículos fuera de uso, de los que se ha recuperado, para reutilización, un total de 73.282 piezas y componentes, experimentando un incremento positivo frente a los datos de 2013.

RECUPERACIÓN DE PIEZAS DE VEHÍCULOS			
	Unidad	2014	2013
Vehículos fuera de uso (VFU) tratados	ud	3.086	2.455
Piezas de VFU recuperadas	ud	73.282	74.021

Los servicios ambientales que proporciona MULTIMAP se dirigen principalmente al ahorro y eficiencia energética. Esta empresa instala puntos de recarga para vehículos eléctricos que pueden instalarse en garajes de viviendas unifamiliares o en plazas de parking de la comunidad de vecinos y proporciona servicios integrales de eficiencia y ahorro energético en la edificación e instalaciones. Igualmente, realiza actuaciones de ahorro energético mediante la instalación de tecnología LED y optimización de envolventes



de edificios por renovación de carpintería exterior. Ello ha supuesto un volumen de negocio de 305.545,02 € en servicios ambientales.

### 4.2.3 Canales de comunicación con el cliente

[G4-FS5]

La apuesta de MAPFRE por la omnicanalidad implica distribuir los productos a través de diferentes vías (oficinas, Internet, teléfono, acuerdos con entidades, etc.) ofreciendo a los clientes la posibilidad de que ellos elijan el canal que prefieran para relacionarse con la empresa.

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

**La RED propia de distribución del Grupo**, integrada por **5.524 oficinas** (3.149 en Iberia y 2.375 en el resto de países), que facilitan una atención personal y directa a través de **79.289 delegados, agentes y corredores** (18.734 en Iberia y 60.555 en el resto del mundo).

**Oficinas bancarias** (9.484, de las que 3.861 están ubicadas en Iberia y 5.623 en el resto de países) de entidades con las que el Grupo tiene acuerdos para la comercialización de sus productos.

Personal específico, altamente cualificado, para dar respuesta a los clientes que requieren una atención especializada (industrias y grandes riesgos industriales, sector agrario, productos de ahorro, etc.), con especialistas con gran experiencia, amplia formación y conocimiento de los diferentes mercados.

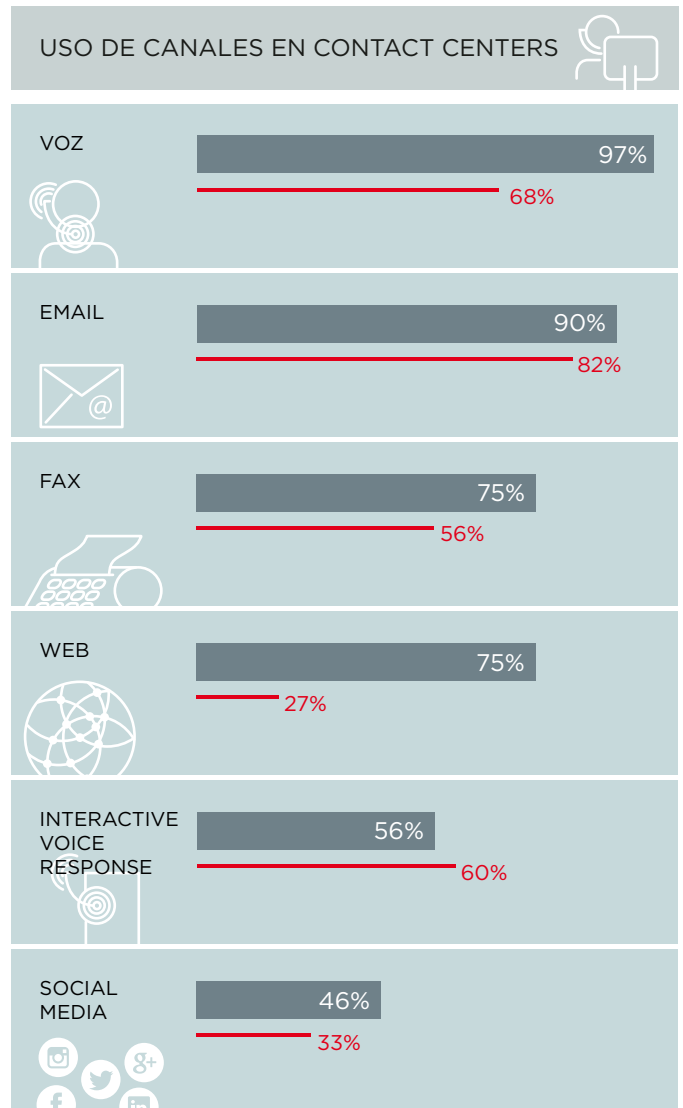
**Portal MAPFRE y Oficina MAPFRE Internet**, a través de la páginas web de MAPFRE en los diferentes países, los clientes pueden, entre otras acciones, contratar determinados productos, consultar sus pólizas, notificar siniestros, cambiar datos personales o bancarios, pedir duplicados de documentos, consultar comunicaciones o avisos de cobro.

**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 y servicios que tienen contratados.



El Grupo cuenta con **59 call centers** (7 en el Área Territorial Iberia, 32 en el Área Territorial Internacional y 20 en el Área Territorial Latam) en los que trabajan **8.196 empleados** (7.570 en 2013), de los que 1.256 lo hacen desde el Área Territorial Iberia, 2.397 en los países del Área Territorial Internacional y 4.543 en los del Área Territorial Latam.

Este año, se ha realizado un estudio sobre la operativa de los Contact Centers, analizando, entre otros, el número de contactos realizados, los diferentes canales de comunicación con el cliente, el porcentaje de agentes propios que desarrollan su actividad en estos centros o los tiempos de espera.



■ Canales MAPFRE

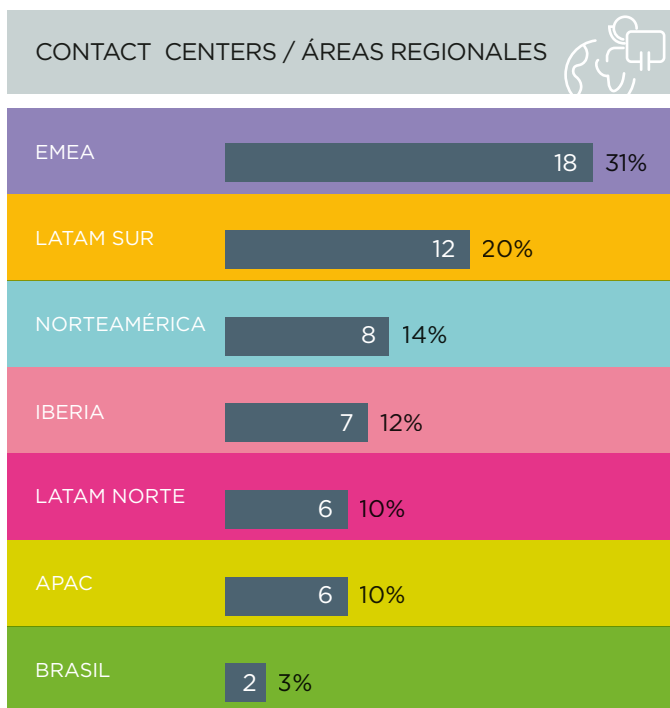
— Benchmark 2013 Global Contact Center Survey. Deloitte Consulting LLT.



Este estudio, sobre 59 Contact Center, arroja algunas características destacadas, como por ejemplo, que la edad media de los responsables es de 40 años, que más del 75 por 100 cuenta con estudios universitarios y que un 52 por 100 son hombres.

La gran mayoría de los Contact Center atienden a los clientes a través de diferentes canales, con preponderancia de los más tradicionales: voz y email. El 31 por 100 del total cuenta con seis canales distintos de comunicación con el cliente; el 25 por 100 dispone de cinco canales; el 12 por 100 tiene cuatro canales, y el 19 por cien cuenta con tres canales. A continuación detallamos el porcentaje de uso de cada canal por parte de los distintos centros, comparado con la media del sector (en rojo) en los siete países/regiones analizados.

En cuanto a la distribución regional, EMEA y LATAM Sur concentran más del 50 por ciento de los centros, y dos terceras partes de los mismos dan servicio a MAPFRE ASISTENCIA.



También se ha realizado un glosario de términos asociado al ámbito de actividad de los Contact Centers, con objeto de unificar y homogeneizar conceptos. Los términos cubren cuatro ámbitos principales: gestión del contact center, tecnología y comunicaciones, venta y telemarketing y seguros.

Por último, se ha puesto a disposición de los responsables de los contact centers un proyecto de gamificación, mediante una plataforma informática, que tiene por objetivo incentivar

la mejora de eficiencia, eficacia y calidad a través de la orientación a objetivos, así como la innovación, compartiendo información y mejores prácticas con otros centros.

**Redes Sociales**, a través de las que permiten entre otras funcionalidades, realizar consultas y acceder a plataformas de resolución de dudas y/o incidencias. Para ello, se han establecido procesos específicos de atención al cliente que tienen en cuenta las particularidades y características de cada red social. En el año 2014, se han gestionado más de 18.300 consultas a través de estos canales.

#### 4.2.4 Fidelización y calidad en MAPFRE

[G4-PR5]

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vinculación, MAPFRE lleva a cabo diferentes acciones de fidelización y venta cruzada, teniendo siempre en cuenta que cada cliente o asegurado requiere una gestión distinta adaptada a sus necesidades. Para ello, se han desarrollado diferentes programas de fidelización. Estos programas incluyen promociones, descuentos y ofertas exclusivas y benefician a más de **5,7 millones de socios** en todo el mundo.

Asimismo, se trabaja de forma permanente para conseguir elevados niveles de calidad en el servicio que se presta a los asegurados y clientes, especialmente para que la resolución de los siniestros se realice de forma rápida, eficaz y equitativa.

Este compromiso de calidad es una constante en todos los países en los que MAPFRE opera y se refleja en la confianza depositada por los clientes, como demuestran los índices de renovación en los principales países en los que el Grupo está presente.

País	Cientes que renuevan anualmente su seguro en por 100	País	Cientes que renuevan anualmente su seguro en por 100
Argentina	80	Nicaragua	93
Brasil	54	Panamá	80
Colombia	72	Paraguay	67
Costa Rica	80	Puerto Rico	71
Ecuador	70	Perú	65
España	89	República Dominicana	76
EE.UU	89	Turquía	61
Guatemala	78	Uruguay	78
Malta	87	Venezuela	49
México	77		

Además de los sistemas internos que la entidad utiliza para medir la calidad que perciben sus clientes, MAPFRE utiliza otros establecidos por diferentes organismos acreditados del sector, que evalúan tanto la calidad en la contratación como en la prestación de servicios.

De las encuestas realizadas en varios países para medir la satisfacción general de los clientes, las principales conclusiones que se desprenden son las siguientes:

NEGOCIO DE AUTOMÓVILES	
por 100 clientes satisfechos o muy satisfechos	
Brasil	87
Colombia	99
El Salvador	90
España	93
Estados Unidos	84
México	78
Nicaragua	88
Puerto Rico	88
República Dominicana	82
Turquía	95

NEGOCIO DE ASISTENCIA	
por 100 clientes satisfechos o muy satisfechos	
Asistencia en carretera	93
Asistencia médica	91
Asistencia Hogar	92

Asimismo, se llevan a cabo controles internos de gestión para evaluar los tiempos de respuesta y estudiar las incidencias y reclamaciones; se realizan visitas de control de calidad; y encuestas de satisfacción al cliente. En estas encuestas se hace un seguimiento especial sobre la resolución de las solicitudes; la calidad ofrecida y percibida en términos de forma de acogida; la expresión oral, utilización del lenguaje; el tratamiento de las llamadas; la solución al primer contacto; y el conocimiento y capacidad de adaptación a las situaciones planteadas.

Estos informes permiten hacer un seguimiento periódico sobre la calidad percibida por los clientes, así como de la evolución de la cartera y establecer acciones específicas encaminadas a la fidelización y reducción de las anulaciones. Asimismo, para los empleados que prestan atención a los clientes se establecen planes de formación específicos en las habilidades propias de la labor que desempeñan y en técnicas necesarias para su trabajo, entre las que destacan:

Orientación al cliente

Técnicas de atención al cliente

Estrategias de venta telefónica

Manejo de conflictos

Comunicación interpersonal

Productos MAPFRE

Procedimientos internos  
(gestión de cobros, siniestros y reclamaciones)

MAPFRE dedica 355 empleados al seguimiento y control de la calidad en todo el mundo y diversas empresas tienen certificaciones de calidad, cuya renovación exige mantener elevados estándares en el servicio a los clientes.

La protección de los datos personales que los clientes proporcionan a MAPFRE es un elemento de máxima prioridad para la entidad, por lo que existen tanto procedimientos específicos, entre los que se incluyen cláusulas de confidencialidad de los trabajadores, colaboradores y proveedores, como controles de diversa naturaleza y auditorías periódicas, destinados a lograr dicha protección.

MAPFRE dispone de unas normas de seguridad de la información basadas en la normativa ISO al respecto, que es de aplicación a todos los procesos y actividades en los que participan las entidades del Grupo, lo que permite cumplir con los estándares internacionales de seguridad más exigentes.

De igual modo, MAPFRE cumple de manera escrupulosa con los requerimientos legislativos en materia de seguridad de la información, y vigila y monitoriza su cumplimiento mediante la implantación de los controles y procedimientos exigidos en su cuerpo normativo propio.

#### 4.2.5 Reclamaciones y quejas

[G4-2; PR4, PR8, PR9]

MAPFRE promueve que sus asegurados y clientes en cualquier país del mundo donde opere en seguro directo, dispongan de un cauce interno para la defensa extrajudicial de sus derechos derivados de sus pólizas, y vela por preservar la confianza de sus clientes cumpliendo con el compromiso de otorgarles la mejor atención, promoviendo la implantación interna de órganos de protección de sus derechos.

En este sentido, actualmente, el Grupo cuenta en España con la Comisión de Defensa del Asegurado creada en 1984 y la Dirección de Reclamaciones desde 2004. También existen servicios de defensa al cliente en Brasil, Colombia, Argentina, México, Chile, Panamá, Estados Unidos y Filipinas — países que disponen, además, de Defensor — y en Puerto Rico, República Dominicana, Perú, Honduras, Malta y Turquía.

#### POLÍTICA GLOBAL DE GESTIÓN DE RECLAMACIONES Y QUEJAS DE MAPFRE

##### Objetivos

##### Individual

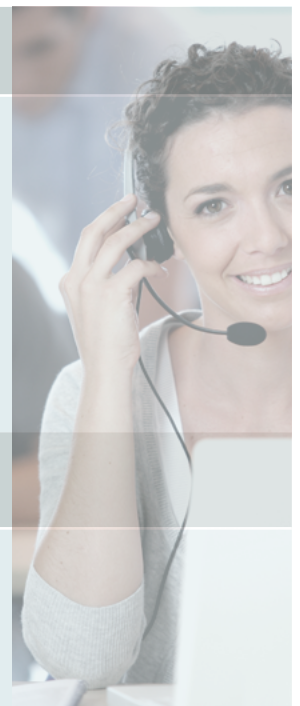
Facilitar al cliente un procedimiento extrajudicial gratuito, voluntario, ágil, sencillo y breve para atender, tramitar y resolver las quejas y reclamaciones cuando, a su juicio, la entidad no ha satisfecho sus pretensiones.

Proporcionar en las pólizas información sobre dicho procedimiento, así como en la página web de cada país. Este procedimiento extrajudicial no obstaculiza el derecho de los clientes al ejercicio de las acciones previstas legalmente, tanto judiciales como administrativas.

Implantar, en su caso, la institución del Defensor del Asegurado, de acuerdo a la normativa local en cada país, para conocer y resolver las reclamaciones promovidas por los tomadores, asegurados o beneficiarios de pólizas de seguros, así como de los partícipes o beneficiarios de planes de pensiones promovidos, gestionados o depositados en MAPFRE y los derechohabientes de todos ellos.

##### Colectivo

Preservar la confianza de los clientes en el funcionamiento y capacidad de las entidades de MAPFRE con las que tienen contratados productos. Para ello, los Departamentos de Reclamaciones y, en su caso, el Defensor del Asegurado emitirán anualmente criterios generales de actuación y recomendaciones, respectivamente, extraídos de su experiencia en la atención de reclamaciones y quejas con el fin de disminuir su número y mejorar el servicio.







## Principios rectores de la política global de la gestión de reclamaciones y quejas

**Disponer** en cada país donde MAPFRE opera en seguro directo de un **Departamento de Reclamaciones** cuyas competencias y actividad se contienen en un Reglamento para la solución de conflictos entre las sociedades del GRUPO MAPFRE y los usuarios de sus Servicios Financieros.

Difusión de la existencia del **procedimiento extrajudicial de solución de conflictos** y del Departamento de Reclamaciones.

**Separación** del **Departamento de Reclamaciones** de los restantes servicios comerciales u operativos de la organización.

Los escritos de rehúse de un siniestro, prestación u otra circunstancia derivada del contrato de seguro contendrán información acerca del **derecho a reclamar**.

**Implantación** opcional de un **Defensor del Asegurado**.

Información anual al **Consejo de Administración de la respectiva entidad** u órgano de gobierno equivalente e información periódica relativa a la actividad del Departamento de Reclamaciones.

**Emisión** de **Criterios Generales de Actuación y Recomendaciones** destinados a disminuir el número de reclamaciones y quejas y a mejorar la atención a los clientes.

Información consolidada de **gestión de reclamaciones y quejas** en el mundo.



PRINCIPALES MAGNITUDES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES RECIBIDAS Y TRAMITADAS EN 2014 EN LOS PAÍSES EN LOS QUE MAPFRE OPERA EN SEGURO DIRECTO

ÁREA		PAÍSES CON SEGURO DIRECTO	ÓRGANOS PROTECCIÓN AL CLIENTE		RECLAMACIONES Y QUEJAS 12/2014 SEGURO DIRECTO, ASISTENCIA Y GLOBAL RISKS									
Territorial	Regional		DR O SAC	Defensor	Volumen				Resueltas / signos					Pendientes 12/2014
					Admitidas	Inadmitidas	Pendientes .....A/A	TOTAL	Estimadas	Desestimadas	Otros	Inadmitidas	TOTAL	
		» España	DR (1) ✓	✓	6.655	1.525	435	8.615	2.684	3.537	644	1.525	8.390	340
			CG (2) ✓		80	9	0	89	26	50	9	9	94	4
		» Portugal			584	0	0	584	125	459	0	0	584	0
<b>IBERIA (2 países)</b>			1 ✓ 1 NO	1 ✓ 1 NO	7.319	1.534	435	9.288	2.835	4.046	653	1.534	9.068	344
		» BRASIL (1 país)	1 ✓	1 ✓	76.461	11.533	7.127	95.121	32.030	21.685	15.013	11.533	80.261	2.135
		» México	✓	✓	6.488	504	270	7.262	3.528	2.841	0	504	6.873	119
		» Panamá	✓	✓	81	0	5	86	17	62	0	0	79	5
		» Rep. Dominicana	✓		35	0	0	35	33	2	0	0	35	0
	NORTE	» El Salvador			29	0	0	29	29	0	0	0	29	0
		> Costa Rica			S/D									
		> Guatemala			S/D									
		» Honduras	✓		25	0	0	25	6	19	0	0	25	0
		» Nicaragua	✓	✓	S/D									
<b>LATAM NORTE (8 países)</b>			5 ✓ 3 NO	3 ✓ 5 NO	6.658	504	275	7.437	3.613	2.924	0	504	7.041	124
		» Venezuela			S/D									
		» Colombia	✓	✓	9.838	0	102	9.940	9.577	0	0	0	9.577	261
		» Argentina	✓	✓	S/D									
	SUR	» Chile	✓	✓	735	0	0	735	735	0	0	0	735	0
		» Perú		✓	828	0	15	843	428	354	0	0	782	46
		» Uruguay			S/D									
		> Paraguay			S/D									
		» Ecuador			S/D									
<b>LATAM SUR (8 países)</b>			3 ✓ 5 NO	4 ✓ 4 NO	11.401	0	117	11.518	10.740	354	0	0	11.094	307
<b>LATAM (17 países)</b>			9 ✓ 8 NO	8 ✓ 9 NO	94.520	12.037	7.519	114.076	76.383	24.963	15.013	12.037	98.396	2.566
	NORTE	» EE.UU.	✓	✓	411	0	0	411	64	342	0	0	406	5
	AMERICA	» Puerto Rico	✓ *		114	4	29	147	45	27	7	4	83	29
<b>NORTEAMÉRICA (2 países)</b>			2 ✓	1 ✓ 1 NO	525	4	29	558	109	369	7	4	489	34
	EMEA	» Turquía	✓		5.159	0	135	5.294	1.841	3.196	0	0	5.037	122
		» Malta	✓		21	0	1	22	8	11	0	0	19	2
<b>EMEA (2 países)</b>			2 ✓	2 NO	5.180	0	136	5.316	1.849	3.207	0	0	5.056	124
	APAC	» Filipinas	✓	✓	61	0	0	61	61	0	0	0	61	5
		» Indonesia (3)	S/D	S/D	S/D									
<b>APAC (2 países)</b>			1 ✓ 1S/D	1 ✓ 1S/D	61	0	0	61	61	0	0	0	61	5
<b>INTERNACIONAL (6 países)</b>			5 ✓ 1S/D	2 ✓ 3 NO 1S/D	5.766	4	165	5.935	2.019	3.576	7	4	5.606	163
			15 ✓ 9 NO 1S/D	11 ✓ 13 NO 1S/D	107.605	13.575	8.119	129.299	51.237	32.585	15.673	13.575	113.070	3.073
<b>TOTAL PAÍSES CON SEGURO DIRECTO:25</b>									por 100S/Admitidas y Pendtes. A/A	por 100 S/ Inad	por 100S/ Vol			
									44,3 por 100	28,2 por 100	13,5 por 100	100 por 100	87 por 100	

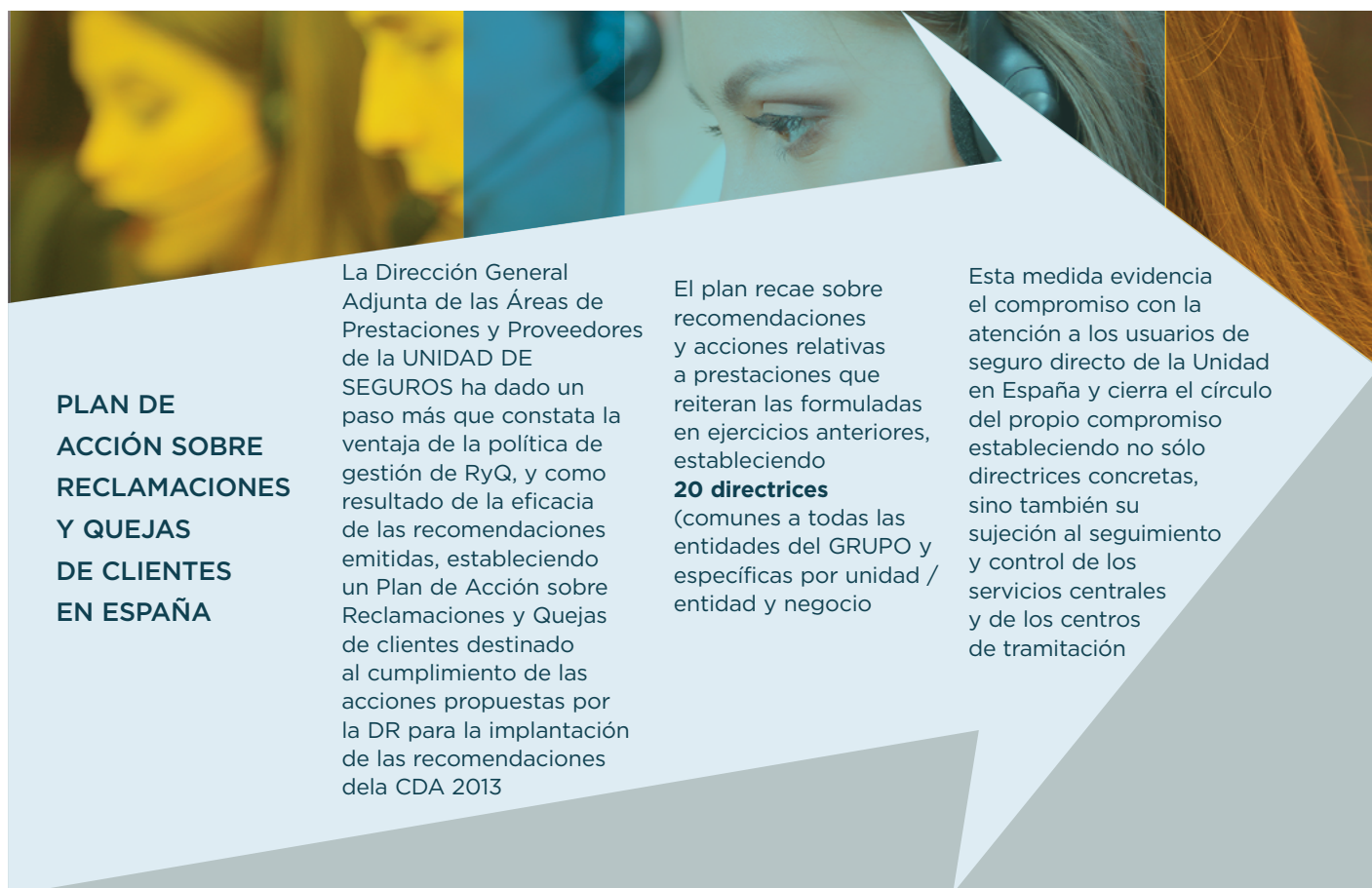
LEYENDA

- > Seguro Directo
- > ASISTENCIA
- > GLOBAL RISKS
- ✓ Dispone

- (1) DR Grupo: Competencia sobre Sociedades principales y filiales
- (2) CG: Oficina de Tramitación de Reclamaciones (OTR) de Verti
- (3) Se incorpora a SEGURO DIRECTO en 2014
- \* Sólo Salud (Puerto Rico)

Ejemplo de la política de protección de los derechos de los clientes son algunas acciones que la Dirección de Reclamaciones en España lleva a cabo, entre las que destacan:

- **Encuestas de satisfacción**, que permiten conocer el grado de satisfacción de los clientes que han acudido al procedimiento de reclamaciones y quejas.
- **Reducción del tiempo de respuesta** a las reclamaciones y quejas que presentan los clientes implantando soluciones tecnológicas (ODEÓN) que favorecen la gestión documental.
- **Informes sobre aspectos específicos por su influencia en el negocio**, como, por ejemplo, el impacto de las reclamaciones y quejas en la rescisión de contratos, tiempos medios de resolución por Centro de Gestión o el seguimiento de las reclamaciones y quejas no admitidas.
- **Recomendaciones y Criterios Generales de Actuación** emitidos para mejorar la relación con los clientes, en base a los argumentos expuestos en las quejas y reclamaciones tramitadas, y posterior implementación y supervisión.



**PLAN DE ACCIÓN SOBRE RECLAMACIONES Y QUEJAS DE CLIENTES EN ESPAÑA**

La Dirección General Adjunta de las Áreas de Prestaciones y Proveedores de la UNIDAD DE SEGUROS ha dado un paso más que constata la ventaja de la política de gestión de RyQ, y como resultado de la eficacia de las recomendaciones emitidas, estableciendo un Plan de Acción sobre Reclamaciones y Quejas de clientes destinado al cumplimiento de las acciones propuestas por la DR para la implantación de las recomendaciones de la CDA 2013

El plan recae sobre recomendaciones y acciones relativas a prestaciones que reiteran las formuladas en ejercicios anteriores, estableciendo **20 directrices** (comunes a todas las entidades del GRUPO y específicas por unidad / entidad y negocio

Esta medida evidencia el compromiso con la atención a los usuarios de seguro directo de la Unidad en España y cierra el círculo del propio compromiso estableciendo no sólo directrices concretas, sino también su sujeción al seguimiento y control de los servicios centrales y de los centros de tramitación

Durante el ejercicio 2014 se ha llevado a cabo el proceso de implementación de las 39 recomendaciones que emitió la Comisión de Defensa del Asegurado sobre el ejercicio 2013, que generaron a su vez distintas acciones que a lo largo del ejercicio se han ido abordando por las áreas correspondientes.

Motivo	Recomendación 2013	Acción propuesta 2014
FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO	Analizar en los tratos preliminares de forma minuciosa: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Necesidades del contratante.</li> <li>– Tipo de negocio y riesgos habituales del mismo, etc.</li> </ul>	Adecuar las verdaderas necesidades del cliente de forma que la Condiciones Particulares reflejen fielmente la voluntad del asegurado respecto a las coberturas y sumas contratadas.
	Someter a la firma de un cuestionario de salud en la contratación de pólizas de Decesos.	Recordar la obligación de entregar un cuestionario de salud a los candidatos del seguro de Decesos y de recoger su firma en prueba de conformidad.
REDACCIÓN DEL CONTRATO	Perfeccionar la redacción de las cláusulas de las condiciones generales relativas a: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Indivisibilidad prima.</li> <li>– Asistencia sanitaria: determinar el posible alcance de la cobertura de gastos para estudios genéticos en dichas pólizas.</li> </ul>	Recoger con mayor precisión los términos que definen la cobertura o no de las cuestiones recomendadas y, una vez delimitados, modificar, la redacción del condicionado que corresponda.
	Matizar el texto de: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Las condiciones generales de pólizas de Hogar en aspectos como el concepto de joya.</li> <li>– Las condiciones particulares en las pólizas de protección de alquileres, para incluir las modificaciones oportunas respecto a los sucesivos arrendatarios del inmueble.</li> </ul>	
	Revisar algunas cláusulas de las pólizas de Asistencia en Viaje relacionadas con la cancelación de los viajes.	
	Reconsiderar en pólizas combinadas de Comercios la redacción de la garantía de rotura del cristal de las vitrocerámicas, para determinar con precisión el ámbito de cobertura.	
INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO	Modificar en los seguros de Automóviles la interpretación de los siniestros : <ul style="list-style-type: none"> <li>– Que tienen lugar en los recintos industriales.</li> <li>– Que sean consecuencia de lesiones de ocupantes al subir o bajar del vehículo.</li> </ul>	Llevar a cabo cuantas peritaciones y averiguaciones sean necesarias para determinar la naturaleza de la actividad realizada por el vehículo asegurado en el momento del siniestro, sin considerar de forma restrictiva el concepto de hecho de la circulación.
	Valorar llevar a cabo una interpretación restrictiva, en los seguros de Responsabilidad Civil profesional, en cuanto se refiera a la exclusión de cobertura de obligaciones asumidas en virtud de pactos o acuerdos, que no serían legalmente exigibles en caso de no existir tales acuerdos.	Aplicar de manera restrictiva la exclusión prevista con objeto de dejar fuera de cobertura las obligaciones que no le fueren legalmente exigibles al asegurado, en caso de no existir pacto contractual vulnerado.

Motivo	Recomendación 2013	Acción propuesta 2014
PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN	<p>Reforzar la comunicación con los clientes informando de manera más precisa y completa respecto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Los conceptos a que corresponden las partidas indemnizadas (prestaciones patrimoniales).</li> <li>— El motivo del rehúse en siniestros que implican a dos o más asegurados de MAPFRE, así como informar del alcance de la Defensa Jurídica que corresponda en caso de conflicto de intereses (prestaciones de automóviles).</li> </ul>	<p>Trasladar a los clientes la información precisa de la forma más completa posible:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Dar respuesta a todas las cuestiones suscitadas en el siniestro o servicio prestado.</li> <li>— Reflejar con claridad en los escritos que se remitan los motivos que informen la decisión de la entidad.</li> </ul>
	<p>Exigir mayor rigor y fundamentación en sus informes a los peritos e investigadores que colaboran con la entidad.</p>	<p>Instruir a la red de peritos a fin de reforzar la importancia de fundamentar y documentar los informes periciales, centrándose en esclarecer las cuestiones concretas encomendadas y eludiendo las conjeturas y contrastando los datos.</p>

La Comisión de Defensa del Asegurado de MAPFRE en su Memoria Anual 2014 ha formulado 41 recomendaciones para incrementar la calidad del servicio a los clientes. Tales recomendaciones se han extraído de las 921 reclamaciones que ha resuelto, habiéndosele elevado 892 durante el propio ejercicio. De ellas destacan:

- Adecuar las sumas aseguradas en los seguros de Hogar con cesión de derechos a favor de acreedores hipotecarios, de manera que no incluyan valores no asegurables, como el valor del suelo o su valor comercial.
- Realizar análisis de viabilidad jurídica más rigurosos en las prestaciones de Defensa Jurídica, así como precisar con rigor conceptos como el de reclamaciones por culpa extracontractual amparadas o gastos imputables a la suma asegurada de la garantía.
- Modificar conceptos o su configuración, como los de conducciones privativas o joyas y dinero en efectivo, en las condiciones particulares de las pólizas de Hogar.
- Mejorar las comunicaciones escritas dirigidas a los clientes y, en especial, los escritos de rechazo de siniestro, de forma que resulten más precisos y contengan información más completa.
- Restringir la interpretación de lo que se considera cese de actividad profesional en las pólizas de Incapacidad Temporal Total.
- Exigir máximo rigor técnico a los peritos e investigadores en los informes que vayan a fundamentar las decisiones

adoptadas por la compañía, especialmente cuando éstas limiten o reduzcan las pretensiones de los asegurados.

- Expresar con claridad los plazos en que se abonan las rentas y cuándo comienzan éstas a devengarse, al tratarse de conceptos distintos, en los seguros de Renta Vitalicia.
- Incluir en las condiciones generales de los contratos una mención al principio legal de indivisibilidad de la prima, para favorecer la comprensión de éste por los clientes, estableciendo en el propio contrato que la prima no es parcialmente reintegrable.
- Considerar las comunicaciones a los operadores de banca-seguros como comunicaciones a la compañía, cuando éstos actúen como agentes exclusivos.

### CRITERIOS GENERALES DE ACTUACIÓN

Fruto de la actividad llevada a cabo, la Dirección de Reclamaciones ha establecido en su Informe Anual 2014 un total de **13 criterios generales de actuación** destinados a disminuir el número de reclamaciones y quejas de los usuarios, entre los que destacan:

- Incidir en que todas las oficinas abiertas al público tienen que disponer de “formularios de reclamación” susceptibles de ser facilitados sin impedimentos a los clientes que los soliciten, debiendo, además, informarles de que tales formularios se encuentran a su disposición en la página web del Grupo, con información detallada sobre el procedimiento a seguir.

— Insistir en la necesidad de facilitar a los clientes en las comunicaciones que se les dirijan la información adecuada, motivada y pertinente al caso de que se trate, evitando omitir información, proporcionarla de forma incompleta o errónea, y generar expectativas inciertas.

— Extremar el cuidado en los avisos de cobro para hacerlos coincidir con los archivos informáticos y así tratar de evitar diferencias entre los importes de primas comunicadas a los clientes en aquellos, y las cantidades posteriormente giradas y cobradas en las cuentas bancarias donde están domiciliados los recibos.

— Informar/recordar a la red de oficinas de la necesidad de que se suscriba la cláusula de ampliación del ámbito territorial del seguro a los clientes que vayan a viajar a Marruecos con el vehículo asegurado.

— Solicitar a los asegurados, en los supuestos de prestaciones legales, toda la documentación necesaria para conocer con exactitud las particularidades del caso y que la compañía pueda definir la clase o naturaleza del proceso judicial que se haya iniciado o pretenda iniciarse a fin de valorar adecuadamente la prestación que se requiere.

— Establecer criterios básicos para el cálculo del valor venal de los electrodomésticos e insistir a la red de profesionales en que, antes de los trabajos de reparación, se facilite presupuesto escrito al cliente.

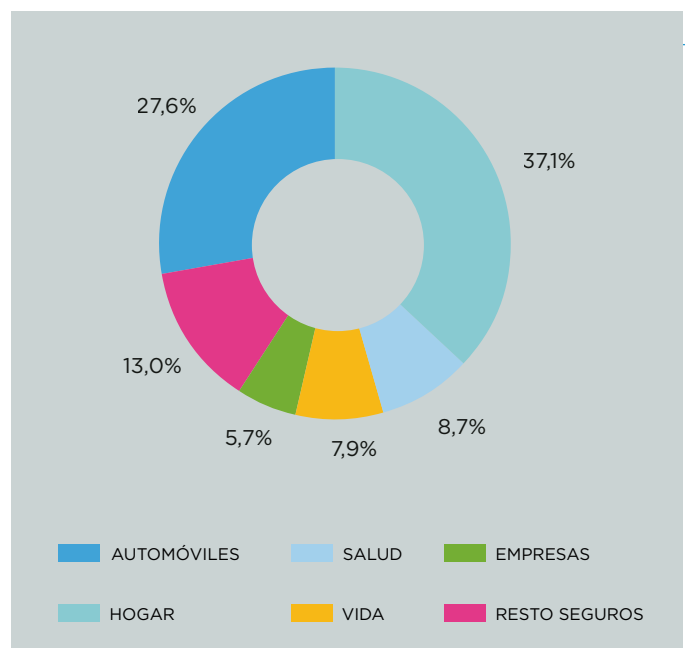
— Incluir en las condiciones particulares y generales de los seguros de Vida o Accidentes con garantía de Invalidez Permanente Absoluta, que la misma operará sus efectos cuando sea reconocida con carácter definitivo, sin posibilidad de futura revisión por parte de los organismos competentes.

— Coordinar las distintas Áreas y Departamentos que gestionan contratos de seguro que garantizan la percepción de una renta vitalicia, con el fin de evitar el abono de la misma una vez producido el fallecimiento del asegurado y la subsiguiente solicitud de su devolución.

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

Las recomendaciones y criterios referidos se han extraído de las reclamaciones y quejas tramitadas en el ejercicio 2014, en el que se han recibido en la Dirección de Reclamaciones 8.180 escritos. **De ellos se han admitido a trámite 6.655**, habiéndose considerado **3.667** reclamaciones con pretensiones concretas de contenido económico y 2.988 quejas relativas a incidencias en la tramitación de prestaciones.

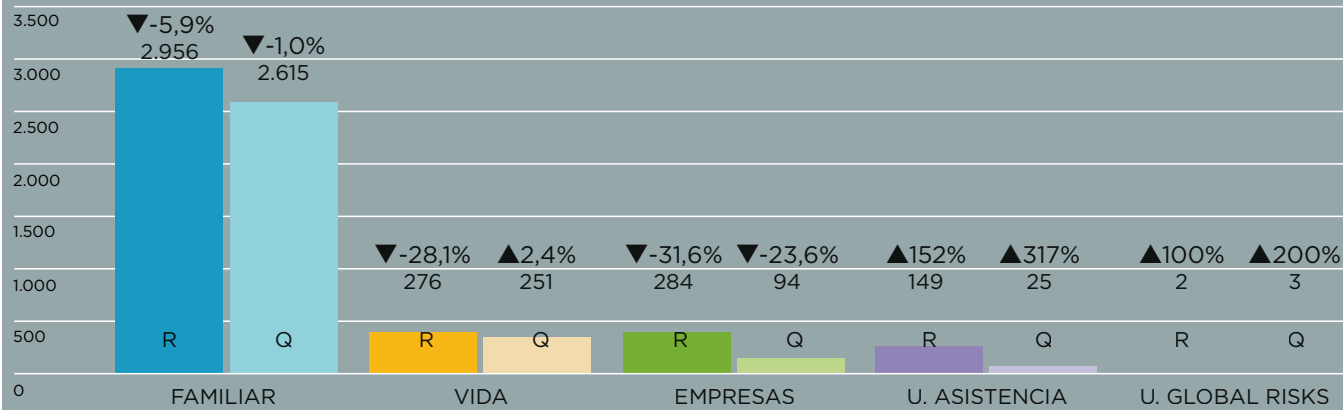
#### RECLAMACIONES Y QUEJAS ADMITIDAS A TRÁMITE POR TIPO DE SEGURO



## RELACIÓN RECLAMACIONES Y QUEJAS



### ESPAÑA



**U SEGUROS:** ▼-6,8%  
2.476 expds.

**U ASISTENCIA:**  
▲% 174 expds.

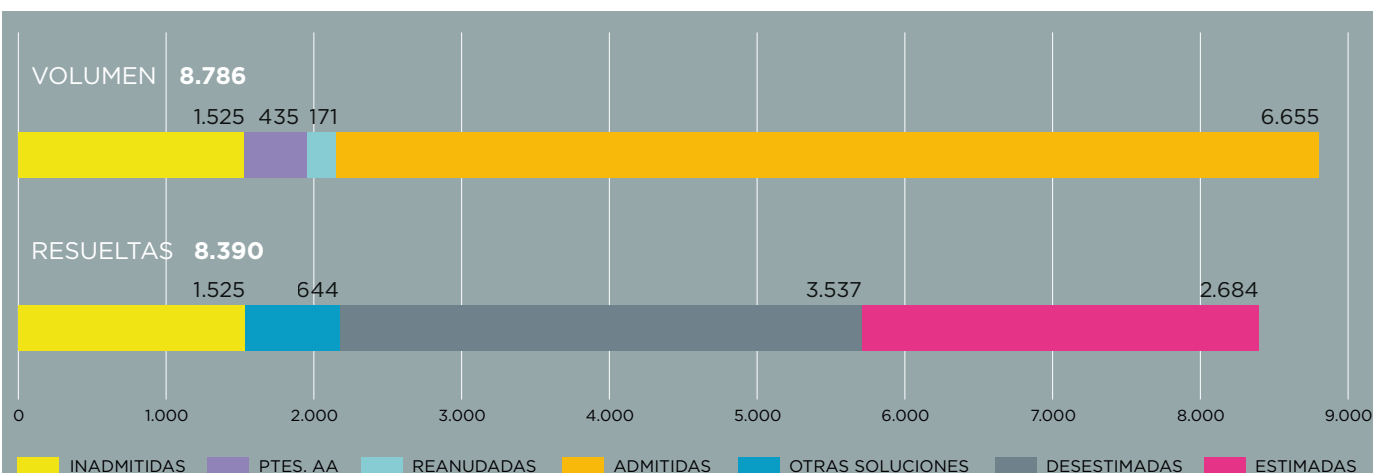
**U GLOBAL RISKS:**  
▲% 5 expds.

A cierre del ejercicio 2014 se han admitido a trámite **6.655 expedientes** de reclamación o queja, siendo resueltos mediante estimación un **39,1 por 100** de los mismos (dos puntos porcentuales menos que en 2013), desestimándose el 51,5 por 100 (dos puntos porcentuales más que en el ejercicio precedente) y otorgando otras soluciones en el 9,4 por 100 de los casos (alternativa pericial, conocimiento en el curso de la tramitación de que el reclamante había iniciado, paralelamente, un procedimiento judicial o administrativo, desistimiento del reclamante, etc.).

Además no se han podido admitir a trámite por no cumplir los requisitos legalmente previstos, 1.525 escritos, por lo que se ha comunicado a los respectivos usuarios esta circunstancia de forma motivada, recordándoles su derecho a subsanar tal deficiencia en el plazo de 10 días e informándoles de que en caso contrario se procederá al archivo definitivo del expediente.

Se ha mejorado la atención a los clientes al reducirse en 1,5 días el tiempo medio de resolución, situándose en 16,8 días (período de rotación), sobre un máximo de 60 días permitido legalmente.

## RECLAMACIONES Y QUEJAS



ÍNDICE DE RESOLUCIÓN: **95,5%**

### 4.3 MAPFRE Y SUS ACCIONISTAS

Entre los objetivos estratégicos establecidos por MAPFRE para el trienio 2014-2016, se encuentra en primer lugar la creación de valor sostenible para el accionista, buscando el crecimiento rentable, una adecuada gestión del balance, y el desarrollo de los negocios estratégicos.

En este sentido, en el año 2014 MAPFRE ha logrado:

Incrementar su volumen de negocio
Aumentar significativamente el beneficio y los dividendos
Avanzar en el proceso de globalización, mediante el acuerdo alcanzado para el inicio de actividades de seguro directo en Italia y Alemania

El comportamiento como empresa cotizada a favor del desarrollo sostenible y del respeto a los Derechos Humanos es reconocido con la inclusión desde el año 2006 en los índices FTSE4Good y FTSE4Good Ibex.

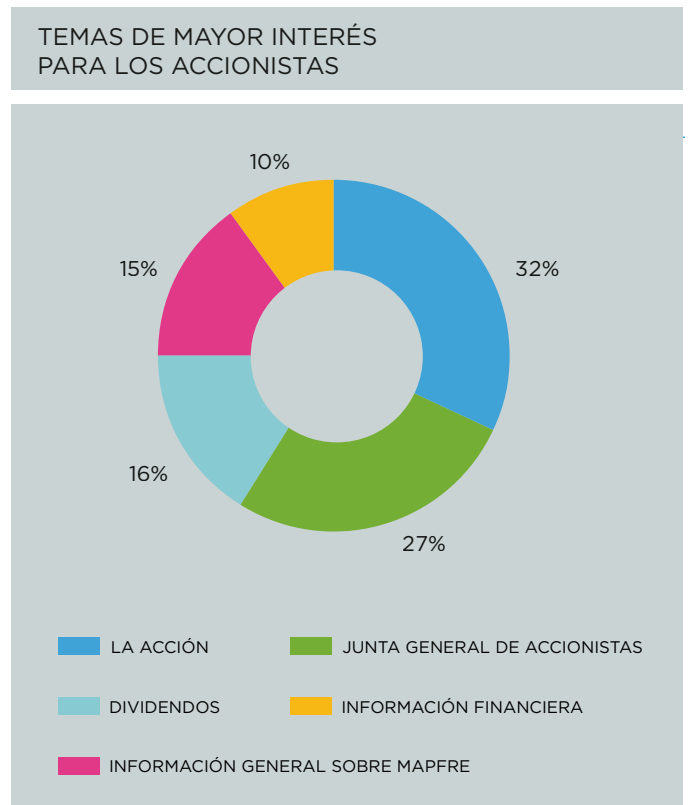
#### 4.3.1 Canales de relación con los accionistas

[G4-37; 49, 50; FS5]

En relación con las actuaciones llevadas a cabo en 2014 para desarrollar los canales de comunicación con los accionistas, cabe destacar lo siguiente:

- El servicio telefónico de accionistas (en el número gratuito 900 10 35 33) ha atendido más de 900 consultas, relacionadas principalmente con la evolución de la acción, la Junta General, el pago de dividendos y la información financiera.
  - En la sección “Accionistas e Inversores” de la página web corporativa se han incluido vínculos específicos que han facilitado el acceso a documentación de especial importancia para el accionista, como la que se suministra con ocasión de la Junta General.
- El Foro Electrónico de Accionistas, constituido en el año 2011, ha vuelto a estar operativo para la Junta General del día 14 de marzo de 2014.
- 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.

Mediante dichos canales de comunicación ha sido posible identificar los temas de mayor interés para los accionistas, que se muestran en el siguiente gráfico:





### 4.3.2 La acción de MAPFRE

En el siguiente cuadro se muestra la información básica relativa a la acción de MAPFRE al cierre del ejercicio 2014:

<p><b>NÚMERO DE ACCIONES EN CIRCULACIÓN</b></p> <p><b>3.079.553.273</b></p> <p>totalmente suscritas e íntegramente desembolsadas.</p>	<p><b>VALOR NOMINAL DE CADA ACCIÓN</b></p> <p><b>0,1€</b></p>
<p><b>TIPO DE ACCIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordinaria, representada por anotación en cuenta. Todas las acciones en circulación tienen los mismos derechos políticos y económicos.</li> </ul>	<p><b>MERCADOS EN LOS QUE COTIZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolsas de Madrid y de Barcelona (Mercado Continuo).</li> </ul>
<p><b>PRINCIPALES ÍNDICES BURSÁTILES EN LOS QUE SE INCLUYE LA ACCIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IBEX 35;</li> <li>• Dow Jones Stoxx Insurance;</li> <li>• MSCI Spain;</li> <li>• FTSE All-World Developed Europe;</li> <li>• FTSE4Good (*) y FTSE4Good IBEX(*)</li> </ul>	<p><b>CÓDIGO ISIN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ES0124244E34</li> </ul>



\* 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.

### 4.3.3 Composición de la base de accionistas

Al cierre del ejercicio 2014 la Sociedad contaba con un total de **247.975 accionistas**, de los que 244.623 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 67,8 por 100 del capital social; los inversores españoles con participación superior al 0,1 por 100 representaban el 1,1 por 100. En cuanto a los accionistas con residencia en otros países, el 17,8 por 100 correspondía a inversores con participación superior al 0,1 por 100, y el 1,6 por 100 al resto. En el siguiente cuadro se muestra el desglose del accionariado por países:

País	por 100
España	80,55
Estados Unidos	2,88
Alemania	1,78
Reino Unido	1,42
Países Nórdicos	1,22
Francia	1,15
Países Bajos	0,33
Suiza	0,26
Canadá	0,17
Italia	0,09
Andorra	0,08
Portugal	0,07
Irlanda	0,07
Brasil	0,07
Austria	0,04
Japón	0,03
China	0,02
Australia	0,01
Sin Identificar	9,77

### 4.3.4 Valor y rentabilidad de la acción

Entre los principales compromisos de MAPFRE se encuentran la generación de valor y la adecuada remuneración a sus accionistas. Por ello, el Consejo de Administración ha acordado abonar un dividendo activo a cuenta de los resultados del ejercicio 2014 de 0,06 euros por acción, elevando el dividendo total pagado en el año a 0,14 euros por acción, con incremento del 16,7 por 100 respecto al año anterior, hasta alcanzar un desembolso total de **431,1 millones** de euros. Debe destacarse que, desde que se inició la actual crisis económica y financiera en 2007, MAPFRE ha aumentado el importe destinado a dividendos en un 72,2 por 100.

El dividendo que se propone a la Junta General como dividendo activo complementario del ejercicio 2014 es de 0,08 euros brutos por acción.

## El dividendo págado en 2014 por importe de 431,1 millones de euros, crece un 14,7 por 100 respecto al ejercicio anterior

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

	2014	2013	2012	2011	2010
DIVIDENDO (euros)	0,14	0,12	0,12	0,15	0,15
RENTABILIDAD POR DIVIDENDO (%)	4,7	4,4	6,1	5,9	6,3

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 (%)	(9,6)	14,6	(3,9)
DJ Stoxx Insurance (%)	9,8	88,0	65,5
IBEX 35 (%)	3,7	20,0	(13,9)

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

	2014	2013	2012	2011	2010
BPA (euros)	0,27	0,26	0,22	0,32	0,31
INCREMENTO (%)	3,8	18,2	(31,3)	3,2	(6,1)

### 4.3.5 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>

### 4.3.6 Comunicación con los mercados financieros

[G4-37; 49]

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 ([www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)) dedicado a los accionistas.
- 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 2014 se han realizado cinco retransmisiones de este tipo.

### 4.3.7 Relaciones con inversores

En el año 2014 se ha desarrollado una intensa actividad de comunicación con analistas financieros, accionistas e inversores institucionales. Entre los principales asuntos comentados destacan las perspectivas macroeconómicas en los países en los que opera el Grupo, la recuperación del volumen de negocio en España como consecuencia de la mejora en la actividad económica, la evolución de los resultados del ejercicio por áreas de negocio, la tendencia esperada de los próximos dividendos, y el proceso de adaptación a los requerimientos establecidos por Solvencia II.

La actividad de comunicación se ha reforzado para informar a los mercados financieros sobre la adquisición de las operaciones de DIRECT LINE en Alemania e Italia, anunciada en septiembre de 2014.

En el siguiente cuadro se muestra la actividad de comunicación con los mercados financieros llevada a cabo en el año 2014:



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

### 4.3.8 Datos bursátiles

Durante el ejercicio 2014 las acciones de MAPFRE han cotizado 255 días en el Mercado Continuo, con un índice de frecuencia del 100 por 100. Se han contratado **2.986.558.095 títulos**, frente a 2.480.589.582 en el ejercicio anterior, con aumento del 20,4 por 100. El valor efectivo de estas transacciones ha ascendido a **8.813,8 millones de euros**, frente a 6.695,9 millones de euros en 2013, con aumento del 31,6 por 100.

A finales de 2014, 10 bancos de negocios españoles e internacionales recomendaban “comprar” las acciones de la Sociedad, frente a 6 recomendaciones de “mantener” y 4 de “vender”.

## 4.4 MAPFRE Y LOS PROFESIONALES Y ENTIDADES QUE COLABORAN EN LA DISTRIBUCIÓN DE SUS PRODUCTOS

En la mayoría de los países en los que opera, MAPFRE sustenta la distribución de productos y servicios en una amplia red de mediadores y entidades colaboradoras, con los que tiene establecido un diálogo permanente a través de estructuras comerciales y plataformas específicas. Con este grupo de interés, la compañía mantiene un compromiso de relaciones honestas y constructivas que favorecen la confianza y el desarrollo mutuo.

La entidad, que entiende la distribución como una gestión transversal de canales y procesos (Omnicanalidad), apuesta por redes propias y por otros canales de distribución para proporcionar a los clientes todas las opciones posibles de contacto y relación. La orientación al cliente, la oferta global de productos y la adaptación a cada uno de los mercados son algunas de las claves del modelo de negocio, centrado en la captación y fidelización de clientes como motor de crecimiento futuro.

La red comercial de MAPFRE en el mundo está compuesta por **5.524** oficinas propias (**1.152** directas, **4.372** delegadas y 23 de representación), y **9.484** de bancaseguros, a las que se suman otros puntos de venta correspondientes a diferentes acuerdos de distribución y colaboración.

Por otro lado, **6.529** empleados del Grupo realizan un trabajo relacionado con la actividad comercial en las diferentes Áreas Territoriales (**1.722** en Iberia, **4.787** en Internacional y **20** en Reaseguro). El siguiente cuadro muestra con mayor detalle la composición de la red comercial de MAPFRE en el mundo.

OFICINAS	2014	2013
<b>IBERIA</b>		
Directas y Delegadas	3.149	3.185
Bancaseguros	3.861	3.273
<b>Subtotal Iberia</b>	<b>7.010</b>	<b>6.458</b>
<b>LATAM</b>		
Directas y Delegadas	2.087	2.086
Bancaseguros	5.623	5.503
<b>Subtotal LATAM</b>	<b>7.710</b>	<b>7.589</b>
<b>INTERNACIONAL</b>		
Directas y Delegadas	288	275
<b>Subtotal INTERNACIONAL</b>	<b>288</b>	<b>275</b>
<b>TOTAL OFICINAS</b>	<b>15.008</b>	<b>14.322</b>

En todas las regiones, los modelos de organización comercial desarrollados ayudan a potenciar la presencia de la entidad en el territorio, el asesoramiento y servicio al cliente (particular y empresa), y las sinergias necesarias para incrementar la eficacia y complementariedad de los distintos canales de distribución.

Por otro lado, existe desde 2012 la Dirección Corporativa de Negocio Directo para desarrollar la venta *online* y telefónica de forma homogénea en todo el mundo. En 2014 se han desarrollado diferentes iniciativas para impulsar este negocio de forma general en todos los países y especialmente en aquellos en los que puede tener más potencial. La plataforma de comercio electrónico Neurona ya está operativa en Colombia y México y actualmente se analiza su implantación en otros países. En Francia, la filial de MAPFRE ASISTENCIA, InsureandGo, ha iniciado también operaciones a través de esta plataforma y en Portugal se ha llevado a cabo otro proyecto similar de negocio directo digital. En China se ha puesto en marcha un acuerdo de distribución digital de productos de seguro de Viaje con la aseguradora PICC LIFE, una de los líderes del mercado chino.

Asimismo, se está trabajando en una herramienta de inteligencia de negocio homogénea para el negocio directo digital, que próximamente estará disponible en todo el mundo.

Cabe destacar también el acuerdo firmado por MAPFRE en el mes de septiembre para adquirir las filiales de seguro de Automóviles de la británica DIRECT LINE GROUP en Italia y Alemania. Esta operación se enmarca en la apuesta decidida de la compañía por el seguro directo *online*, y permite reforzar la presencia en el continente europeo.

### 4.4.1 Profesionales de la mediación

En la mediación de seguros, MAPFRE colabora con diferentes figuras o perfiles comerciales. En España y América Latina, parte del crecimiento orgánico se sustenta en un amplio colectivo de profesionales especializados en la distribución de seguros, que mantienen diferente grado de vinculación y relación con la compañía (delegados, agentes, corredores, brokers y otros colaboradores). Todos ellos 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 por colectivos y Áreas Territoriales:

RED COMERCIAL	2014	2013
<b>IBERIA</b>		
Agentes	10.999	11.149
Delegados	2.697	2.618
Corredores	5.038	3.710
<b>Subtotal IBERIA</b>	<b>18.734</b>	<b>17.477</b>
<b>LATAM</b>		
Agentes	12.599	11.318
Delegados	6.161	4.585
Corredores	33.459	26.763
<b>Subtotal LATAM</b>	<b>52.219</b>	<b>42.666</b>
<b>INTERNACIONAL</b>		
Agentes	6.742	6.430
Delegados	197	95
Corredores	1.397	1.539
<b>Subtotal Internacional</b>	<b>8.336</b>	<b>8.064</b>
<b>TOTAL RED COMERCIAL</b>	<b>79.289</b>	<b>68.207</b>

Asimismo, MAPFRE mantiene en los distintos países acuerdos de colaboración con las principales asociaciones de mediadores, corredurías, productores de seguros, entidades microfinancieras y otros organismos vinculados a la mediación. Estos acuerdos favorecen la mejora continua de la relación con los mediadores y el desarrollo de actividades conjuntas que facilitan la profesionalización de la mediación en seguros.

#### 4.4.2 Relaciones con los mediadores

Las relaciones de MAPFRE con las entidades y profesionales que colaboran en la distribución de sus operaciones se desarrollan con vocación de estabilidad, permanencia y profesionalidad. En España y en países de América Latina, donde más implantado está el modelo de distribución comercial con mediadores y redes propias, destaca el alto nivel de vinculación de estos profesionales con la entidad y el bajo índice de rotación que existe en este ámbito. A esta vinculación contribuye la globalidad y flexibilidad de la oferta del Grupo, que aporta a los mediadores un importante valor añadido, permitiéndoles presentar una oferta integral personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente-, y el compromiso con estas redes de distribución. Este compromiso de MAPFRE con sus mediadores se refleja también en las múltiples iniciativas de formación y servicio puestas en marcha para impulsar su negocio y desarrollo profesional.

Los mediadores valoran también muy positivamente la solvencia y reputación de MAPFRE, en cuanto que ambos aspectos refuerzan su gestión con el cliente.

**Plan Comercial Street: «ganar la calle» para lograr mayor eficacia**  
MAPFRE ha agrupado en el Plan Comercial Street una serie de acciones y medidas encaminadas a mejorar la productividad de venta de los empleados comerciales que trabajan en las oficinas, reduciendo sus tareas administrativas y proporcionándoles herramientas que potencien su presencia con mediadores y clientes. El objetivo es «ganar la calle». (Página 3)

**Entrevista con Fernando Obieta**  
Este delegado repasa sus más de 40 años de dedicación a MAPFRE, una trayectoria de capacidad y pasión que le ha llevado a ocupar el cargo de Director General de Comercialización.

**¡REDgálato te lleva al (3P) del Cliente**  
La app de la Red de Clientes MAPFRE para smartphones ofrece ventajas como sus cuentas con objeto de captar nuevos clientes. (Página 4)

**¡Campaña Tiempo de Vendimia**

Zona MAPFRE

Se continúa impulsando una estrategia de distribución transversal y multicanal, común en todos los países en los que opera, como modelo que fomenta su orientación al cliente y la complementariedad de redes tradicionales, con otros interlocutores especializados y la venta on-line y telefónica.

La tecnología adquiere, directa o indirectamente, cada vez mayor protagonismo en la distribución de seguros. Por ello, se continúa trabajando en desarrollos tecnológicos que potencien la presencia de la red de colaboradores en Internet.

Existen ya consolidadas plataformas on-line para mediadores que favorecen el aprovechamiento de Internet y las redes sociales en la gestión comercial. Podemos destacar en España “La RED en la Red”, plataforma que refuerza la presencia de las oficinas MAPFRE en Internet y su capacidad de relación con el cliente en este entorno. De forma general, estos medios se utilizan cada vez más para interactuar con los distintos canales y como herramienta para fomentar la fidelización de clientes. El uso de las redes sociales y las aplicaciones para dispositivos móviles (smartphones y tablets) ayudan también a promocionar el posicionamiento de la marca en Internet y a redireccionar negocio hacia los mediadores. Igualmente se utilizan para compartir experiencias e intercambiar información con mediadores y para realizar campañas especiales.

En los países en los que MAPFRE tiene mayor implantación y volumen de negocio se dispone de estructuras comerciales territoriales, más o menos amplias, para coordinar la relación con los mediadores, mantener a este colectivo formado e informado sobre productos y estrategias comerciales, y transmitir adecuadamente las orientaciones y criterios relativos a su desempeño profesional en cada caso.

A lo largo de 2014, algunos países han desarrollado nuevos canales y herramientas de comunicación con colaboradores y corredores (principalmente en el entorno web y redes sociales), mejorando asimismo los ya existentes para apoyar la actividad comercial con nuevas funcionalidades y más información sobre incentivos, productos y campañas. Otros, además, han introducido cambios en tarificadores, permitiendo incluso al colaborador personalizar su oferta.

Asimismo, **se han aumentado de forma general las acciones de marketing directo a clientes**, se han mejorado las opciones de información y consulta para colaboradores a través de Smartphone, y algunos países han potenciado en gran medida los encuentros y video-conferencias con corredores y mediadores. Otros han incluido en su web información de productos y servicios de su socio de bancaseguros, han incorporado en los portales para corredores información de las nuevas pólizas obligatorias por ley y han creado microsites específicos en su intranet con secciones de interés para la gestión comercial diaria.

En 2014 también se han llevado a cabo nuevas iniciativas para mejorar la eficiencia de dichas estructuras comerciales, simplificando procesos y acometiendo medidas que refuercen la actividad comercial y disminuyan la carga administrativa de empleados vinculados a la distribución o la coordinación de equipos comerciales. Un ejemplo de ello son las medidas acometidas por MAPFRE España en el marco del Plan Comercial Street. Asimismo, son varias las iniciativas puestas en marcha para mejorar la comunicación bidireccional entre compañía y mediadores, logrando con ello mejor conocimiento de sus demandas y necesidades así como mayor agilidad de respuesta a sus peticiones y requerimientos. Son también comunes las encuestas dirigidas a estos colaboradores para conocer su grado de satisfacción con la compañía y detectar necesidades de mejora en la gestión comercial que desempeñan. LATAM Norte, por ejemplo, está desarrollando para todos los países de la región un marco de actuación común para la red de mediadores.

En algunos países se dispone de plataformas operativas, herramientas de comunicación y trabajo, documentación y manuales corporativos específicos que favorecen el desarrollo de la actividad comercial de los mediadores y, en algunos casos, de revistas especializadas dirigidas a estos profesionales. En España se ha incorporado la visión cliente al Sistema de Gestión Comercial (SGCC) -herramienta principal para la actividad comercial de la red de colaboradores en este país-, y ha continuado en 2014 la implantación del

modelo de gestión comercial Empresas 360º, presentándose públicamente los resultados de un primer estudio elaborado con la información recopilada por la red sobre más de 4.000 empresas españolas.

Por otro lado, en todos los países se han continuado impulsando plataformas tecnológicas vinculadas a la comercialización, campañas comerciales, planes de incentivos y programas de captación y capacitación para consolidar e impulsar en su mercado local el posicionamiento en la distribución de seguros.

Asimismo, en la gestión de grandes riesgos se mantienen relaciones cercanas y fluidas con los principales brokers o intermediarios de seguros en todos los países en los que se opera.

También existe una oficina Global en la que colaboran MAPFRE España, MAPFRE ASISTENCIA y MAPFRE GLOBAL RISKS para coordinar conjuntamente la oferta de seguros colectivos a grandes empresas españolas y ofrecer a estos clientes una propuesta integral en Salud, Vida, Asistencia y Flotas. Esta oficina es, asimismo, la referencia para ofrecer soluciones aseguradoras adecuadas a las Pymes españolas en su proceso de internacionalización. La experiencia de este equipo multidisciplinar es también la referencia para la oferta comercial al cliente empresa en otros países.

Es también objetivo de MAPFRE fomentar la conciencia medioambiental entre sus mediadores, impulsando prácticas respetuosas con el medio ambiente que constituyen, además, un ahorro en el consumo de papel y energía. En diferentes países se han desarrollado iniciativas para implicar a los mediadores en buenas prácticas de responsabilidad social medioambiental y en España y Portugal, por ejemplo, existen ya actuaciones de asesoramiento a la red comercial en materia de gestión de residuos y de ahorro energético, lo que facilita la implantación de políticas que favorecen ambos aspectos. Valorando el ahorro promedio obtenido por equipo, se estima que en 2014 se ha logrado en el Área Territorial Iberia una disminución de consumo energético superior a 90.000 kWh respecto al año 2012, año en el que se implantaron Políticas de Ahorro energético en equipos informáticos.



### 4.4.3 Selección y formación

La selección de nuevos mediadores cuenta con procedimientos y protocolos con pruebas psicométricas, test comerciales y test de orientación psicológica, que permite valorar las habilidades y competencias profesionales, y otros aspectos como la eficacia comercial o actitudes de orientación a la venta.

En estos procesos, de forma general, están involucrados profesionales de las áreas de recursos humanos y áreas comerciales, que trabajan en colaboración para elegir profesionales con capacidad, potencial y ética en su actuación. En algunos países existe título oficial para ejercer como mediador de seguros, siendo este certificado un requisito solicitado por la compañía en la selección.

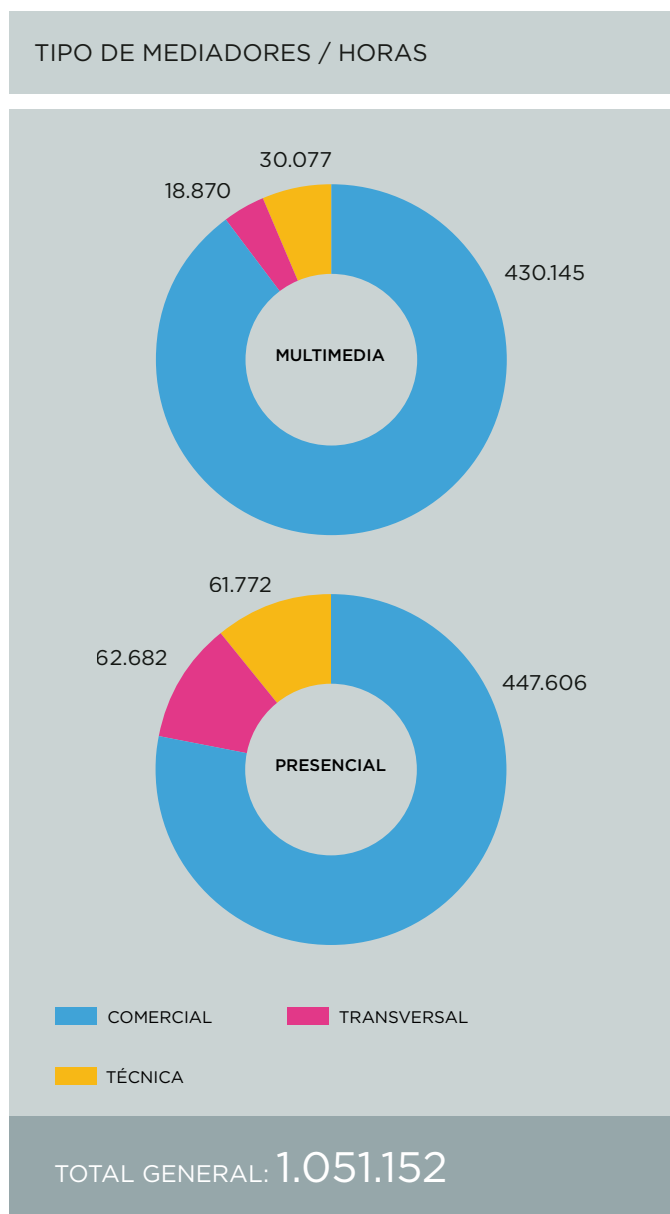
Otro aspecto que también distingue a MAPFRE en su relación con mediadores es la importancia concedida a la formación. Se impulsa de forma continua la profesionalización de los colaboradores a través de formación adaptada a las necesidades de cada mediador con especial atención a la capacitación en nuevos productos, la fidelización de clientes, la formación inicial y de reciclaje, y la información centralizada. Asimismo, en algunos casos, se ha continuado con el programa de capacitación específico para oficinas de canales complementarios adaptado a necesidades concretas.

La formación desarrollada para mediadores está concebida para ayudar a cumplir los objetivos marcados, y para contribuir al desarrollo profesional de las personas a las que se dirige, todo ello adaptado a las necesidades formativas de cada perfil y a la experiencia de cada alumno. Los programas de formación incluyen, además, 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 del Grupo; información sobre novedades legislativas que afectan al seguro; y formación comercial, dirigida a proporcionar conocimientos sobre productos, herramientas, habilidades y técnicas de venta.

En algunos países los mediadores realizan, como parte de su formación, un training por distintas áreas de la compañía.

En 2014 se han impartido **más de 1 millón de horas de formación a mediadores**, con programas que contemplaban principalmente formación comercial y técnica, entre otras materias.

A lo largo de 2014 la formación se ha distribuido de la siguiente forma:





#### 4.4.4 Acuerdos de distribución

Podemos destacar también la aportación de negocio y la atención especializada que prestan los canales complementarios procedentes de acuerdos con entidades financieras, talleres, concesionarios de automóviles, centros comerciales, etc. Existen también acuerdos con empresas de servicios y asociaciones que distribuyen productos de MAPFRE a sus clientes y a sus socios (empresas o particulares).

Algunos países han creado áreas específicas para prestar un apoyo y seguimiento adecuado a las redes de venta de las entidades colaboradoras y optimizar en ellas la comercialización de seguros. En este ámbito, se contempla también la mejora constante y adaptación de productos, el desarrollo de programas de capacitación para las respectivas estructuras y la adaptación a sus plataformas

de comercialización y gestión. Las campañas e incentivos comerciales dirigidos a estos colaboradores son también un elemento fundamental en la captación de negocio.

En España, MAPFRE y BANKIA han firmado este año un acuerdo por el que MAPFRE se convierte en proveedor exclusivo de seguros de Vida y No Vida de BANKIA, una de las principales entidades financieras de España. En virtud de este acuerdo, BANKIA distribuirá en su red comercial los productos de MAPFRE y la red comercial de MAPFRE en España incorpora a su portafolio la oferta de productos BANKIA. Este acuerdo, firmado con el compromiso de mutuo respeto de clientes, presenta para la red comercial de MAPFRE un modelo de distribución de productos bancarios más operativo y centrado en la vinculación del cliente.

La tabla siguiente muestra los principales acuerdos de distribución de MAPFRE con entidades financieras:

PAÍSES	ENTIDADES FINANCIERAS
ARGENTINA	Banco Patagonia / Banco Santander Río / ICBC / Banco de Córdoba
BRASIL	Banco do Brasil Banco Nordeste / Cresol / Banco Brasilia
COLOMBIA	Corpbanca / Gmac / Corpbanca
CHILE	Banco Itau / Banco Chile / BCI
ESPAÑA Y PORTUGAL	Bankia / Bankinter / Catalunya Caixa /CCM / Caja Duero / BBVA / Banco BIC
MALTA	Bank of Valleta / APS Bank
MÉXICO	Banco Santander / Scotiabank / CI Banco / Banamex
PANAMÁ	Banvivienda / BAC / DELTA / Multibank / BICSA / Coporación de Crédito
PARAGUAY	BBVA / Itau / Sudameris
PERÚ	Scotiabank / Ripley / Banif / Caja Cusco / Caja del Santa
PUERTO RICO	Banco Popular / Doral Bank / Reliable Financial
REPÚBLICA DOMINICANA	Banco BHD León / Banco Santa Cruz / Banco Popular de Ahorros y Préstamos
TURQUÍA	Finansbank
URUGUAY	BBVA / Santander-Creditel

Al cierre de 2014, el Grupo contaba con **2.364 acuerdos de distribución** que complementan la actividad comercial de su red.

MAPFRE distribuyó sus productos a través de **9.484 oficinas de bancaseguros** (de las que 3.861 se sitúan en España, 5.493 en Brasil y 130 en República Dominicana)



## 4.5 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 asegura transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establece el Código Ético y de Conducta y la Norma Corporativa de Compras.

Dicha norma, de carácter global, tiene por objeto establecer los criterios y principios de obligado cumplimiento que debe observar cualquier contratación que se realice en nombre de MAPFRE, y la gestión de la relación con los proveedores del Grupo, tanto los de servicios operativos de negocio, como los proveedores de soporte, garantizando un proceso ético y socialmente responsable en la actuación de todos los intervinientes en la cadena de suministros en cualquier empresa del Grupo y en cualquier parte del mundo.

Además, este capítulo también da respuesta a uno de los 18 temas identificados como relevantes en el proceso de materialidad referido a como MAPFRE garantiza la selección y evaluación de proveedores bajo criterios Sociales, éticos y medioambientales.

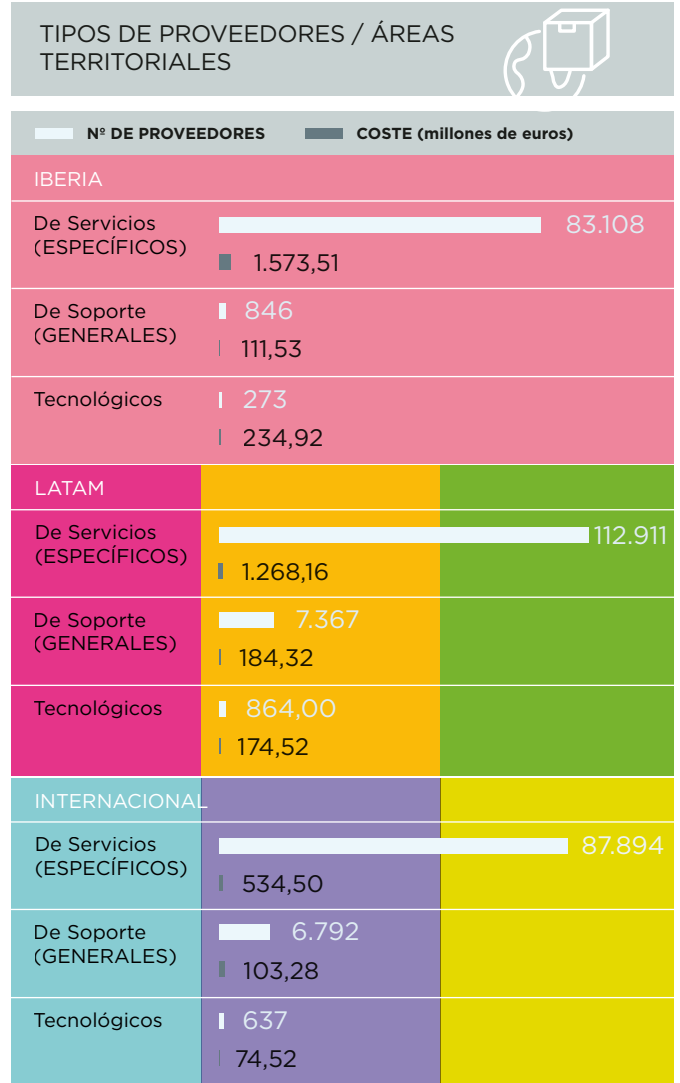
### 4.5.1 Tipos de proveedores

[G4-EC9]

En MAPFRE se distinguen tres categorías de proveedores:

- Proveedores de servicios: aquellos que realizan las prestaciones derivadas de los contratos de seguro o de servicios ofrecidos por las empresas aseguradoras del Grupo o sus filiales.
- Proveedores tecnológicos: aquellos que por su cualificación son capaces de ofrecer al Grupo o sus filiales, además de las soluciones estándar, aquellas soluciones agregadas en tecnología necesarias para el desarrollo del negocio.
- Proveedores de soporte: cualquier otro proveedor diferente de los anteriores.

En total, en 2014 MAPFRE ha mantenido principalmente relación con **300.692 proveedores** y el coste total facturado a entidades de negocio asegurador del Grupo ha ascendido a más de 4.259 millones de euros. A continuación se muestra el detalle:



## 4.5.2 Canales de relación con proveedores 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), redes sociales, boletines y grupos de trabajo, aunque existen responsables de proveedores específicos para cada área de negocio y para bienes y servicios tecnológicos, que gestionan la relación con los mismos. De esta forma, además de los canales específicos diseñados para cada tipo de proveedor, existe una comunicación permanente y periódica con dicho colectivo. A título de ejemplo, cabe citar entre las novedades el sistema de autopágo implantado en Chile o la plataforma para proveedores de salud puesto en marcha por Puerto Rico.

## 4.5.3 Criterios de selección de proveedores y relación con ellos

[G4-EN32; LA14]

MAPFRE espera de sus proveedores que desarrollen su actividad bajo el compromiso de un comportamiento basado en la integridad y la ética profesional, evitando los conflictos de intereses, la extorsión, el soborno o cualquier otra forma de corrupción, así como cualquier práctica de competencia desleal o contraria a los derechos humanos (principalmente laborales y de seguridad y salud en el trabajo) o al respeto del medio ambiente, tanto en su actividad como en el desempeño del servicio que prestan.

La selección y contratación de productos o servicios a terceros debe realizarse dentro del marco legal, con criterios técnicos, profesionales y económicos adecuados, y siempre atendiendo a las necesidades e intereses del Grupo.

Se tiene en cuenta, entre otros factores, la importancia del proveedor para la empresa, su poder de negociación y su volumen de negocio con el Grupo, no pudiendo este suponer más del 50 por 100 de la facturación total del proveedor, estableciendo como criterio general recomendable que la facturación no supere el 25 por 100. Las excepciones a este límite deberán aprobarse en los órganos de dirección de la entidad.

Con carácter general no se realizan contratos con personas físicas y, si así fuera por interés de MAPFRE, se adoptan medidas necesarias para evitar que éste se convierta en un proveedor. Este tipo de contrataciones se validan con las respectivas áreas jurídicas para su adecuada realización.

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

La Norma Corporativa de Compras establece que las fases del proceso de compras, que a continuación se detallan, deben desarrollarse con la máxima objetividad, imparcialidad e igualdad de oportunidades. Todos los participantes en el proceso, tanto los compradores que actúen en el nombre de MAPFRE como los proveedores, deben cumplir fielmente sus compromisos. Estas son las fases establecidas:

Análisis de necesidades.
Homologación para cada tipología de proveedor.
Análisis de las capacidades aportadas por los distintos proveedores y de su cobertura geográfica.
Acreditación de flexibilidad ante cambios.
Proceso de negociación, estableciendo los precios/tarifas de mercado a aplicar.
Revisión de la calidad del bien o servicio, con análisis de valores añadidos, mediante implantación de modelos de gestión que permitan su medición.
Verificación del cumplimiento de condiciones contractuales.
Proceso de pago.

Toda contratación busca además una actuación respetuosa con el medio ambiente, promoviendo en la prestación del servicio las buenas prácticas y los valores implantados en MAPFRE, que se recogen en la Política Medioambiental y Energética del Grupo.

MAPFRE contribuye al desempeño ambiental de sus proveedores a través de tres vías de actuación:

— Criterios de selección de proveedores que valoran su comportamiento ambiental así como la huella ambiental de sus productos y servicios, especialmente de aquellos que se consideran de mayor impacto ambiental o energético. Así, las

plataformas corporativas de gestión de proveedores recogen los criterios de sostenibilidad en las especificaciones de compra y en las matrices utilizadas para las comparaciones de ofertas.

— Cláusulas medioambientales en todos los pliegos de contratación y en los contratos de servicios que se llevan a cabo en las instalaciones de MAPFRE.

— Información a proveedores de actividades o servicios sobre buenas prácticas en el desarrollo de su actividad con impacto en el entorno en el que operen en centros de trabajo con certificado ambiental. Una iniciativa destacable en este sentido, llevada a cabo en Brasil, es la de las 'Academias de Sostenibilidad', que consiste en encuentros sobre temas específicos, de acuerdo con la necesidad de los proveedores, corredores y colaboradores.

Los proveedores de servicios ambientales de MAPFRE se encuentran en un proceso de evaluación permanente que garantiza la continuidad de sus autorizaciones y de su capacidad de servicio. El cumplimiento de dichas medidas es objeto de auditoría por parte de la Dirección General de Auditoría Interna de MAPFRE.

#### 4.5.4 Homologación de proveedores

[G4-EN32, 33; LA14; HR4, HR10; SO9]

La homologación de proveedores es un requisito imprescindible para todas las empresas que deseen contratar con MAPFRE, ya que garantiza que los proveedores tienen la capacidad técnica, financiera y de calidad para cumplir con los compromisos que suscriben. En el análisis de valoración se tiene en cuenta especialmente la solidez y fiabilidad de cada empresa, tanto desde el punto de vista financiero y de solvencia como desde el punto de vista técnico.

Son requisitos imprescindibles para alcanzar la consideración de proveedor homologado el contar con una actuación en el mercado compatible con los principios éticos del Grupo, realizando toda su actividad dentro del marco jurídico vigente y, en concreto, cumpliendo la legislación regulatoria de su actividad; y encontrarse al día en el cumplimiento de sus obligaciones laborales, de prevención de riesgos laborales y obligaciones tributarias.

Para MAPFRE, es motivo de no homologación de un proveedor el negarse a firmar o incumplir alguna de las cláusulas de protección de datos; tratamiento de datos de proveedores; carta de compromiso medioambiental y energético; cláusula de igualdad para proveedores; declaración de relación de contratistas, accionistas o personas vinculadas con el proveedor, que puedan tener con personas vinculadas a MAPFRE; y cláusula de responsabilidad social.

En 2014, siguiendo el procedimiento previsto en la Norma Corporativa de Compras, se han homologado un total de **10.736 proveedores**.

#### 4.5.5 Fidelización y evaluación de la calidad del servicio

[G4-HR5, HR6, HR11, SO10]

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE es alta, siendo la rapidez en el pago uno de los factores más valorados. Su rotación 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.

MAPFRE ha desarrollado programas específicos de fidelización de sus proveedores en distintos países, siendo común ofrecerles ventajas como descuentos en seguros, viajes o vehículos. Como ejemplos de estas prácticas destacan, en España la elaboración de un ranking anual que premia a los mejores reparadores o encuentros en Brasil para los proveedores con instituciones como la Academia de la Sostenibilidad.

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 extrae información de diferentes canales como son las incidencias detectadas por los operadores; visitas, reuniones o convenciones de proveedores; comités de compras; comunicación con el cliente; y auditorías internas y específicas. En este sentido, MAPFRE ASISTENCIA desarrolla con carácter bianual un Observatorio de Calidad para conocer la percepción que tienen los diferentes stakeholders sobre la calidad de servicio que reciben de la entidad.

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 características como son la eficacia de los proyectos, la integración, la fiabilidad, la productividad, la transparencia, la eficiencia en costes, el liderazgo y la gestión por procesos que se realizan desde la Dirección General de Tecnologías y Procedimientos.

## 4.5.6 Formación

MAPFRE mantiene también un fuerte compromiso con la formación de sus proveedores, como medio de mejorar el servicio a sus clientes y asegurados. Con este fin los proveedores reciben, de forma general, información acerca de la cultura de MAPFRE y de su filosofía sobre la calidad.

Junto a la formación técnica, los proveedores de particulares y empresas tienen acceso a los principios institucionales y empresariales del Código de Buen Gobierno y la política de Responsabilidad Social del Grupo.

En general, es práctica habitual el desarrollo de sistemas, materiales, dossiers formativos, herramientas y cursos on-line y presenciales para proveedores, que faciliten su labor y mantengan actualizados sus conocimientos sobre modificaciones legislativas, desarrollos tecnológicos y otros temas relevantes para el desarrollo de sus funciones. En 2014 se han llevado a cabo actividades de formación en seguridad industrial y buenas prácticas empresariales, calidad en la atención del servicio, coberturas y prestaciones, gestión de servicios y de planes de seguridad.

## 4.6 MAPFRE Y LA SOCIEDAD

MAPFRE es una organización que, más allá de su compromiso empresarial, contribuye al progreso económico y social de los países en los que opera y a la mejora del bienestar de las personas. La sociedad es para MAPFRE un stakeholder reconocido en la misión de la compañía.

Este nuevo capítulo del informe anual da respuesta a cómo MAPFRE genera valor para la sociedad.

A continuación se reflejan una serie de indicadores de “creación de valor compartido” elaborados a partir de:

### A) El valor de la actividad aseguradora

El sector asegurador contribuye a fomentar la estabilidad económica y la actividad productiva, así como al desarrollo de la sociedad. Como inversor institucional, ejerce un papel relevante que en épocas de crisis adquiere un mayor protagonismo y, además, mediante el pago de impuestos realiza importantes aportaciones a las arcas públicas. En determinados países, el seguro ayuda a la sostenibilidad del sistema público de pensiones, a través de fórmulas complementarias, ayuda a generar ahorro e inversiones a largo plazo. Asimismo, su contribución a generar empleo, tanto directo como indirecto, incide positivamente en la economía y en la sociedad.

**B) La identificación de los temas y prioridades de las agendas públicas**, teniendo en cuenta, entre otros documentos de referencia: (i) el Informe Global Issues 2014 de Corporate Excellence - Centre for Reputation Leadership, que revisa las prioridades marcadas en las agendas públicas por organizaciones internacionales y regionales en las que están representadas las empresas, los reguladores y los ciudadanos de todo el mundo, (ii) el Informe “PUBLIC OPINION IN THE EUROPEAN UNION” publicado por el Eurobarómetro80 2013 y por último (iii) la Declaración del Milenio (principios y valores) por ser el documento referente que establece los Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015.

## 4.6.1 Cuadro de indicadores establecidos por temas relevantes para la sociedad



### CUADRO DE INDICADORES DE CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN MAPFRE

<b>IMPUESTOS</b>	<p>MAPFRE, desde el punto de vista fiscal, tributa de manera transparente cumpliendo con las legislaciones y obligaciones de todos los países donde está presente, con los tributos locales y con los que se pagan al repatriar dividendo (tasa impositiva, impuestos pagados)</p>
<b>PROVEEDORES</b>	<p>Más de <b>300.690 proveedores</b> (de servicio, de soporte y tecnológicos) con una facturación total de 4.259 millones de euros:</p> <p><i>Más información en MAPFRE y sus proveedores: pág. 109</i></p>
<b>EMPLEO</b>	<p><b>Directo:</b> Incremento de la plantilla en un 2 por 100 respecto a 2013 y <b>más de 409 personas con discapacidad en la plantilla.</b></p> <p><i>Más información en MAPFRE y sus empleados: pág. 57</i></p> <p><b>Indirecto:</b> 283.913 proveedores de servicios y más de 40.000 corredores-brokers.</p> <p><i>Más información en MAPFRE y sus distribuidores: pág. 104; y en MAPFRE y sus proveedores: pág. 109</i></p> <p><b>Apoyo a la creación de empleo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Programas de apoyo a la creación de empleo, a través de FUNDACION MAPFRE.</li> <li>— Programas y ayudas para personas con discapacidad con más de 2.000 empresas adheridas en este ejercicio y 1.400 personas integradas.</li> <li>— Ayudas a Programas de Integración en el Empleo dirigidos a pequeñas asociaciones. Más de 315.600 euros, destinados a 64 entidades, y más de 13.700 beneficiarios.</li> <li>— Programa de ayudas al empleo: Juvenil, con más de 2,5 millones de euros en ayudas y 1.027 beneficiarios. Formación en habilidades sociales: más de 3.055 beneficiarios y ayudas al autoempleo, con 263 beneficios de acciones de formación.</li> <li>— Convocatoria de 100 becas destinadas a jóvenes para la obtención del carnet de conducir.</li> <li>— Concesión de 400 becas a desempleados para cursos e-learning de prevención y medioambiente.</li> </ul> <p><i>Más información en <a href="http://www.fundacionmapfre.org">http://www.fundacionmapfre.org</a></i></p>
<b>FORMACIÓN</b>	<p><b>Interna: 15,9 millones de euros</b> invertidos en formación, con 221.413 asistencias, 404 acuerdos con instituciones educativas y más de 885 becarios en empresas del Grupo.</p> <p><i>Más información en MAPFRE y sus empleados: pág. 65</i></p> <p><b>Externa:</b> Programas de formación, ayudas a la investigación y programas de becas de estudios de FUNDACIÓN MAPFRE</p> <p><a href="http://www.fundacionmapfre.org">http://www.fundacionmapfre.org</a></p>
<b>BENEFICIOS SOCIALES</b>	<p><b>196 millones de euros</b>, un 11,7 por 100 más que en 2013 (seguro de salud, sistemas de previsión social/seguro de vida, descuentos en seguros, premio de permanencia en la empresa, ayuda escolar para hijos, premio de natalidad y préstamos)</p> <p><i>Más información en MAPFRE y sus empleados: pág. 70</i></p>
<b>MEDIDAS DE CONCILIACIÓN</b>	<p><b>34.296 empleados beneficiados</b> de alguna de estas medidas: Horario flexible, trabajo a tiempo parcial, jornada reducida, teletrabajo, permisos, excedencias, programa de integración de empleados tras un permiso de larga duración.</p> <p><i>Más información en MAPFRE y sus empleados: pág. 71</i></p>
<b>IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN</b>	<p>El <b>54,8 por 100 de la plantilla son mujeres</b> (57,7 por 100 de las nuevas incorporaciones). El 36,8 por 100 con puestos de nivel dirección/jefatura son mujeres y hay <b>42 mujeres</b> en puestos de Alta Dirección o en Consejos de Dirección.</p> <p><i>Más información en MAPFRE y sus empleados: pág. 62</i></p>





## CUADRO DE INDICADORES DE CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN MAPFRE

### PROMOCIÓN DE LA SALUD



- Campañas de salud para los empleados, asesoramiento y apoyo médico.
- **801 donaciones** de sangre en 6 países, a través de 26 campañas.
- Campañas de hábitos saludables (alimentación, deporte, enfermedades más comunes y principales riesgos de la salud) en 12 países.
- Campañas de información y prevención del cáncer en 15 países.

Más información en MAPFRE y sus empleados: pág. 74

### VOLUNTARIADO






Programa Global de voluntariado desarrollado en 21 países de América, Asia y Europa, con **2.465 voluntarios**, 513 actividades, 1.700.000 horas de voluntariado invertidas y más de **743.000** personas sin recursos o en riesgo de exclusión social beneficiadas.

Más información en MAPFRE y sus empleados: pág. 77


<http://www.fundacionmapfre.org>

OPTIMIZAR EL USO DE RECURSOS para minimizar el impacto al Medio Ambiente:

RECURSO	PROCESOS DE OPTIMIZACIÓN	RESULTADOS
Energía	Herramientas de gestión de la energía en equipos informáticos	92.450 kWh ahorrados 
	Optimización de la gestión de instalaciones	460.758 kWh ahorrados
Agua	Cesión de agua para baldeo y limpieza de vías públicas	500.000 litros de agua reutilizada 
Papel y tóner	Tarjeta de impresión personal que permite reducción de consumo de papel	Ahorro de 42 en papel y 33 por 100 de tóner
Papel	Compra de papel etiquetado sostenible de la explotación de bosques	57 por 100 papel certificado 
Equipos informáticos fuera de uso	Donación de equipos: Campaña "Reciclón" (MAPFRE MÉXICO) para reintegrar material informático	538 equipos donados 95 por cien de material reintegrado

Más información en Dimensión medioambiental de MAPFRE: pag. 127

COMPROMISO CON LA ADAPTACIÓN Y MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO. (Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático 2014-2020).

Eco-eficiencia en edificios	Inversiones en optimización de instalaciones e implantación de ISO 50001 de gestión energética en edificios: <b>204.350 euros, 78,2 Tm CO<sub>2</sub>eq</b> y <b>6 edificios sedes de entidades certificados</b>
Compra de energía verde	Reducción estimada de 6.424 Tm CO <sub>2</sub> eq 

Más información en Dimensión medioambiental de MAPFRE: pag. 123

MITIGACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS:

Seguros y servicios medioambientales	13 seguros propios relacionados con el medioambiente, con más de <b>38.900 pólizas</b>
Gestión de vehículos fuera de uso	<b>3.086 vehículos</b> tratados en 2014 y más de 73.200 piezas y componentes para reutilizar

Más información en MAPFRE y sus clientes: pag. 87



## 4.6.2 Premios y reconocimientos

Parte de esta contribución social, viene reconocida por los **premios y reconocimientos que MAPFRE ha recibido durante 2014**.

A continuación se detallan los principales galardones obtenidos que respaldan la gestión empresarial y la calidad del servicio que ofrece MAPFRE a nivel global.

### RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

- MAPFRE, entre las 500 marcas con más valor del mundo, según la consultora Brand Finance Global.
- MAPFRE, galardonada por su proceso de internacionalización en la I Edición de los Premios KPMG-EI Confidencial.
- La Asociación Española de Accionistas Minoritarios de Empresas Cotizadas (AEMEC) otorga a MAPFRE el premio a la excelencia empresarial en buen gobierno.
- MAPFRE, Premio Ecofin en la categoría “líder Marca España” por su presencia e influencia en Latinoamérica.
- MAPFRE, reconocida por la Young President’s Organization con la distinción “Puente Iberoamérica” por favorecer la imagen de España en LATAM.
- El Centro de Proceso de Datos (CPD) de MAPFRE, distinguido por la revista *Data Center Market* en la categoría “Estrategia de renovación de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)”.
- La revista *ComputerWorld* premia a MAPFRE como “empresa innovadora y transformadora”.
- El equipo de Seguridad de MAPFRE, distinguido por la revista *SIC* en la XI edición de los Premios de Seguridad por sus buenas prácticas en seguridad y protección de la información.
- Premio a Antonio Huertas como “Empresario del año” en la XI edición 2014 de los premios Brasil-España que otorga la cámara de comercio Brasil-España.
- El Director General del Área Corporativa de Tecnología y Procesos de MAPFRE, José Manuel Inchausti, recibe un galardón por su “trayectoria en las TIC” y MAPFRE ASISTENCIA, otro por el sistema Futura por su “compromiso social y medioambiental”, otorgados por la Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (AUTELSI).



Premio a la internacionalización en la I Edición de los Premios KPMG-EI Confidencial



MAPFRE, reconocida como una de las empresas más innovadoras y transformadoras por la revista ComputerWorld



Antonio Huertas, premio Empresario del año 2014 por la cámara de comercio Brasil-España



Premio Líder Marca España otorgado por el foro ECOFIN

— AENOR otorga el certificado de calidad ISO 9001 a la actividad de prestaciones de Salud de MAPFRE España.

— MAPFRE consigue ocho premios en la XX edición del Concurso de Detección del Fraude de ICEA por su mérito profesional y su participación.

— MAPFRE, Premio Duque de Ahumada a la Excelencia en Seguridad Corporativa de la Guardia Civil.

— Actualidad Económica premia la acción Cuidamos tu Auto como una de las 100 mejores ideas del año en España.

— VERTI, galardonada con el Premio a la innovación en seguros 2014 otorgado por ICEA.

— MAPFRE, premiada como “la mejor aseguradora de Vida en Portugal”, por la revista EXAME.

— Sello de calidad para MAPFRE Portugal y galardón al Contact Center de la entidad en la categoría de “Seguros y Asistencia”, concedidos por la asociación APCC.

— MAPFRE MÉXICO, reconocida como la segunda mejor aseguradora para los agentes por la revista Yo agente.

— CESVI ARGENTINA galardonada con el Premio 2013 de Conciencia Seguros por el Plan de Ordenamiento y Saneamiento Vial desarrollado en Entre Ríos y Santa Fe.

— MAPFRE Ecuador, en la primera posición en el sector asegurador en el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOSUR).

— Premio a la excelencia a MAPFRE CHILE por el Servicio a Clientes otorgado por IGP (International Group Program).

— MAPFRE PERÚ, entre las tres primeras compañías del sector en el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOSUR).

— MAPFRE PARAGUAY, Premio Top Mind 2014 como una de las principales marcas reconocidas por los consumidores en el país.

— Certificación ISO 14001 de Gestión Ambiental para MAPFRE BRASIL, MÉXICO, COLOMBIA, PUERTO RICO y ESPAÑA e ISO 50001 en ESPAÑA.

— MAPFRE, premiada en Brasil con cuatro trofeos de oro y uno de plata en distintas categorías por la gestión y comunicación, entre otras disciplinas, por la Asociación Brasileña de Teleservicios Certificado.



MAPFRE en España, incluida en la lista de los Best Workplaces 2014



Reconocimiento de Best Place to Work a MAPFRE en México, El Salvador, Honduras, Centroamérica y Caribe



Premio Ejecutiva del Año



Empresa +Igual





## RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN DE LAS PERSONAS EN MAPFRE

- Los equipos de comunicación de MAPFRE en Brasil obtienen el Premio que otorga Negócios da Comunicação a las “empresas que mejor se comunican con los periodistas en 2014”.
- MAPFRE ASISTENCIA en Brasil, ganadora en los Premios Asegurador Brasil en la categoría de “prestadores de servicios”.
- InsureandGo, premio “Outstanding Company” concedido por Plimsoll Publishing Limited por su crecimiento en ventas y su fortaleza financiera en Reino Unido.
- MAPFRE GENEL SIGORTA, premiada con el “Felis Health” que concede Mediacat por su campaña publicitaria de un producto de Salud.
- MAPFRE INSURANCE, premiada por la Insurance Marketing Communications Association estadounidense por una campaña de publicidad y otra de comunicación.
- La Cámara de Comercio Española reconoce en Puerto Rico la “excelencia en las prácticas de responsabilidad Social Corporativa” de la entidad.
- La asociación filipina de aseguradoras y reaseguradoras, PIRA, otorga el Premio a la Responsabilidad Social Corporativa a MAPFRE INSULAR.
- MAPFRE ASISTENCIA, reconocida como la “compañía más popular” en China por la consultora DUXES.
- InsureandGo, galardonada en Australia con el Premio Oro por su póliza One Trip Bare Essentials.

- La consultora Great Place to Work incluye a MAPFRE en la lista de los “Best Workplaces 2014” en España, entre las empresas de más de 1.000 empleados.
- MAPFRE, premio al “Mejor Plan de Conciliación Laboral y Familiar del Sector Seguros” por el Instituto para la Mediación Aseguradora y Financiera (IMAF).
- La Comunidad de Madrid otorga el Premio “Empresa Más Igual” a MAPFRE por su compromiso empresarial con la igualdad de oportunidades.
- MAPFRE, reconocida como una de las mejores empresas para trabajar por Great Place to Work en México, El Salvador, Honduras, Centroamérica y Caribe.
- Claudia Pires, Directora del Centro de Atención Telefónica en Brasil, reconocida como “Ejecutiva del Año” por la Asociación Brasileña de Teleservicios.
- La Insurance Marketing Communications Association estadounidense premia diferentes ideas asociadas a la creación de la Universidad Corporativa.
- MAPFRE GENEL SIGORTA, galardonada con el premio “Respect to People”, concedido por el portal de empleo **Kariyer.net**, y reconocida como la oferta más atractiva por los usuarios.



# 5

## Dimensión Medioambiental de MAPFRE

En 2014 MAPFRE ha cumplido diez años desde la creación del Departamento de Medio Ambiente y la elaboración del primer Plan Estratégico Medioambiental. Desde entonces, y bajo criterios de sostenibilidad, MAPFRE ha apostado por situarse como uno de los grandes referentes en esta materia.

## 5.1 DIEZ AÑOS DE MEJORA CONTINUA



### 2004

Adhesión de MAPFRE al Pacto Mundial.

Creación del Departamento de Medio Ambiente y elaboración del primer Plan Estratégico Medioambiental 2005-2007.

Primera publicación de la Dimensión Medioambiental en el Informe Anual de Responsabilidad Social.

### 2005

Se aprueba y difunde la Política Medioambiental del Grupo en la Comisión Delegada.

Se desarrolla el Sistema Corporativo de Gestión Medioambiental del Grupo.

La sede social de MAPFRE en Majadahonda (Madrid) obtiene el primer certificado medioambiental conforme a la ISO 14001.

### 2006

Se desarrolla el Proyecto 3R's para la implantación y adecuación de la gestión de residuos de MAPFRE.

La Torre MAPFRE en Barcelona obtiene, junto a cuatro edificios singulares de Madrid, la certificación ISO 14001.

Se firman los primeros convenios de colaboración con el Canal Isabel II y la Consejería de Industria de la Comunidad de Madrid.

MAPFRE ingresa en el FTSE4Good.

### 2007

Se une un nuevo edificio singular de Madrid, a las cinco sedes certificadas conforme a la ISO 14001.

Se desarrolla el curso e-learning de medio ambiente, para la formación de los empleados en esta materia.

Se realiza la inclusión de criterios ambientales en procesos corporativos de compra.

### 2008

Se amplía la certificación ISO 14001 a cuatro edificios sede de Direcciones Generales Territoriales y dos talleres.

Se incluyen criterios medioambientales en los procesos corporativos de obras nuevas y reformas de instalaciones.

Se incorporan cláusulas medioambientales en contratos de arrendamiento y pliegos de contratación de bienes y servicios.

### 2009

MAPFRE participa por primera vez en el Carbon Disclosure Project.

Se amplía la certificación ISO 14001 a ocho nuevos edificios.

Se pone en marcha la intranet de medio ambiente para empleados.

## 2010

MAPFRE ingresa en el Dow Jones Sustainability Index.

Se aprueba el Plan Estratégico Medioambiental para entidades internacionales.

Se desarrolla el Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética (SIGMAYE) y la sede social de MAPFRE, situada en Majadahonda (Madrid), obtiene la primera certificación según ISO 50001.

## 2011

MAPFRE continúa ampliando el alcance del SIGMAYE con nuevas certificaciones de entidades y edificios en ISO 14001 e ISO 50001.

Se certifican todos los talleres MULTISERVICAR (España) en ISO 14001.

Se realiza la primera verificación externa de la Huella de Carbono en ocho países (ISAE 3000).

MAPFRE entre las 100 empresas más ecológicas del mundo (según Newsweek Magazine).

## 2012

Adhesión de MAPFRE a los Principios para la Sostenibilidad en Seguros de Naciones Unidas.

La certificación del SIGMAYE alcanza el 40 por 100 de los empleados en España. Se finalizan los primeros diagnósticos medioambientales en cinco países para iniciar la implantación del SIGMAYE.

## 2013

Primeras certificaciones internacionales en entidades y sedes de Puerto Rico y Colombia en ISO 14001.

Primer concurso corporativo de medio ambiente para seleccionar la "Firma en Verde" y promover el consumo responsable de papel en los correos electrónicos.

Cuatro nuevos países se incorporan al Plan Estratégico Internacional en la fase de diagnóstico medioambiental.

## 2014

A las certificaciones internacionales en ISO 14001, se unen Brasil y México.

Se aprueba la ISO 14064 como modelo corporativo para el cálculo y reporte de Huella de Carbono y su integración al SIGMAYE.

Se actualiza la Política Medioambiental del Grupo con nuevos compromisos.

El Comité de Seguridad y Medio Ambiente aprueba el Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático a 2020.

Durante 2014 se ha avanzado en la expansión del Plan Estratégico Medioambiental, aprobado en 2010, y además se ha lanzado el Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático a 2020, con un compromiso de reducción del 20 por 100 de las emisiones de gases de efecto invernadero respecto a 2013.





## 5.2 COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD

[G4-FS1; FS3]

Desde la adhesión a la Declaración Medioambiental del Sector Asegurador, bajo el patrocinio del Programa Ambiental de Naciones Unidas, MAPFRE ha renovado de manera permanente su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad, con el objetivo de liderar la promoción de la adecuada gestión medioambiental en las empresas y en otros agentes sociales. Para ello, se ha comenzado con un análisis interno de su propio desempeño en esta materia.

Los cambios económico-financieros, la necesidad de evolucionar a una economía baja en carbono y la percepción social ante los desafíos medioambientales, han promovido la necesidad de afrontar nuevos retos desde el reconocimiento de la responsabilidad que entendemos nos corresponde en el desarrollo de nuestra actividad.

Consecuencia de ello, es la actualización de la Política Medioambiental del Grupo que incorpora compromisos en términos de sostenibilidad, para contribuir al adecuado desarrollo y progreso de la sociedad, conforme a los tres pilares que conforman esta política: la integración del medio ambiente en el negocio, la gestión medioambiental y la promoción de la responsabilidad medioambiental en la sociedad.

### Integración del Medio Ambiente en el Negocio

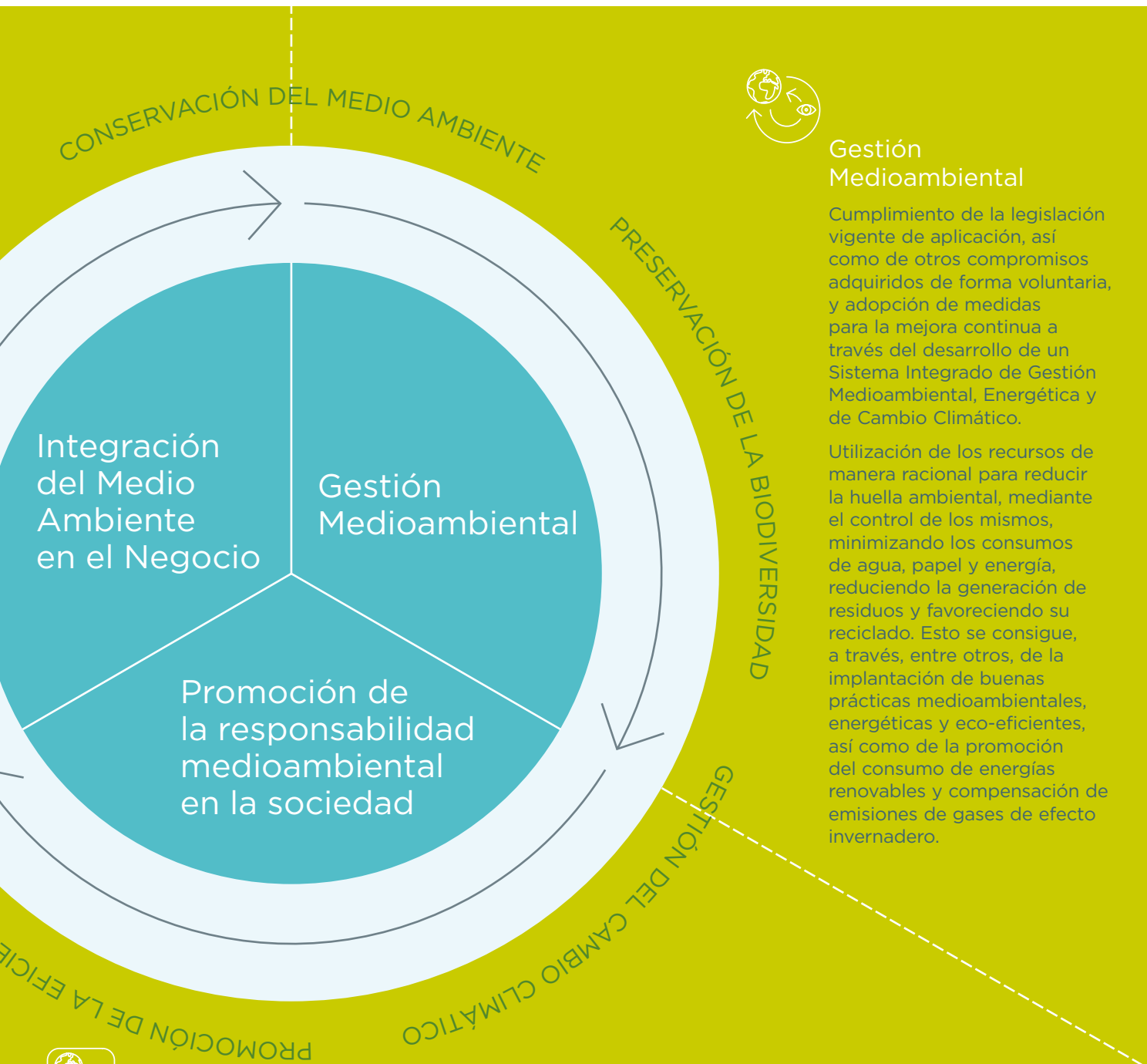


Integración de criterios medioambientales en los procesos de análisis de riesgos y en la toma de decisión de operaciones de inversión, así como en la cadena de suministro, en la gestión de inmuebles y otros que puedan ejercer impactos ambientales, energéticos y/o relacionados con el cambio climático.

Desarrollo de productos y servicios que contribuyan a la mejora de la gestión del riesgo medioambiental, del consumo sostenible de energía y de la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN

ENERGÍA ENERGÉTICA



## Gestión Medioambiental

Cumplimiento de la legislación vigente de aplicación, así como de otros compromisos adquiridos de forma voluntaria, y adopción de medidas para la mejora continua a través del desarrollo de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental, Energética y de Cambio Climático.

Utilización de los recursos de manera racional para reducir la huella ambiental, mediante el control de los mismos, minimizando los consumos de agua, papel y energía, reduciendo la generación de residuos y favoreciendo su reciclado. Esto se consigue, a través, entre otros, de la implantación de buenas prácticas medioambientales, energéticas y eco-eficientes, así como de la promoción del consumo de energías renovables y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero.



## Promoción de la responsabilidad medioambiental en la sociedad

Puesta a disposición de los empleados de recursos para que participen en el logro de los objetivos de MAPFRE en relación a la gestión medioambiental, a la eficiencia energética y a los procesos de mitigación y adaptación al cambio climático, contribuyendo al desarrollo sostenible.

Desarrollo de actuaciones para lograr una mayor concienciación de la sociedad en aspectos ambientales, energéticos y de cambio climático, a través de actividades de educación, sensibilización

y divulgación, así como con la integración de dichos aspectos en nuestra cadena de valor.

Contribución a la investigación, al desarrollo y a la difusión del conocimiento científico y tecnológico que tiene como finalidad la preservación del Medio Ambiente y de la biodiversidad, de los recursos energéticos y la respuesta frente al cambio climático, así como participación en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva y apoye el desarrollo de iniciativas en tal sentido.

### 5.3 LA MATERIALIDAD DE LA DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

Como parte del Estudio de Materialidad del Grupo MAPFRE 2014-2016 (ver pág. 19), se han evaluado una serie de indicadores medioambientales identificados como relevantes. Estos indicadores se han agrupado en un total de seis grandes temas.

1

Incluir la responsabilidad medioambiental dentro de la actividad de negocio



2

Ofrecer productos y servicios relacionados con el ámbito medioambiental



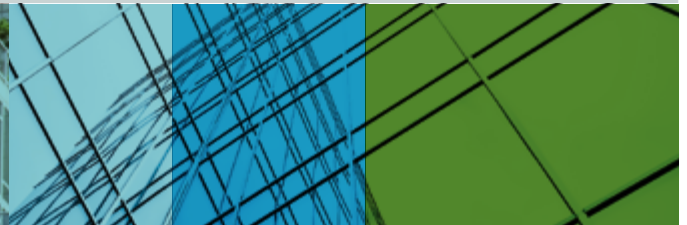
3

Optimizar el uso de recursos para minimizar el impacto al Medio Ambiente



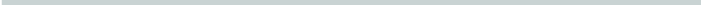
4

Actuar frente al cambio climático



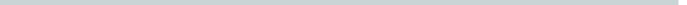
5

Promover proyectos medioambientales y sociales con grupos vulnerables



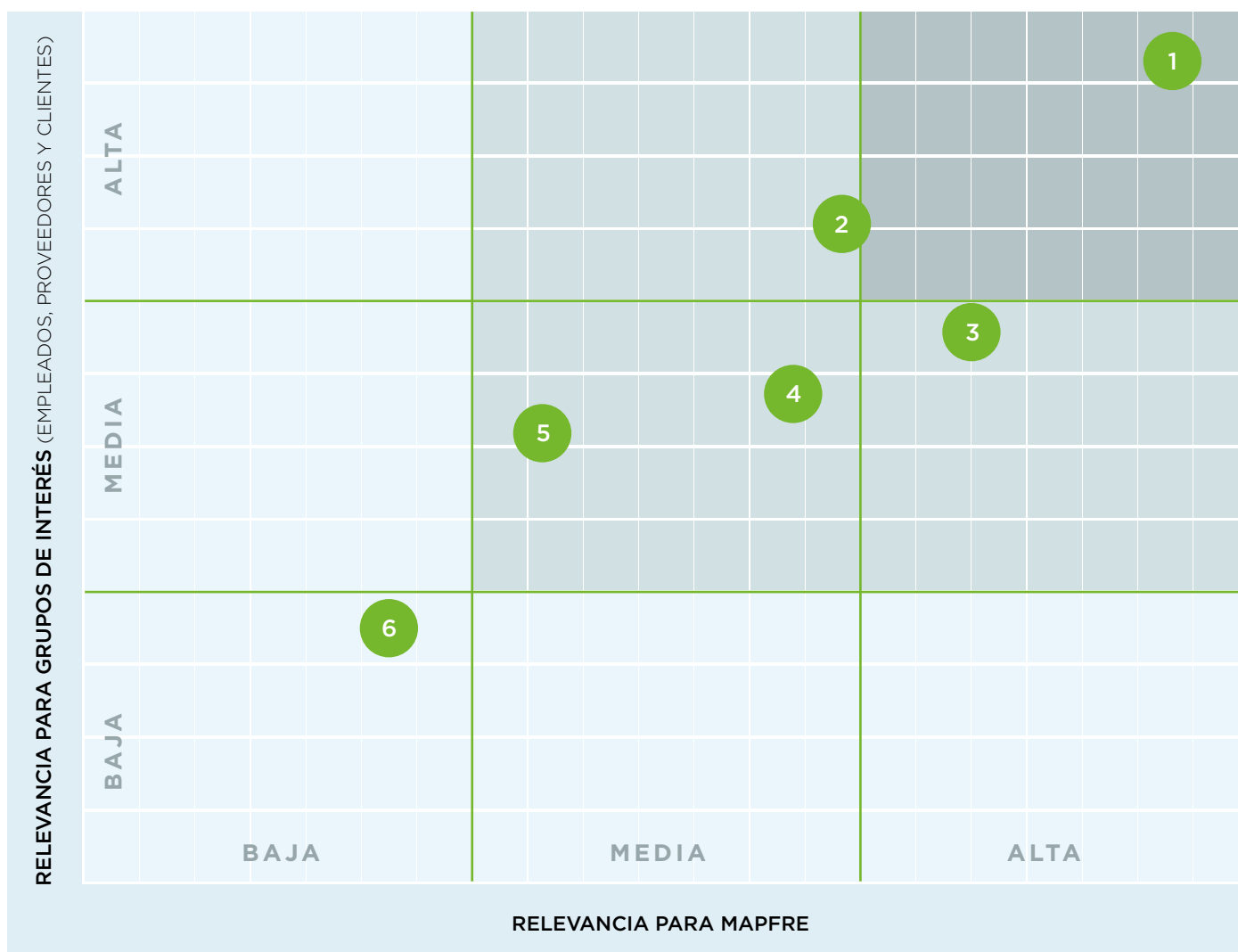
6

Proteger la biodiversidad



En una etapa posterior, se ha consultado a través de un cuestionario online a empleados, clientes y proveedores de Brasil, Colombia, España, México y Puerto Rico acerca de los 6 temas y así conocer la importancia de los mismos.

En la siguiente matriz se evidencian las valoraciones de estos grupos de interés



**LEYENDA:**

- 1. Incluir la responsabilidad medioambiental dentro de la actividad de negocio
- 2. Ofrecer productos y servicios relacionados con el ámbito medioambiental
- 3. Optimizar el uso de recursos para minimizar el impacto al Medio Ambiente
- 4. Actuar frente al cambio climático
- 5. Promover proyectos medioambientales y sociales con grupos vulnerables
- 6. Proteger la biodiversidad

## 5.4 MODELO DE DESARROLLO: EL SIGMAYE

MAPFRE desarrolla sus actuaciones de carácter ambiental bajo las directrices definidas en el Sistema de Gestión Medioambiental y Energética (SIGMAYE), diseñado conforme a los estándares internacionales ISO 14001 e ISO 50001, y que constituye el marco común para gestionar tanto sus aspectos ambientales y energéticos, como la gestión de sus emisiones de gases de efecto invernadero.

Con la aprobación en 2014 del uso del estándar internacional ISO 14064 como metodología de reporte y cálculo de Huella de Carbono de la organización, se redefine el hasta ahora SIGMAYE de Gestión Ambiental y Energética. Así, se crea un nuevo modelo de triple Sistema Integrado de Gestión Ambiental, Energética y de Huella de Carbono.



El grado de implantación del SIGMAYE y su evolución, supone una garantía de éxito en el funcionamiento del triple sistema de gestión, ya que su diseño transversal y el carácter global de sus procesos corporativos va a permitir avanzar de manera más rápida y eficiente en la implantación del Sistema de Cálculo y Reporte de Huella de Carbono.

Por otro lado, se establece un nuevo reto ante la próxima publicación de la ISO 14001, que supone una de las líneas prioritarias de actuación durante 2015 y 2016.

Desde el inicio de actuaciones ambientales en 2004, ya son **más de 8.000 empleados** de MAPFRE los que trabajan en edificios certificados conforme a las directrices de la Norma ISO 14001 de gestión ambiental. De este modo, el **61 por 100 del volumen de primas de la compañía**, se gestiona en edificios que se ajustan a los compromisos de protección del medio ambiente, de promoción de la eficiencia energética y la gestión del cambio climático asumidos por MAPFRE en su Política Medioambiental.

	2014	2013	% Variación
Empleados bajo certificado de gestión ambiental	8.019	5.738	39,75

### Best Practice<sup>2014</sup>

#### Puntos Fuertes del SIGMAYE (según auditoría de certificación):

Compromiso de la Dirección, Responsables y personal entrevistado.

Transparencia y comunicación externa.

Ahorro significativo de consumo de papel, con la puesta en marchas de iniciativas corporativas dirigidas a empleados y clientes (externalización de la gestión de la impresión, digitalización de pólizas, welcome pack digital, etc).

Fiabilidad de los datos y cálculo de líneas base de referencia.



Nota: Alcance del SIGMAYE en 2014 comprende los países de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, México, Paraguay, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela.

## 5.5 ECOEFICIENCIA: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

[G4-EN1]

MAPFRE, de acuerdo a la estrategia establecida a través de su Política Medioambiental, desarrolla acciones para satisfacer, de forma sostenible, sus necesidades energéticas. De esta manera, a la vez que se afianzan los compromisos asumidos en relación al cambio climático, se consiguen ahorros económicos.

Dentro de las medidas de eco-eficiencia realizadas en 2014, tanto a nivel corporativo como local, destacan las siguientes:

- El proceso de migración de equipos informáticos al nuevo Centro de Procesos de Datos que, diseñado con criterios de máxima eficiencia energética, prevé ahorros en consumo cercanos al 75 por 100.



## Best Practice<sup>2014</sup>

### CERTIFICACIONES LEED

Procesos de certificación LEED en desarrollo en las nuevas sedes de MAPFRE en Brasil, México, Paraguay y Turquía.



Implantación de medidas de eficiencia energética en edificios sedes de MAPFRE:

- **Climatización:** uso del freecooling, renovación de equipos y ajuste de horarios y temperaturas de consigna.
- **Iluminación:** sustitución de lámparas LED, instalación de sensores de presencia y ajuste de horarios.
- **Otros usos:** Renovación progresiva de instalaciones utilizando criterios de eficiencia energética.

Control operacional de la gestión del agua a través de la instalación de medidas de optimización en los edificios (perlizadores, temporizadores, sensores, doble descarga...) y control de consumos internos mediante contadores propios, detección de fugas y sensibilización a empleados.

## Best Practice<sup>2014</sup>

### GESTIÓN EFICIENTE DEL AGUA

La sede social de MAPFRE, en la Semana Mundial del Agua y la Energía, ha cedido 500m<sup>3</sup> de agua (procedente de obras de mantenimiento) para el baldeo y limpieza de las vías públicas.

[G4-EN10]



## Gestión del consumo de papel y tóner

[G4-EN2]

Siguiendo con las políticas de ahorro de recursos, MAPFRE ha finalizado el proceso de externalización de la impresión en todos los edificios y oficinas directas de España y también en entidades de Colombia, Estados Unidos, Guatemala, República Dominicana y Venezuela.

## Best Practice<sup>2014</sup>

### TARJETA DE IMPRESIÓN PERSONAL

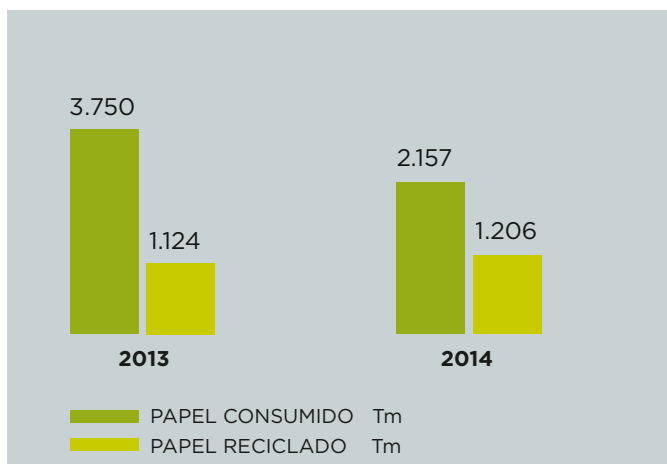
Los nuevos equipos ofimáticos implantados funcionan a través de una tarjeta de seguridad de impresión personal para cada empleado, sin la cual no se puede imprimir y que permite que el dispositivo elimine automáticamente de su memoria aquellos trabajos de impresión que no hayan sido impresos finalmente en el día en curso. Este proceso repercute directamente en una disminución del consumo de papel, de tóner y en un mayor ahorro energético.

El ahorro de consumo de papel y tóner atribuible a este proyecto es de 42 y 33 por 100 respectivamente.

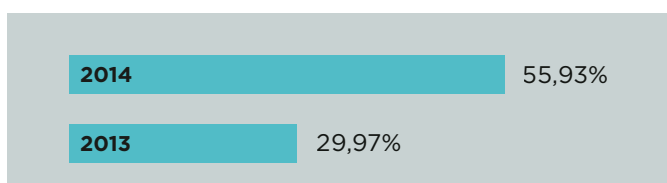


A continuación se muestran los gráficos donde se aprecia la evolución en la gestión de los residuos frente al consumo:

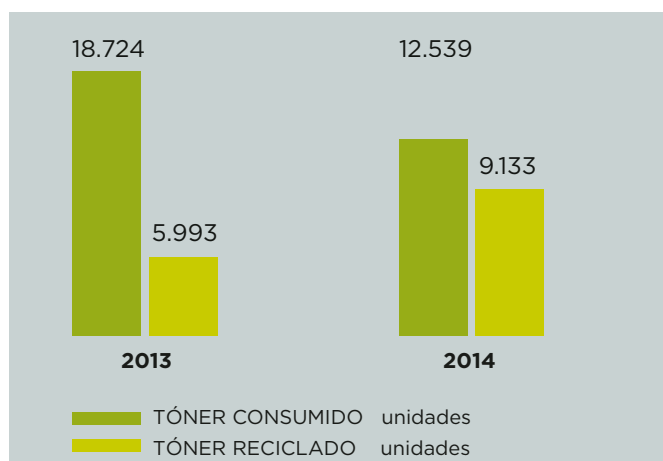
#### % RECICLAJE DE PAPEL FRENTE AL CONSUMO (toneladas)



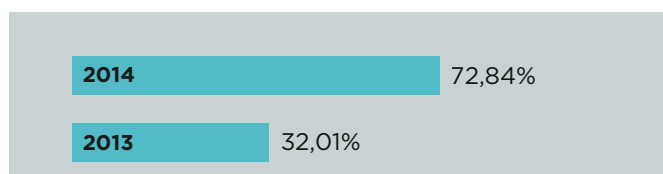
#### % PAPEL RECICLADO / CONSUMIDO



#### % RECICLAJE DE TÓNER FRENTE AL CONSUMO (unidades)



#### % TÓNER RECICLADO / CONSUMIDO



La implantación progresiva de criterios medioambientales en la compra de recursos también ha afectado a la compra de papel, generalizando el uso de papel respetuoso con el medio ambiente. En 2014, el 57 por 100 del papel consumido dispone de etiquetado que certifica la gestión sostenible de la explotación de los bosques.

Además, se utilizan incluso papeles procedentes de otras materias primas como el papel elaborado a partir de fibra de caña de azúcar, materia prima natural, renovable, reciclable y 100 por 100 biodegradable.

De igual forma, contribuye al ahorro de papel, la entrega a los asegurados, de la documentación relativa a la suscripción de sus pólizas en formato digital.

## Gestión de residuos

[G4-EN23, EN33]

MAPFRE trabaja con procedimientos e instrucciones de gestión de residuos, definiendo los protocolos de actuación para su adecuada segregación, disposición, almacenamiento y control. Para ello, se tienen en cuenta la tipología de los residuos que se generan en función de la actividad o su procedencia, tal y como se muestra en la siguiente tabla resumen:

Procedencia de los residuos					
	TALLERES	MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS	ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA	ACTIVIDAD SANITARIA	CANAL DOMÉSTICO
Tipología de residuos generados		FLUORESCENTES Y BOMBILLAS			
		RESIDUOS PELIGROSOS		RESIDUOS PELIGROSOS	
			TELÉFONOS MÓVILES		TELÉFONOS MÓVILES
				MEDICAMENTOS CADUCADOS	
				RADIOGRAFÍAS	
				RESIDUOS SANITARIOS	
		PAPEL			
		PILAS Y BATERÍAS			
		CARTUCHOS DE TINTA Y TÓNER			
		SOPORTE INFORMÁTICO			
		EQUIPOS OFIMÁTICOS FUERA DE USO			
		RESIDUOS COMERCIALES: ENVASES Y RESTO			

Todos los residuos se gestionan cumpliendo estrictamente la legislación y en consonancia con las mejores prácticas medioambientales, primando la reducción, la reutilización y el reciclaje.

El modelo de gestión centralizado implantado permite optimizar y mejorar, de manera continua, los procesos, el control de los proveedores, el servicio prestado y los costes de gestión. La correcta gestión de los residuos se realiza mediante gestores autorizados, asegurando siempre una adecuada gestión sostenible y la protección del medio ambiente. Resultado de esto es la consolidación de acuerdos institucionales con fundaciones sin ánimo de lucro.

Durante 2014 se han llevado a cabo las siguientes actuaciones en España:

— Modificación del sistema de backup informático en las oficinas directas, lo que ha supuesto la retirada y destrucción de todas las cintas back up almacenadas durante años en las instalaciones. Este nuevo sistema permite hacer grabaciones de forma centralizada sin necesidad de cambiar las cintas con la periodicidad establecida en cada caso, lo que contribuye a que se reduzca la generación de residuos de soporte informático.

— Ampliación del alcance de la implantación de la gestión de residuos generados en los Policlínicos Salud 4, haciendo especial hincapié en la adecuación de la gestión de los residuos sanitarios. En este último año se ha implantado la gestión de residuos en cuatro centros sanitarios de nueva apertura, dos policlínicos y dos clínicas dentales.

Por otro lado, la implantación de los procedimientos de gestión de residuos corporativos iniciada en el marco del Plan Estratégico Medioambiental de Expansión Internacional, ha permitido la consecución de importantes hitos en aquellos países donde se está trabajando en la implantación y certificación del SIGMAYE.

MAPFRE impulsa la generación de valor de los residuos que genera mediante la reutilización de materiales y la optimización de los procesos de gestión. En este sentido destacan la campaña de educación y acopio de residuos electrónicos en MAPFRE MÉXICO “Reciclón Empresarial MAPFRE 2014”, que ha permitido reintegrar el 95 por 100 del material recogido en la cadena de valor, así como la Iniciativa de MAPFRE PERÚ “Seguro Ecoamigable” en colaboración con la empresa TRANSPORTES CRUZ DEL SUR.

## Best Practice<sup>2014</sup>

### SEGURO ECOAMIGABLE

Los pasajeros usuarios de la empresa de autobuses Transportes Cruz en Perú, reciben un seguro de asistencia al viajero a cambio de llevar 5 botellas de plástico, con el objetivo de fomentar el reciclaje.



## Emisiones y vertidos

[G4-EN26]

Los establecimientos en los que MAPFRE lleva a cabo su actividad son, principalmente, de tipo administrativo y, por su propia naturaleza, tienen bajo impacto ambiental. Estos establecimientos disponen de servicios de mantenimiento que realizan controles periódicos de las instalaciones con parámetros definidos para asegurar que las emisiones se encuentran por debajo de los límites legales.

Los vertidos de aguas sanitarias se realizan a la red de saneamiento. En aquellas actividades que así lo requieren se disponen de instalaciones de tratamiento previo y se efectúan analíticas periódicas de parámetros de vertido.

En cuanto a la actividad de talleres de automóviles, se han formalizado acuerdos con los suministradores y proveedores para la puesta en marcha de las mejores técnicas disponibles del sector y el uso de productos más eficientes y menos contaminantes. En España, se ha llevado a cabo la sustitución total de pinturas con base de disolvente por pinturas con base agua, evitando la emisión de compuestos orgánicos volátiles a la atmósfera.

## Derrames y fugas

[G4-EN20, EN24]

MAPFRE dispone de un inventario que identifica y cuantifica las instalaciones que contienen sustancias que agotan la capa de ozono. Con objeto de dar cumplimiento a la normativa en vigor, en 2014 ha finalizado el plan de sustitución del gas refrigerante R22. Aquellos equipos que no admiten tal posibilidad, serán retirados antes de efectuar reparación alguna sobre ellos.

Por otro lado, el Departamento de Medio Ambiente de MAPFRE realiza el seguimiento de las incidencias ambientales que tienen lugar en los establecimientos del Grupo, tanto en edificios de oficinas como en talleres, centros médicos o centros de servicios.

Existe una metodología de comunicación de dichos incidentes, lo que facilita que se disponga de la documentación referente a su alcance, gestión y resolución. Durante 2014 no se ha producido comunicación alguna referente a derrames o fugas significativos en los establecimientos e instalaciones gestionados por MAPFRE.

## 5.6 GESTIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

### Huella de carbono

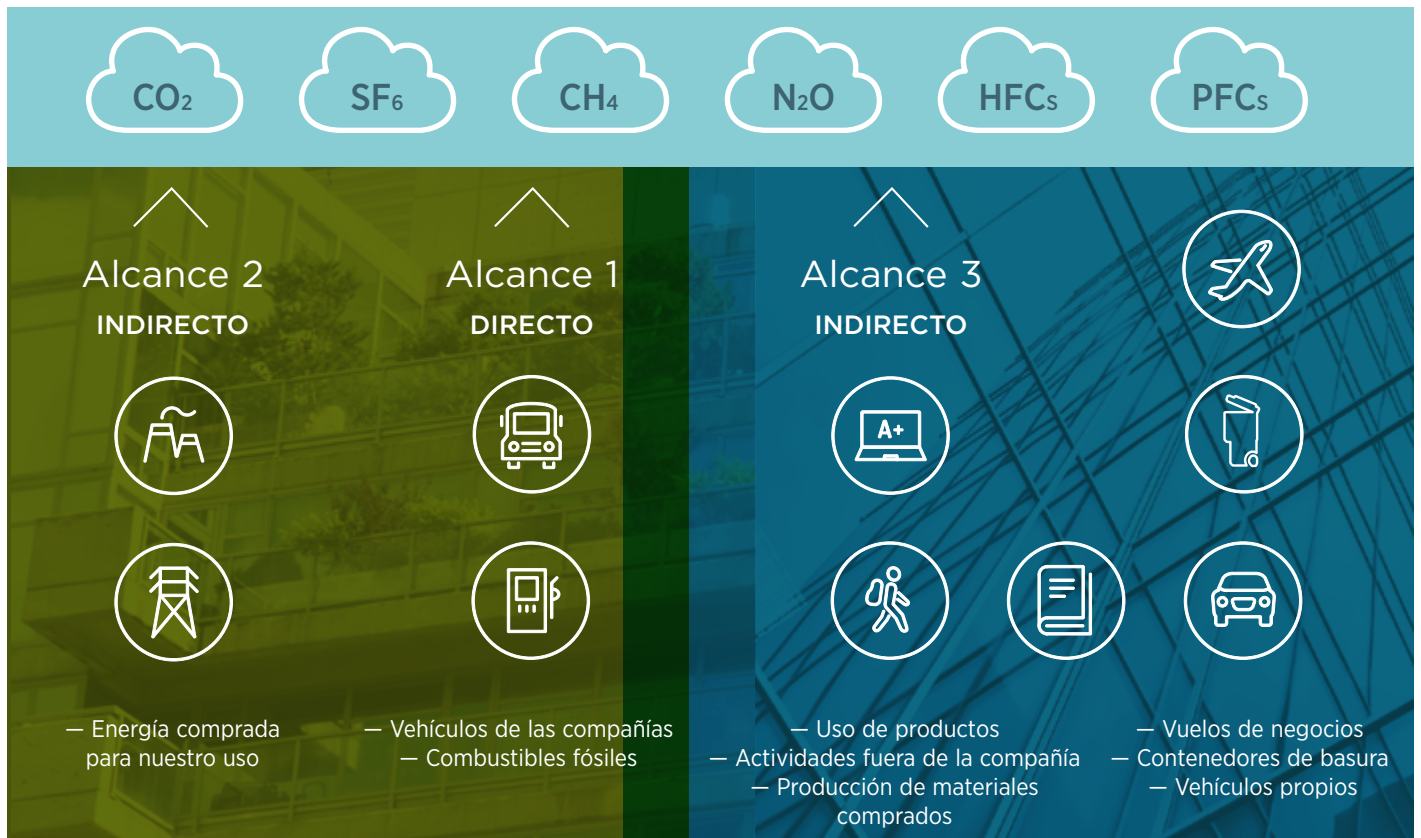
[G4-EC2; EN3 - EN7, EN15 - EN19, EN30]

Contribuir a la mejora del medio ambiente, mediante la reducción, entre otras, de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (en adelante GEI) y otros gases contaminantes es un reto para MAPFRE en esta materia.

Por ello, MAPFRE determina, cuantifica y evalúa la huella de carbono ocasionada por su actividad:

- Siguiendo la metodología propuesta para el sector oficinas, por “The Greenhouse Gas (GHG) Protocol. A Corporate accounting and reporting standard”, del World Business Council for Sustainability Development.
- Adaptando las nuevas categorías incluidas en el Alcance 3, que se obtienen según la clasificación del “Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard” del GHG Protocol.
- Empleando factores de emisión específicos de acuerdo con las directrices del “Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)” de 2006 para los inventarios nacionales de GEI y otras fuentes documentales y bibliográficas contrastables.

Los alcances empleados para la clasificación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) contempladas en el inventario se muestran en el siguiente gráfico:



(\*): Fuente gráfico GHG Protocol

## Alcance 1.

Emisiones directas de GEI, las que son controladas por la propia compañía, las que proceden de edificios, oficinas, talleres y vehículos pertenecientes a la flota. MAPFRE aplica programas de mantenimiento y control, cuyo objetivo no es sólo asegurar que las instalaciones susceptibles de generar emisiones a la atmósfera cumplen los parámetros que establece la normativa, sino que su rendimiento es óptimo y, por tanto, sus emisiones son mínimas.

## Alcance 2.

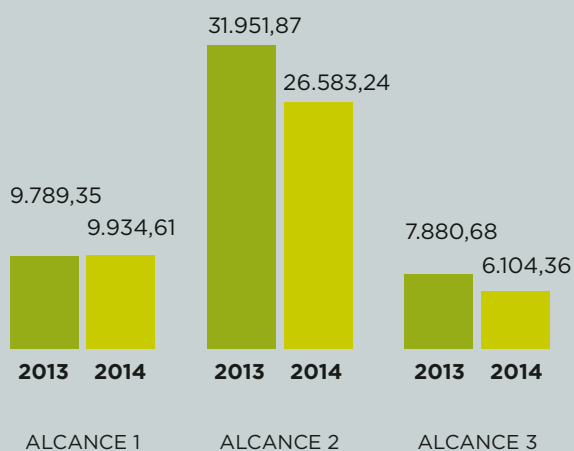
Emisiones indirectas derivadas del consumo de energía eléctrica originado por las actividades que lleva a cabo en el interior de sus establecimientos. MAPFRE efectúa el seguimiento de los consumos, lo que permite evaluar el efecto de los programas e iniciativas de ahorro de energía, tanto individuales como agrupados.

## Alcance 3.

Emisiones indirectas correspondientes a los bienes y servicios requeridos para la actividad empresarial. MAPFRE ha calculado las correspondientes a viajes de empresa y consumo de papel. Estas categorías se reportan conforme a las indicaciones del "Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard del GHG Protocol".

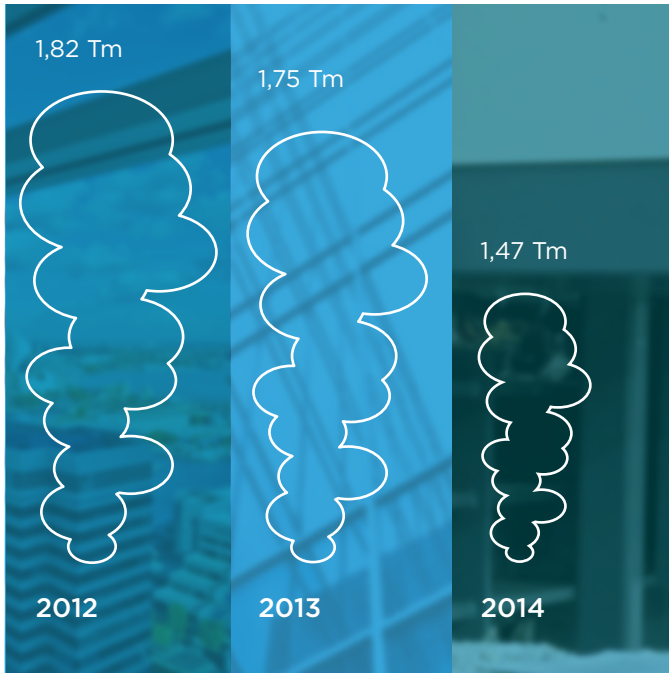


### HUELLA DE CARBONO (TM CO<sub>2</sub>eq )

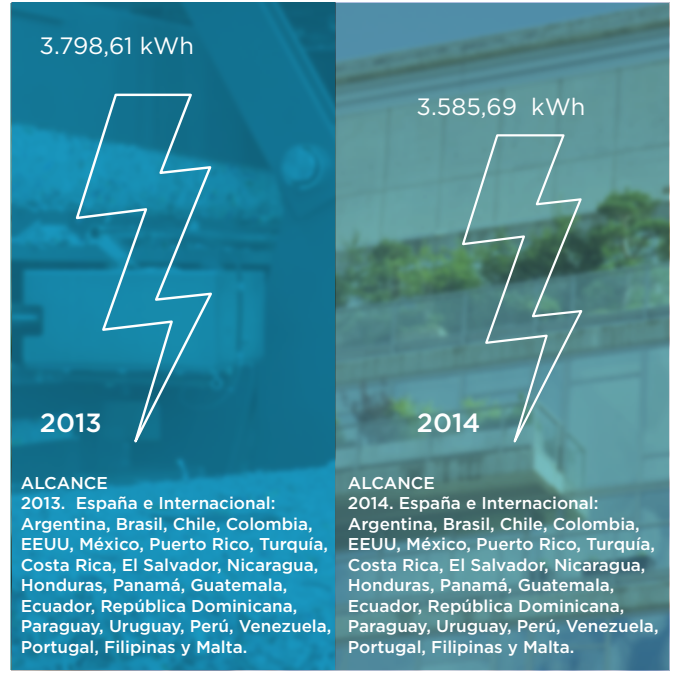




## EMISIONES DE CO<sub>2</sub>eq POR EMPLEADO



## CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL (kWh) POR EMPLEADO



OBJETIVO	INICIATIVAS
<b>EMISIONES DIRECTAS (ALCANCE 1)</b>	
<b>Eco-eficiencia en Edificios</b>	Reducción de consumo de gas mediante renovación de instalaciones en calderas del Edificio Majadahonda 1 (España) y mejora del control de la operación de calderas en el Edificio de Oviedo (España) con una reducción de emisiones de 47,3 Tm CO <sub>2</sub> eq frente al año anterior, previa implantación de estas medidas.
<b>EMISIONES INDIRECTAS (ALCANCE 2)</b>	
<b>Compra energía verde</b>	Gestión centralizada de la energía mediante la selección del proveedor con mayor porcentaje de comercialización de energía procedente de fuentes renovables, con una reducción estimada de emisiones de 6.424 Tm CO <sub>2</sub> eq respecto al cálculo utilizando el factor de emisión del mix energético del país para el año 2013.
<b>Eco-eficiencia en Edificios</b>	<p>Reducción de consumo eléctrico en climatización por implantación de políticas de ahorro por uso de freecooling, ajustes de temperaturas de consigna, ajustes de horarios en los edificios sede con una reducción de emisiones de 2,8 Tm CO<sub>2</sub>eq.</p> <p>Reducción de consumo eléctrico en iluminación por sustitución de lámparas LED y ajuste de horarios en los edificios sede con una reducción de emisiones de 24,3 Tm CO<sub>2</sub>eq.</p> <p>Reducción de consumo eléctrico en equipos ofimáticos mediante la implantación de herramientas de gestión de la energía en edificios sede, con una reducción de emisiones estimada de 3,8 Tm CO<sub>2</sub>eq respecto al consumo esperado sin implantación de estas herramientas.</p>



OTRAS EMISIONES INDIRECTAS (ALCANCE 3)

Telecomunicaciones	Los programas de reducción de estas emisiones se centran, por un lado, en el desarrollo del teletrabajo y por otro en la promoción de las conferencias telefónicas y videoconferencias, que evitan desplazamientos de los empleados entre distintas zonas geográficas.
Compensación emisiones	Colaboración en la reforestación de árboles en la provincia de Bonao (República Dominicana), iniciativa promovida por el Ministerio de Medio Ambiente de dicho país.
Proveedores	<p><i>Futura</i> es un sistema de localización y asignación automática de servicios de asistencia en carretera que permite al asegurado solicitar este servicio a través de su Smartphone, indicando cuál es su localización exacta a través de GPS. Esto permite enviar al proveedor más cercano, con la consecuente reducción de consumo de combustible y emisiones de CO<sub>2</sub>.</p> <p>“Proyecto de Gestión Estratégica Sostenible de Proveedores” de MAPFRE BRASIL, para fortalecer la relación de la compañía con sus colaboradores y reducir los riesgos medioambientales por ambas partes. El proyecto obtuvo el Premio IBEF del Instituto Brasileño de Ejecutivos de Finanzas.</p>
Movilidad sostenible	<p>MAPFRE pone a disposición de los empleados, una serie de servicios para promocionar medidas de movilidad sostenible buscando alternativas al vehículo privado:</p> <p>Servicio de lanzaderas con los principales puntos de conexión de las ciudades, que dan servicio a los edificios de Majadahonda y Aravaca en Madrid (España), de Turquía, Argentina, México y Puerto Rico.</p> <p>“Compartir coche”, una iniciativa que facilita el contacto entre empleados que hacen trayectos similares al centro de trabajo y quieren compartir vehículo y que está implantada en España y Estados Unidos.</p> <p>Consejos para ahorrar combustible que ofrece Red de Oficinas MAPFRE en Facebook.</p>
Productos y servicios	<p>Reducción de consumo eléctrico en equipos ofimáticos mediante la implantación de herramientas de gestión de la energía en Proveedores (Red Comercial de Oficinas Delegadas), con una reducción de emisiones acumulada desde el año base 2012, año de implantación de la herramienta, de 22 Tm CO<sub>2</sub>eq.</p> <p>Welcome Pack digital para los seguros de Salud, que se añade al de Automóviles lanzado en 2012.</p>

## Estrategia para la mitigación y adaptación al cambio climático

MAPFRE, con objeto de definir su estrategia en cuanto a la gestión del cambio climático, identifica los siguientes riesgos y oportunidades:



**ALERTA**

**CAMBIO CLIMÁTICO**

**Riesgos regulatorios**

- Fluctuación de los precios del suministro energético.
- Presión regulatoria hacia el cumplimiento de compromisos de reducción de la Unión Europea.

**Riesgos físicos**

- Incremento de fenómenos meteorológicos extremos.
- Afección de sectores productivos.

**Riesgos reputacionales**

- Incorporación de la gestión del Cambio Climático como criterio de selección para inversores.
- Exigencia de clientes sobre huella de carbono de productos (ej. pólizas).

La tendencia sobre regulación específica en materia de cambio climático para determinados sectores, la solicitud de los gobiernos de contar con el apoyo de las grandes empresas para la consecución de objetivos de reducción y los compromisos que MAPFRE ha adquirido de manera voluntaria, han sido los principales ejes de la estrategia de MAPFRE en materia de Cambio Climático.

Durante 2014, MAPFRE ha desarrollado y aprobado el Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático, con objeto de definir objetivos concretos de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>eq a corto, medio y largo plazo, conforme a los siguientes componentes estratégicos identificados:



Las líneas estratégicas definidas con un horizonte temporal a 2020, describen actuaciones de eficiencia energética como principal motor de los ahorros de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en nuestras instalaciones, estableciendo el siguiente compromiso:

Alineado con el objetivo de la Unión Europea 20-20-20\*, MAPFRE se compromete a reducir en un 20 por 100 las emisiones de gases de efecto invernadero respecto a la Huella de Carbono de 2013:

- 9.924 toneladas de CO<sub>2</sub>eq
- 14.710.519 kWh

(\*) Objetivo de la Unión Europea para 2020: reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en un 20 por cien, promover las energías renovables hasta un 20 por cien y reducir el consumo de energía primaria en un 20 por cien.

## Principales líneas de actuación del Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático 2014-2020:

PLANES DE ACTUACIÓN	OBJETIVOS Y METAS
Expansión del Modelo Corporativo de Gestión Energética	Implantar progresivamente el estándar ISO 50001 en edificios que albergan alguna sede del Grupo. (Ahorro estimado: 5 por 100 anual del consumo eléctrico).
Integración de la Huella de Carbono en el Modelo Corporativo SIGMAYE	Desarrollar un modelo corporativo de reporte y cálculo de Huella de carbono en los países donde MAPFRE opera. (Ahorro estimado: 2 por 100 de emisiones totales por país).
Compra Verde	Centralizar los contratos de suministro eléctrico con comercializadoras con mayor generación eléctrica a partir de fuentes de energía renovables. (Reducción prevista: 33 por 100 de emisiones de GEI correspondientes al Alcance 2).
	Introducir criterios de Eficiencia Energética y Cambio Climático en la contratación de servicios con mayor impacto en la huella de carbono de MAPFRE como contratos de gas, servicio de lanzaderas, compra de papel, equipos ofimáticos y flota de vehículos.
Políticas de ahorro en equipos informáticos	Implantar herramientas de gestión energética de los equipos informáticos de los empleados para su apagado en remoto. (Ahorro estimado: 19 por 100 del consumo eléctrico de los equipos).
Oficinas Eco-eficientes	Implantar soluciones para mejorar el desempeño energético de las oficinas directas de la red comercial de MAPFRE. (Ahorro estimado: entre el 2 y el 10 por 100 de su consumo energético).
Sensibilización de empleados	Desarrollo y divulgación de campañas Cool Biz para la adecuación de la vestimenta en el trabajo a la temperatura exterior. (Ahorro estimado: 7 por 100 en el consumo energético destinado a la climatización).

El desarrollo del Sistema de Reporte y Cálculo de Huella de Carbono conforme al estándar ISO 14064 permitirá mejorar la veracidad y trazabilidad de los datos reportados, incrementar el alcance de dichos datos a nivel geográfico, así como el número de categorías reportadas según la metodología GHG. Este sistema se materializará de manera corporativa a través de las herramientas "Credit 360", "SharePoint" y "Aqua", como soporte documental y de la gestión del inventario de GEI del grupo.

Por otro lado, con objeto de avanzar en la integración del Plan Estratégico en las líneas actuales de negocio, se ha aprobado la constitución de los grupos de trabajo de "Eficiencia Energética", "Análisis de Riesgos de Sostenibilidad" y "Adaptación y mitigación al Cambio Climático".

## 5.7 PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD [G4-EN11, 12]

MAPFRE no dispone de centros de trabajo ubicados en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.

A pesar de ello, y conscientes de la importancia que cobra la pérdida de la biodiversidad debida a actuaciones vinculadas a la acción humana, hemos considerado relevante realizar una reflexión interna para valorar nuestra contribución a la preservación expresa de la biodiversidad.

Es por ello, que este epígrafe supone uno de los nuevos compromisos asumidos en la Política Medioambiental del Grupo, que constituirá uno de los objetivos de actuación a corto, medio y largo plazo, con la puesta en marcha de proyectos concretos de biodiversidad, contemplados en las líneas de actuación definidas para el periodo 2015-2016.

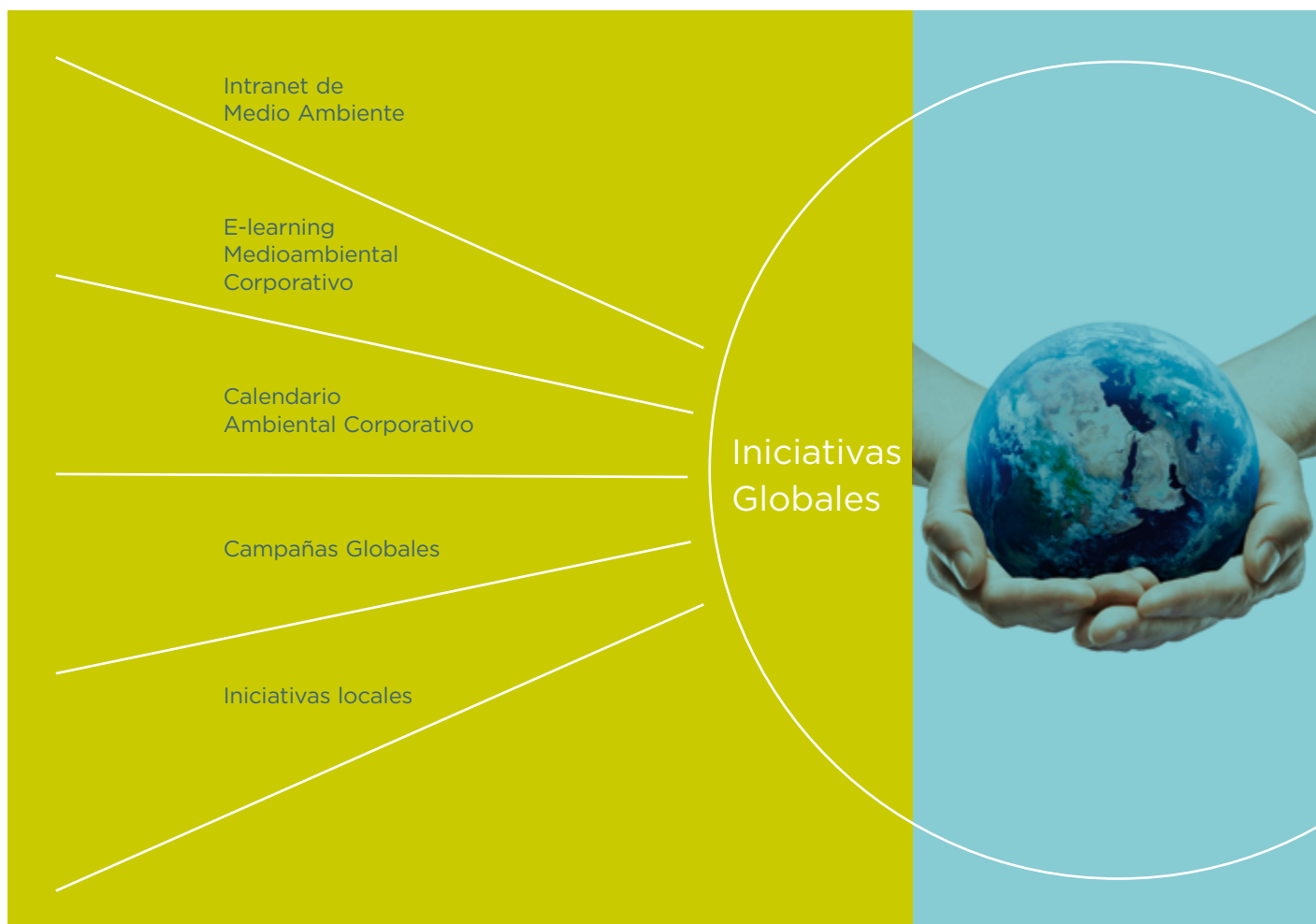
## 5.8 INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES

[G4-EN34; FS4]

MAPFRE considera determinante la contribución de los empleados en el logro de los objetivos medioambientales, principalmente en aquellos vinculados a procesos de eco-eficiencia. En éstos, la participación de los empleados es necesaria para minimizar el consumo de los recursos utilizados, así como para gestionar de manera adecuada los residuos.

Este compromiso queda también patente en la actualización realizada en la Política Medioambiental, que de manera expresa, establece el compromiso de la participación de los empleados a través de la promoción de la responsabilidad medioambiental. La política se encuentra disponible en la Intranet para los empleados, así como en la página web corporativa para el público en general.

Con objeto de difundir estos compromisos, se definen cinco líneas principales de actuación:





La Intranet de Medio Ambiente, está dedicada de manera exclusiva a temas medioambientales. Además, incluye un buzón de sugerencias y la dirección de correo electrónico [medioambiente@mapfre.com](mailto:medioambiente@mapfre.com), a los cuales se dirigen los empleados. Esta dirección se replica, con el mismo objetivo, en todos los países en los que se implanta el Plan de Expansión Medioambiental Internacional.

Desde 2008, MAPFRE desarrolla para sus empleados un curso e-learning sobre el Medio Ambiente y la gestión medioambiental del Grupo. Hasta 2014, este curso ha sido realizado por un total de 4.101 empleados, y se está actualizando para convertirlo en un curso global que se difundirá en 2015.

## Best Practice<sup>2014</sup>

### CALENDARIO AMBIENTAL CORPORATIVO

Mediante el uso de la herramienta Share Point, se ha creado un espacio global donde se redactan noticias mensuales sobre los días más relevantes en el calendario anual (según calendario de UNESCO). Estas son publicadas coordinadamente en las entidades de Argentina, Chile, Colombia, México, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela.

La campaña "La Hora del Planeta" se ha convertido en un referente institucional en cuanto a la gestión coordinada de iniciativas globales. Desde los comienzos de nuestra participación en el año 2009, cuando se apagaron los letreros luminosos de edificios y oficinas en España, se han llevado a cabo actuaciones de diversa índole (carteles, teatro, concursos de fotografía, y otros) en 22 países: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, España, Estados Unidos, Filipinas, Guatemala, Honduras, Malta, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, Salvador, Turquía y Venezuela.

**Hoy 22 de abril**

**Celebramos el Día Mundial de la Tierra!**

Desde el área de Seguridad y Medio Ambiente te animamos a celebrar este día, y te recordamos que todos debemos hacer un uso más racional de los recursos naturales para preservarlos:

**En el trabajo**  
Haz un consumo responsable de agua, energía, y todos los materiales que usas a diario, especialmente el papel. ¡Y ayúdanos a reciclar los residuos que generamos en nuestros edificios!

**En las vacaciones**  
Disfruta de la naturaleza respetando siempre las señalizaciones que encuentres a tu paso. Utiliza los caminos para no dañar la vegetación y evitar así la erosión. ¡Cuidado con el fuego!  
(Cuidemos entre todos de nuestro hogar, la Tierra!)

**MAPFRE BIEN | LEJAMOS**

**COMUNICACIÓN INTERNA**

**Semana Mundial de la Energía y el Agua**

**Agües la semana mundial de la energía y el agua**

El agua es un recurso esencial para la vida, pero también es un recurso limitado. Por eso, desde el departamento Seguridad y Medio Ambiente te invitamos a que seas parte de esta semana mundial de la energía y el agua.

Desde el 15 de agosto hasta el 21 de septiembre, se celebra la Semana Mundial de la Energía y el Agua organizada por el Instituto Internacional de Recursos Hídricos (IIRH).

El compromiso asumido por MAPFRE en su Política Medioambiental y Energética incluye la eficiencia energética de los edificios, incluyendo los sistemas de agua y energía. Por ello, desde el departamento Seguridad y Medio Ambiente te invitamos a que seas parte de esta semana mundial de la energía y el agua.

**Acciones recomendadas:**

- Apagar los equipos electrónicos cuando no estén en uso.
- Cerrar la llave del agua cuando no se esté usando.
- Al finalizar la jornada laboral apagar la PC y la pantalla del monitor.
- Desenchufar el cargador de la móvil cuando no se esté usando.

**¿Cuidamos mejor?**

**MAPFRE BIEN | LEJAMOS**

**ASOCIACIÓN SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE**

**Este sábado 17 de mayo celebramos el Día Internacional del Reciclaje**

Una de las mejores formas de cuidar nuestro planeta es reciclando. Reciclar es una actividad que nos ayuda a reducir el consumo de recursos naturales, a ahorrar energía y a reducir la contaminación del medio ambiente.

**¿Sabías que...?**

- Una botella de plástico se puede hacer en 30 segundos.
- Reciclando una lata de aluminio se ahorra suficiente energía para hacer un viaje en avión de ida y vuelta a Madrid.
- Una tonelada de vidrio reciclado produce suficiente energía para hacer un viaje en avión de ida y vuelta a Madrid.
- Una tonelada de papel reciclado produce suficiente energía para hacer un viaje en avión de ida y vuelta a Madrid.

**Unidos por el Medio Ambiente**

**MAPFRE BIEN | LEJAMOS**

**60+**

**Dünyaya kutlar, çimel term zamanlar.**

Dünya her zaman her zaman. Dünyaya kutlar, çimel term zamanlar. Dünyaya kutlar, çimel term zamanlar.

**DÜNYA SAĞLIĞI**

**DÜNYA SAĞLIĞI**

**MAPFRE BIEN | LEJAMOS**

**60+**

**Congregámonos a cuidar el planeta.**

Congregámonos a cuidar el planeta. Congregámonos a cuidar el planeta. Congregámonos a cuidar el planeta.

**DÜNYA SAĞLIĞI**

**DÜNYA SAĞLIĞI**

Cartelería publicitaria de la "Hora del Planeta" en MAPFRE TURQUÍA

**Regional Update**

**World Environment Day**

On Thursday June 5 we will be celebrating World Environment Day, whose slogan this year is "Raise your voice, not the sea level".

**RAISE YOUR VOICE, NOT THE SEA LEVEL**

Climate change is causing the earth's seas to rise, and as a result sea levels are rising. This is a threat for everyone, but especially for the populations of small islands.

That's why the World Environment Day theme for 2014, International Year of Small Island Developing States, is about the importance of helping these states. There are 32 small island developing states around the globe, and they are home to some of the planet's richest wildlife reserves.

Higher sea levels are likely to cause the loss of land along their coasts, which in addition to the environmental impact will have a devastating effect on their economies and the livelihoods of their populations.

Several of the states are working together to achieve "climate-resilience" through the use of renewable energy and other strategies.

**Regional Update**

MAPFRE is actively involved in the fight to halt climate change by reducing the emissions generated by our activities every year.

In 2013 we avoided the emission of 360 tons of CO2 thanks to the energy saving measures introduced in our buildings and in the use of computer equipment, and we avoided a further 900 tons by recycling paper.

The Corporate Security and Environment Area encourages all of you to join in the fight to stop climate change: reduce, reuse and recycle at work and at home and save energy!

**¡Cuidamos el planeta mejor!** [www.medioambiente@mapfre.com](http://www.medioambiente@mapfre.com)

**"Planet Earth is our shared island, let us join forces to protect it."**  
Initiative: Society Island, San Riklan

**Did You Know That...**

...A rise of one meter in the sea level would flood the Maldives?

...Climate change is responsible for coral bleaching, which has negative environmental and economic impact? Coral reefs are estimated to generate 375 billion dollars annually in goods and services.

**PNUMA** **UNEP** **World Environment Day**

Boletín mensual MAPFRE USA

Destaca este año la realización, por primera vez, de la campaña “El día Mundial del Medio Ambiente” en la que MAPFRE ha difundido el lema de este año **“Alza tu voz y no el nivel del Mar”** a través de diversos medios.

De manera complementaria a las actuaciones globales, se desarrollan iniciativas locales que refuerzan los compromisos medioambientales asumidos por el Grupo:

MÉXICO	PUERTO RICO	PARAGUAY	VENEZUELA	CHILE
				
<p>“Campaña TEO” de sensibilización medioambiental (donde se trata el reciclaje, ahorro de recursos, conservación de la biodiversidad, etc.)</p>	<p>“Campaña Recy” de comunicación y sensibilización ambiental en Puerto Rico, con nuevos mensajes como conducción eficiente y reciclaje de pilas</p>	<p>Programa de Gestión de Residuos en Paraguay</p>	<p>Boletines quincenales para difusión de noticias ambientales y buenas prácticas medioambientales en Venezuela</p>	<p>Cápsulas de Medio Ambiente en Chile</p>





## 5.9 CONSECUCIÓN DE RESULTADOS 2014 Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

### 5.9.1 Consecución de resultados 2014

[G4-EN6; FS11]

MAPFRE establece anualmente objetivos encaminados a gestionar y minimizar los impactos ambientales derivados del desarrollo de su actividad.

Dichos objetivos se aprueban en el Comité de Seguridad y Medio Ambiente Corporativo, y son trasladados a los Comités Locales de Seguridad y Medio Ambiente, en los países en los que se implanta el Plan Estratégico Medioambiental para Entidades Internacionales.

#### OBJETIVOS 2014. ACTUACIONES REALIZADAS Y LOGROS ALCANZADOS

<p><b>ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN MEDIOAMBIENTAL CORPORATIVO</b></p>	<p>Revisión y establecimiento de nuevos requerimientos del curso e-learning corporativo para su uso a nivel internacional.</p> <p>Calendario ambiental corporativo.</p> <p>Desarrollo de actuaciones de difusión ambiental y participación global (Hora del Planeta y Día Mundial del Medio Ambiente).</p>
<p><b>AMPLIACIÓN DEL ALCANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO MEDIOAMBIENTAL CORPORATIVO</b></p>	<p>Certificación ISO 14001 de la sede de MAPFRE Brasil.</p> <p>Certificación ISO 14001 de la sede de MAPFRE México.</p> <p>Certificación ISO 14001 de la sede de la Dirección General Territorial Sur (España) y edificios singulares de la calle Llodio 2-4 de Madrid (España).</p> <p>Implantación del Sistema de Gestión Medioambiental y Energético Corporativo en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>MAPFRE Portugal</li> <li>MAPFRE Venezuela</li> <li>MAPFRE Paraguay</li> <li>MAPFRE Rep. Dominicana</li> </ul> <p>Elaboración de diagnóstico medioambiental en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Edificios sede de la Dirección General Territorial Canarias y de la Subcentral de Tenerife (España)</li> <li>Edificio Sede de MAPFRE Chile</li> </ul>
<p><b>MEJORA DE LA ECO-EFICIENCIA DE MAPFRE</b></p>	<p>Ampliación del alcance del certificado ISO 50001 a los edificios de la sede social de MAPFRE FAMILIAR y de MAPFRE VIDA.</p> <p>Elaboración de diagnóstico energético en España en edificios sede de las Direcciones Generales Territoriales Este, en Valencia, Suroeste, en Sevilla, Norte, en Bilbao, Centro, en Valladolid, y Sur en Málaga.</p> <p>Elaboración del diagnóstico energético en España en el Centro de Formación de MAPFRE (Campus Monte del Pilar) y en el Centro de Proceso de Datos (CPD) Alcalá de Henares (Madrid).</p> <p>Aprobación del Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático.</p> <p>Cálculo de la Huella de Carbono Operacional de MAPFRE.</p>

<p><b>LA INTEGRACIÓN EN EL SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA (SIGMAYE) DEL SISTEMA DE REPORTE Y CÁLCULO DE LA “HUELLA DE CARBONO” CORPORATIVA CONFORME A LA NORMA ISO 14064</b></p>	<p>Actualización de la Política Medioambiental de MAPFRE con compromisos en relación a la gestión de cambio climático y gases de efecto invernadero.</p> <p>Desarrollo de la metodología e identificación de requisitos para el desarrollo e integración de la Norma ISO 14064 en el SIGMAYE Corporativo para el cálculo de la huella de carbono de MAPFRE.</p>
<p><b>OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN ENERGÉTICA (RESPECTO AL PERIODO BASE DEL SIGMAYE PARA EL AÑO 2013)</b> <b>[G4-EN6]</b></p>	<p>Implantación de buenas prácticas identificadas en la ISO 50001 en edificios que albergan algunas sedes (freecooling, ajustes de temperaturas de consigna, horarios y renovación de iluminación) obteniendo una reducción de 134.098 kWh de consumo eléctrico.</p> <p>Ahorro en el consumo de gas de 203.832 kWh por renovación de las instalaciones en el edificio Majadahonda 1 (Madrid, España).</p> <p>Ahorro en consumo eléctrico y de gas en climatización de 42.133 kWh por ajuste de tiempos y temperaturas y uso de aire primario en los edificios de España: Aravaca (Madrid), Majadahonda 4 (Madrid), Oviedo; y en México: Torre Reforma (México DF), así como por renovación de equipos principales en el edificio de Málaga, en España.</p> <p>Ahorro en consumo eléctrico en iluminación de 80.695 kWh por sustitución a lámparas LED y ajuste de tiempos de encendido en los edificios de España: Aravaca (Madrid), M1, M2, M3 de Majadahonda (Madrid), Oviedo y Sevilla; en Puerto Rico: edificio de San Juan de Puerto Rico; y en México: Torre Reforma (México DF).</p> <p>Ahorro del consumo eléctrico en equipos ofimáticos, mediante la implantación de herramientas de gestión de la energía en los edificios en España del Paseo de Recoletos 23 y de la Calle Bárbara de Braganza (ambos en Madrid).</p> <p>Instalación y calibración de analizadores de red y software para el control y gestión de instalaciones y consumos asociados (powerstudio, BMS, etc).</p> <p>Desarrollo de la primera fase del proyecto para la renovación del cuadro de maniobras de ascensores en España, Torre MAPFRE, en Barcelona, con ahorros estimados de 120.000 kWh en dicho uso energético.</p>
<p><b>CÁLCULO Y REPORTE DE HUELLA DE CARBONO DE PRODUCTOS/ SERVICIOS PARA COMPAÑÍAS DE LA CARTERA DE MAPFRE</b></p>	<p>Cálculo de huella de carbono de producto, correspondiente a las pólizas emitidas.</p> <p>Cálculo de huella de organización en calidad de proveedor de servicios.</p>
<p><b>REDUCCIÓN DE REQUISITOS ENERGÉTICOS EN PRODUCTOS Y SERVICIOS</b> <b>[G4-EN7]</b></p>	<p>Ahorro del consumo eléctrico en equipos ofimáticos, mediante la implantación de herramientas de gestión de la energía en proveedores (red comercial de oficinas delegadas). Reducción del consumo eléctrico 92.450 kWh respecto a 2012, año de implantación de la herramienta.</p>
<p><b>EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE LA ORGANIZACIÓN POR CLIENTES</b> <b>[G4-FS10]</b></p>	<p>Auditorías ambientales como proveedores.</p> <p>Cumplimiento de cuestionarios de evaluación ambiental.</p>

## 5.9.2 Líneas de actuación Medioambiental 2015-2016

[G4-EN6]

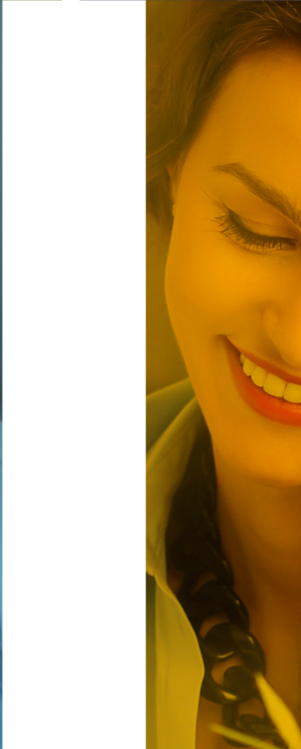
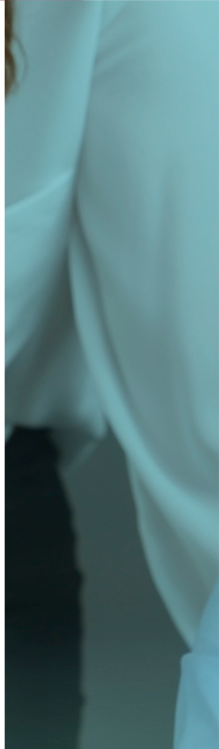
Con el objetivo de cumplir con los compromisos asumidos en la nueva Política Medioambiental de MAPFRE en el desarrollo de su actividad, se definen las siguientes líneas de actuación enfocadas a la expansión internacional y la globalización de las directrices medioambientales corporativas.



## 5.10 INDICADORES DE DESEMPEÑO

[G4-EN1 – EN5, EN8, EN15 – EN17, EN23, EN31, EN34; FS9, FS11]

	GRI	Medida	2014	2013
<b>INDICADORES DE CONSUMO DE RECURSOS</b>				
Consumo energía total	EN3; EN6	MWh	125.441	129.965
<b>Scope 1</b>				
Consumo gas natural	EN3; EN6; EN15	MWh	10.157	12.217
Consumo de gasóleo en edificios	EN3; EN6; EN15	L	522.430	399.626
<b>Scope 2</b>				
Consumo energía eléctrica	EN3; EN6	MWh	110.104	113.785
<b>Scope 3</b>				
Viajes de empresa	EN4	Tm CO <sub>2eq</sub>	5.276	nd
Consumo de papel	EN4	Tm CO <sub>2eq</sub>	828	nd
Consumo de agua total		M <sup>3</sup>	668.933	755.714
Consumo de agua por empleado		M <sup>3</sup>	19,1	22,1
Total consumo de papel	EN1	Tm	2.157	3.750
Total consumo papel de gestión sostenible	EN1	Tm	1.244	87,3
Papel con etiqueta ecológica sobre total papel consumido		%	57	38,9
Papel consumido/empleado		Tm	0,06	0,11
Total consumo de tóner	EN1	Ud	12.539	18.724
<b>INDICADORES DE RESIDUOS EN23</b>				
Tóner reciclado	EN2	Tm	19,53	12,85
Papel reciclado	EN2	Tm	1.206	1.124
Ordenadores y equipos electrónicos gestionados		Tm	45,73	75,85
Ordenadores y equipos electrónicos donados		Tm	8,05	25,15
Lámparas y fluorescentes al final de su vida útil		Tm	2.93	5,38
Pilas		Tm	1,66	3,25
Residuos peligrosos en edificios		Tm	1,86	8,24
Residuos peligrosos en talleres		Tm	112	81
Residuos no peligrosos en talleres		Tm	1.808	1.204
Otros residuos no peligrosos		Tm	183	139
Residuos sanitarios		Tm	1,97	0,49
Medicamentos caducados		Tm	0,11	0,07
Radiografías		Tm	1,34	1,58
Soportes Informáticos gestionados		Tm	5,88	3,61
<b>AUDITORIAS MEDIOAMBIENTALES DE ACTIVOS</b>				
Diagnósticos medioambientales	FS9; FS11	Unidades	10	6
Supervisiones medioambientales	FS9; FS11	Unidades	8	15
Auditorías medioambientales internas	FS9; FS 11	Unidades	33	29
Auditorías medioambientales de certificación	FS9; FS 11	Unidades	22	13
Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales	FS9; FS 11	Porcentaje	21,58	15,82
<b>COSTES AMBIENTALES</b>				
Gestión medioambiental	EN31	Miles de euros	47,07	22,76
Gestión de residuos	EN31	Miles de euros	375,32	369,13
Personal e incentivos	EN31	Miles de euros	471,09	513,24
Institucionales	EN31	Miles de euros	15,84	15,22
Otros	EN31	Miles de euros	76,34	37,34
<b>INVERSIONES AMBIENTALES</b>	EN31	Miles de euros	204,35	676,90
<b>OTROS INDICADORES</b>				
Multas, sanciones y reclamaciones ambientales	EN29; EN 34	número	0	0





# 6

## Información complementaria

### 6.1 PRINCIPIOS SEGUIDOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME CORPORATIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL [G4-18, 20, 21, 22, 23]

#### Alcance y perfil

MAPFRE ha elaborado el Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) versión G4, en su nivel exhaustivo (comprehensive) y el suplemento sectorial financiero.

El Informe incluye las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE a nivel mundial.

#### Fiabilidad y verificación

La información cualitativa y cuantitativa de los indicadores básicos, específicos y sectoriales del GRI 4 han sido verificados externamente por la firma Ernst & Young, incluyendo la información aportada para las actividades de MAPFRE realizadas en Argentina, Brasil, EE.UU, Colombia, Chile, México, Puerto Rico, Turquía y España, que suponen en su conjunto el 78,3 por 100 del volumen de negocio del Grupo.

Además se ha realizado una revisión limitada de los datos aportados por el resto de las entidades de MAPFRE.

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

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

#### Claridad, precisión y exhaustividad

La información se expone de forma sistemática, incluyendo un índice general, que facilita su lectura (página 1), y un índice global de indicadores GRI, 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 doce 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 en formato digital y se publica también en formato Web. ([www.mapfre.com/Responsabilidad Social/ Informes Anuales](http://www.mapfre.com/Responsabilidad Social/ Informes Anuales))

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.



La información se presenta siguiendo la estructura organizativa y territorial definida a partir del año 2014 y por ello, los datos del ejercicio anterior se han adaptado, en la medida de lo posible, a la nueva estructura para facilitar una comparación homogénea. (Más información al respecto en el apartado Información General pág. 9)

## 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

Durante 2014, MAPFRE ha desarrollado la primera fase del estudio de “materialidad” requerido para adaptar su Informe Anual a la versión GRI4. El Informe da respuesta a los 18 temas considerados relevantes para MAPFRE y tres de sus grupos de interés (empleados, clientes y proveedores) que han participado en la consulta externa, tanto en España como en Brasil, Puerto Rico, México y Colombia y, permite poner en valor el desempeño y compromiso del Grupo con el desarrollo sostenible.

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

- Informe de Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades (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.org](http://www.fundacionmapfre.org))

## Capacidad de respuesta

El informe, además de ofrecer información relevante para los grupos de interés con los 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: [responsabilidadsocial@mapfre.com](mailto:responsabilidadsocial@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)
- El Departamento de Relaciones con Inversores: [relacionesconinversores@mapfre.com](mailto:relacionesconinversores@mapfre.com)
- Y el Portal corporativo de MAPFRE: [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)

## 6.2 GRI MATERIALITY DISCLOSURES ICON E ÍNDICE DE INDICADORES GRI4



### Contenidos básicos generales

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Estrategia y análisis			
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	- Carta del Presidente. <b>Pág. 5</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	- Informe de Cuentas Anuales 2014. Contexto económico. <b>Pág. 29</b> - Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Factores y Riesgos ASG. <b>Pág. 37</b> - Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Innovación en productos y servicios 2014; productos y servicios de alto contenido social y medioambiental; reclamaciones y quejas. <b>Págs. 80-86; 90</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
Perfil de la organización			
G4-3	Nombre de la organización.	- Capítulo 2. Información General. <b>Pág. 9</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	- Informe de Cuentas Anuales 2014. Unidades de negocio. <b>Pág. 229</b> Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Innovación en productos y servicios 2014; Productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. <b>Págs. 80-86</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	- Capítulo 2. Información General: <b>Pág. 9</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se abordan en la memoria.	- Capítulo 2. Información General: <b>Pág. 9</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>


INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>G4-7</b> Describa la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	– Capítulo 2. Información General: <b>Pág. 9</b> – Informe de Cuentas Anuales 2014. Contexto económico. <b>Pág. 29</b> Unidades de negocio. <b>Pág. 229</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-8</b> Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	– Capítulo 2. Información General: <b>Pág. 9</b> – Informe de Cuentas Anuales 2014. Contexto económico. <b>Pág. 29</b> ; Información básica del Grupo. <b>Pág. 271</b> – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes. <b>Pág. 78</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-9</b> Determine la escala de la organización: a. Número de empleados. b. Número de operaciones. c. Ventas netas. d. Capitalización. e. Productos que se ofrecen.	– Capítulo 2. Información General: Principales magnitudes económicas. <b>Pág. 13</b> – Capítulo 4.1. MAPFRE y sus empleados. <b>Pág. 59</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-10</b> a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus empleados: Organización. Política de empleo. <b>Págs. 58-59</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-11</b> Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus empleados: Gestión de la relación con los representantes de los trabajadores. <b>Págs. 75-76</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-12</b> Describa la cadena de suministro de la organización.	– Capítulo 4.5. MAPFRE y sus proveedores. <b>Pág. 109</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-13</b> Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe. <b>Pág. 147</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-14</b> Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	– Informe de Cuentas Anuales 2014 : Principales riesgos. <b>Pág. 49</b> . Gestión de riesgos. <b>Págs. 65; 150</b> – Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Factores y Riesgos ASG. <b>Págs. 38; 40</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>G4-15</b> Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Actuación Ética y Socialmente Responsable: Compromisos Internacionales con el desarrollo; Factores ASG. Principales Asociaciones. <b>Págs. 30; 38; 49</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-16</b> Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Actuación Ética y Socialmente Responsable; Factores y Riesgos ASG; Principales Asociaciones. <b>Págs. 30; 38; 40; 49</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

Aspectos materiales y cobertura 

<b>G4-17</b> a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	– Informe de Cuentas Anuales 2014: 7. Gestión de riesgos. <b>Págs. 65; 150;</b> 8. Otra información, <b>Pág. 127.</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-18</b> a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Materialidad y Stakeholders: Materialidad. <b>Pág. 19</b> – Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. <b>Pág. 147</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-19</b> Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Materialidad y Stakeholders: Materialidad. <b>Pág. 21</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-20</b> Indique la cobertura de cada Aspecto material dentro de la organización.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Materialidad y Stakeholders: Materialidad. <b>Pág. 19</b> – Capítulo 6. Información Complementaria: Índice de Indicadores GRI. <b>Pág. 147</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-21</b> Indique el límite de cada Aspecto material fuera de la organización.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Materialidad y Stakeholders: Materialidad. <b>Pág. 19</b> – Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. <b>Pág. 147</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-22</b> Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información de memorias anteriores y sus causas.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. <b>Pág. 147</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-23</b> Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. <b>Pág. 147</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>


INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
------------------	--------------------------------	----------------------	--

Participación de grupos de interés 

<b>G4-24</b>	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Materialidad y Stakeholders: Stakeholders. <b>Pág. 23</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-25</b>	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Materialidad y Stakeholders: Stakeholders. <b>Pág. 23</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-26</b>	Describa el enfoque de la organización sobre la Participación de los grupos de interés; por ejemplo, la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Materialidad y Stakeholders: Stakeholders. <b>Pág. 23</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-27</b>	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la Participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Materialidad y Stakeholders: Stakeholders. <b>Pág. 23</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

Perfil de la memoria 

<b>G4-28</b>	Periodo objeto de la memoria.	– 2014	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-29</b>	Fecha de la última memoria.	– 2013	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-30</b>	Ciclo de presentación de memorias.	– Anual	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-31</b>	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. <b>Pág. 147</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-32</b>	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al Informe de Verificación externa, si lo hubiere.	– Exhaustiva – Índice GRI. <b>Pág. 149</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>


INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<p><b>G4-33</b> a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.  b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa.  c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación.  d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. Informe de verificación. <b>Págs. 147; 174</b></li> <li>- Carta del Presidente. <b>Pág. 5</b></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>Gobierno</span>  </div>		
<p><b>G4-34</b> Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Apartados C.1.1., C.1.2., C.1.14. y C.2.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u></li> <li>- Por su relevancia, remitimos al <u>Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I. Consejo de Administración y Título II. Comisión y Comités Delegados.</u></li> <li>- <u>Comisión y Comités Delegados.</u></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-35</b> Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Apartado C.2.4. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-36</b> Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Apartados C.1.14. y C.2.4. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-37</b> Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Accionistas. Comunicación con los accionistas y con los mercados financieros. <b>Págs. 100; 102</b></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-38</b> Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Apartados C.1.2. a C.1.4., C.1.11., C.1.12., C.1.17., C.2.1. y C.2.4. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>




INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>G4-39</b> Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	- <a href="#">Apartado C.1.22. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-40</b> Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.	- <a href="#">Apartados C.1.19., C.1.5. y C.1.6. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-41</b> Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a las partes interesadas.	- <a href="#">Apartados D.6. y D.7. y A.1. a A.7. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-42</b> Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	- <a href="#">Apartado C.1.14. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-43</b> Señale qué medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	- <a href="#">Apartados C.1.41, C.1.40 y 24 del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-44</b> a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.	- <a href="#">Apartado C.1.20. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a>  - Por su relevancia, remitimos al <a href="#">Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I. Consejo de Administración y Título II. Comisión y Comités Delegados.</a>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-45</b> a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	- <a href="#">Apartados E.1., E.2. y F.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a> - Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Factores y riesgos ASG. <b>Págs. 38; 40</b> - Informe de Cuentas Anuales 2014: Principales riesgos. <b>Pág. 49.</b> Gestión de riesgos. <b>Págs. 65; 150</b> - Por su relevancia, remitimos al <a href="#">Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento.</a>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>


INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<p><b>G4-46</b> De scribe la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">Apartados E.2. y E.6. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a></li> <li>- Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. <a href="#">Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento.</a></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-47</b> Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">Apartado E.1. del IAGC. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a></li> <li>- Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. <a href="#">Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento.</a></li> <li>- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Factores y riesgos ASG. <b>Págs. 38; 40</b></li> <li>- Informe de Cuentas Anuales 2014: Gestión de Riesgos. <b>Pág. 181</b></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-48</b> Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">Apartado C.1.14. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</a></li> <li>- Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. <a href="#">Título I Capítulo I: Funciones y Competencias del Consejo.</a></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-49</b> Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Por su relevancia, remitimos al <a href="#">Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I Capítulo I: Funciones y Competencias del Consejo.</a></li> <li>- Capítulo 4.3. MAPFRE y sus Accionistas: Canales de relación con los accionistas; comunicación con los mercados financieros. <b>Págs. 100; 102</b></li> <li>- <a href="#">Comité de Ética: Código de Ética y Conducta: composición y funciones: Consultas. Pág. 46</a></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-50</b> Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 4.3. MAPFRE y sus Accionistas: Canales de relación con los accionistas. <b>Pág. 100</b></li> <li>- <a href="#">Comité de Ética: Código de Ética y Conducta: composición y funciones: Consultas. Pág. 46</a></li> </ul>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>




INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<p><b>G4-51</b> a. Describa las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. b. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.</p>	<p>- <u>Apartados A.1., A.3., A.4., A.5., A.10. y A.13. del Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR).</u></p>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-52</b> Describa los procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.</p>	<p>- <u>Apartado A.2. del Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR).</u></p>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-53</b> Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.</p>	<p>- <u>El Informe Anual sobre remuneraciones, se presenta en la Junta General y se publica con carácter previo para su conocimiento.</u></p>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-54</b> Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.</p>	<p>- <u>La información pública sobre remuneración se puede encontrar en la memoria de cuentas anuales según establece la normativa contable y mercantil. También en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR).</u></p>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>
<p><b>G4-55</b> Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.</p>	<p>- Capítulo 4.1. MAPFRE y sus empleados: Política retributiva. <b>Pág. 69</b> - No se puede divulgar mayor detalle por cuestiones de confidencialidad.</p>	<p>Verificado EY <b>Pág. 174</b></p>

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>Ética e integridad</b> 		
<b>G4-56</b>	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS: La actuación Ética y Socialmente Responsable de MAPFRE. <b>Pág. 30</b>
<b>G4-57</b>	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS: La actuación Ética y Socialmente Responsable de MAPFRE. Comité de Ética y Conducta. Canal de denuncias. <b>Págs. 30; 46</b>
<b>G4-58</b>	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	- Mecanismos Internos: Capítulo3: MAPFRE y la RS: Canal de denuncias. <b>Pág. 46</b> - Mecanismos Externos. - Capítulo 3: MAPFRE y la RS: Tabla de compromisos con grupos de interés. <b>Pág. 24</b> - Capítulo 6. Información complementaria. Capacidad de respuesta. <b>Pág. 147</b>

## Contenidos básicos específicos





INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>Categoría: Economía</b>		
<b>Desempeño económico</b> 		
Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia		
<b>G4-EC1</b>	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	- <u>Informe de Cuentas Anuales 2014.</u> - <u>Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2014.</u>

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
<b>G4-EC2</b>	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Aspectos y Riesgos ESG. <b>Págs. 38; 40</b> - Capítulo 5. Dimensión Medioambiental: Gestión del cambio climático. <b>Pág. 132</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EC3</b>	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	- Ver indicador LA2.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EC4</b>	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	- <u>Informe de Cuentas Anuales 2014</u> . Unidades de negocio. <b>Pág. 229</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Presencia en el mercado</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EC5</b>	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	- Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados. <b>Pág. 57</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EC6</b>	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	- Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados. Diversidad cultural; Diversidad generacional. <b>Pág. 63</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Consecuencias económicas indirectas</b> Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EC7</b>	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EC8</b>	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Prácticas de adquisición</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EC9</b>	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	- Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Tipos de Proveedores. <b>Pág. 109</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Categoría: Medio ambiente</b>			
<b>Materiales</b> Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia			
<b>G4-EN1</b>	Materiales utilizados, por peso o volumen.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Ecoeficiencia: optimización de los recursos. Gestión del consumo de papel y tóner. Indicadores de desempeño. <b>Págs. 127; 128; 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EN2</b>	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.		Verificado EY <b>Pág. 174</b>

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>Energía</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EN3</b>	Consumo energético interno, desglosado por fuentes primarias.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono; indicadores de desempeño. <b>Págs. 132; 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EN4</b>	Consumo energético externo, desglosado por fuentes primarias.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono; indicadores de desempeño. <b>Págs. 132; 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EN5</b>	Intensidad energética.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono; indicadores de desempeño. <b>Págs. 132; 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EN6</b>	Reducción del consumo energético.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono; consecución de resultados 2014 y líneas de actuación medioambiental. <b>Págs. 132; 142; 144</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EN7</b>	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono. <b>Pág. 132</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Agua</b> Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EN8</b>	Captación total de agua según la fuente.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: indicadores de desempeño. <b>Pág. 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EN9</b>	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EN10</b>	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Biodiversidad</b> Nueva línea de actuación de MAPFRE PARA 2015-2016. Razón por la que ha considerado la Biodiversidad como material			
<b>G4-EN11</b>	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contenga o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: preservación de la biodiversidad. <b>Pág. 138</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>




INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>G4-EN12</b> Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: preservación de la biodiversidad. <b>Pág. 138</b> - Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. <b>Pág. 84</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN13</b> Hábitats protegidos o restaurados.		Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN14</b> Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.		Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Emisiones</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EN15</b> Emisiones directas de gases de efecto invernadero.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono; indicadores de desempeño. <b>Págs. 132; 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN16</b> Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono; indicadores de desempeño. <b>Págs. 132; 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN17</b> Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono; indicadores de desempeño. <b>Pág. 132.</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN18</b> Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono. <b>Pág. 132.</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN19</b> Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono. <b>Pág. 132.</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN20</b> Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN21</b> NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Efluentes y residuos</b> Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia			
<b>G4-EN22</b> Vertido total de de aguas, según su calidad y destino.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN23</b> Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Indicadores de desempeño. <b>Pág. 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>G4-EN24</b> Número y volumen totales de los derrames significativos.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Derrames y fugas. <b>Pág. 131</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN25</b> Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN26</b> Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de organización.	- No aplica. - Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Emisiones y vertidos. <b>Pág. 131</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Productos y servicios</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EN27</b> Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. <b>Pág. 84</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-EN28</b> Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Cumplimiento regulatorio</b> Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia			
<b>G4-EN29</b> Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Indicadores de desempeño. <b>Pág. 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Transporte</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EN30</b> 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.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Huella de Carbono (scope 3). <b>Pág. 132</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>General</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-EN31</b> Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Indicadores de desempeño. <b>Pág. 145</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
------------------	--------------------------------	----------------------

**Evaluación ambiental de los proveedores**  
 Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 

<b>G4-EN32</b>	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	- Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Criterios de selección de proveedores y relación con ellos. Homologación de proveedores. <b>Págs. 110; 111</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-EN33</b>	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	- Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. Homologación de proveedores. <b>Pág. 111</b> - Gestión de residuos. <b>Pág. 130</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

**Mecanismo de reclamación en materia ambiental**  
 Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia 

<b>G4-EN34</b>	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Iniciativas medioambientales. Indicadores de desempeño. <b>Pág. 139; 145</b> - Capítulo 6. Información complementaria: Principios para seguir la elaboración del Informe. <b>Pág. 147</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
----------------	---	---	-------------------------------




**Categoría: Desempeño social > Prácticas laborales y trabajo digno**

**Empleo**  
 Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 

<b>G4-LA1</b>	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	- Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Política de empleo. <b>Pág. 59</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-LA2</b>	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	- Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Política de compensaciones y reconocimiento. <b>Pág. 69</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-LA3</b>	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	- Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados. Promoción de la salud. <b>Pág. 74</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

**Relaciones entre los trabajadores y la dirección**  
 Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 

<b>G4-LA4</b>	Plazos mínimos de preaviso da cambios operativos y posible inclusión de estos en convenios colectivos.	- Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Gestión de la comunicación con los representantes legales de los trabajadores. <b>Pág. 75</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
---------------	--	---	-------------------------------

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-LA5</b>	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Prevención. <b>Pág. 74</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-LA6</b>	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Promoción de la salud. <b>Pág. 74</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-LA7</b>	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Salud y bienestar: Prevención y Promoción de la salud. <b>Pág. 74</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-LA8</b>	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales en los sindicatos.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Salud y bienestar: Prevención y Promoción de la salud. <b>Pág. 74</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Capacitación y educación</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-LA9</b>	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Desarrollo, movilidad y promoción: Formación. <b>Pág. 65</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-LA10</b>	Programas de gestión de habilidades de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres; Desarrollo, movilidad y promoción: Desarrollo, movilidad interna y promoción y Formación. <b>Págs. 62; 63; 64</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-LA11</b>	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Desarrollo, movilidad y promoción: Desarrollo. <b>Pág. 64</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-LA12</b>	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Política de empleo: Diversidad, inclusión e Igualdad de oportunidades. <b>Pág. 60</b> – Estructura de plantilla. <b>Pág. 58</b> – Igualdad de oportunidades. <b>Pág. 62</b> – <u>Informe Anual de Cuentas 2014: Órganos de gobierno</u> . Pág. 4	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-LA13</b> Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No disponible.</li> <li>- Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Política de compensaciones y reconocimientos. <b>Pág. 69</b></li> <li>- Informe Anual de Remuneraciones. <u>La información pública sobre remuneración se puede encontrar en la memoria de cuentas anuales según establece la normativa contable y mercantil. También en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR).</u></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-LA14</b> Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Criterios de selección de proveedores y relación con ellos. Homologación de proveedores. <b>Págs. 110-111</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-LA15</b> Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. Homologación de proveedores. <b>Pág. 111</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-LA16</b> Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 4.1 MAPFRE y sus EMPLEADOS. Política de empleo. Medidas de protección de los empleados frente al acoso moral y sexual en el trabajo. <b>Pág. 63</b></li> <li>- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Comité de Ética. <b>Pág. 46</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	

INDICADORES GRI4

PÁGINA /  
INFORMACIÓN (OMISIÓN)VERIFICACIÓN  
EXTERNA

## Categoría: Desempeño social &gt; Derechos humanos

## Inversión

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014



<b>G4-HR1</b>	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	- No disponible - Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Factores y Riesgos ASG. <b>Págs. 38; 40</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-HR2</b>	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Medidas de prevención y cumplimiento a disposición de los empleados. <b>Pág. 44</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

## No discriminación

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014



<b>G4-HR3</b>	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Política de RS, Compromisos internacionales; Comité de Ética. <b>Págs. 30; 46</b> - Medidas de protección. <b>Pág. 63</b> - <u>Código Ético y de Conducta.</u>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
---------------	--	--	----------------------------------

## Libertad de asociación y negociación colectiva

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014







<b>G4-HR4</b>	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Política de RS; Compromisos internacionales. Medidas de prevención y cumplimiento. <b>Págs. 29; 30; 44</b> - Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Comunicación con los representantes legales de los trabajadores. <b>Pág. 75</b> - Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Homologación. <b>Pág. 111</b> - <u>Código Ético y de Conducta.</u>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
---------------	--	--	----------------------------------

## Trabajo infantil

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014



<b>G4-HR5</b>	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Política de RS; Compromisos internacionales. Riesgos ASG; medidas de prevención y cumplimiento. <b>Págs. 30; 40; 44</b> - Capítulo 4.1. MAPFRE y sus empleados. Política de empleo. <b>Pág. 59</b> - Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. <b>Pág. 111</b> - <u>Código Ético y de Conducta.</u>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
---------------	--	--	----------------------------------

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>Trabajo forzoso</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
<b>G4-HR6</b> Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG. Medidas de prevención y cumplimiento. <b>Págs. 30; 40; 44</b></li> <li>- Capítulo 4.1. MAPFRE y sus EMPLEADOS. Política de empleo. <b>Pág. 59</b></li> <li>- Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. <b>Pág. 111</b></li> <li>- <u>Código Ético y de Conducta.</u></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Medidas de seguridad</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
<b>G4-HR7</b> Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Compromisos internacionales; Riesgos ASG; Medidas de prevención y cumplimiento; Seguridad. <b>Págs. 30; 40; 44; 47;</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Derechos de la población indígena</b> Aspecto No Material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información 			
<b>G4-HR8</b> Número de casos de violación de los derechos humanos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No aplica.</li> <li>- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG; Medidas de prevención y cumplimiento. <b>Págs. 30; 40; 44</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Evaluación</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
<b>G4-HR9</b> Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Compromisos internacionales. <b>Pág. 30</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	



INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
------------------	--------------------------------	----------------------	--

**Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos**  
 Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 

<b>G4-HR10</b>	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Compromisos Internacionales, Derechos Humanos. <b>Pág. 30</b> - Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Homologación de proveedores. <b>Pág. 111</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-HR11</b>	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	- Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. <b>Pág. 111</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

**Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos**  
 Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 

<b>G4-HR12</b>	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS: Comité de Ética. <b>Pág. 46</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
----------------	--	---	----------------------------------






**Categoría: Desempeño social > Sociedad**

**Comunidades Locales**  
 Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 

<b>G4-SO1</b>	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	- <u>Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2014.</u>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-SO2</b>	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	- <u>Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2014.</u>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

**Lucha contra la corrupción**  
 Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 

<b>G4-SO3</b>	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG; Medidas de prevención y cumplimiento. <b>Págs. 30; 40; 44</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-SO4</b>	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG; Medidas de prevención y cumplimiento. Formación en RS. <b>Págs. 30; 40; 44; 48</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>G4-SO5</b> Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG; Medidas de prevención y cumplimiento. Comité de Etica: <b>Págs. 30; 40; 44; 46; 47</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Política pública</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-SO6</b> Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	- <u>Código de Buen Gobierno.</u> - <u>Código Ético y de Conducta.</u>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Prácticas de competencia desleal</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-SO7</b> Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.		Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Cumplimiento regulatorio</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-SO8</b> Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.		Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Evaluación de la repercusión social de los proveedores</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-SO9</b> Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	- Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Homologación de proveedores. <b>Pág. 111</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-SO10</b> Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	- No aplica. - Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. <b>Pág. 111</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Mecanismos de reclamación por impacto social</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-SO11</b> Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.		Verificado EY <b>Pág. 174</b>	

INDICADORES GRI4

PÁGINA /  
INFORMACIÓN (OMISIÓN)VERIFICACIÓN  
EXTERNA

## Categoría: Desempeño social &gt; Responsabilidad sobre productos

## Salud y seguridad de los clientes

Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014



<b>G4-PR1</b>	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-PR2</b>	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

## Etiquetado de los productos y servicios

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014





<b>G4-PR3</b>	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	- No disponible - Varía en función de la legislación local. Aplica sobre todo a productos de Ahorro e Inversión.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-PR4</b>	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes. Reclamaciones y Quejas. <b>Pág. 92</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-PR5</b>	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Fidelización y calidad en MAPFRE. <b>Pág. 90</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

## Comunicaciones de Mercadotecnia


Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014








<b>G4-PR6</b>	Venta de productos prohibidos o en litigio.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-PR7</b>	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	- No disponible.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>Privacidad de los clientes</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-PR8</b>	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	- Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Medidas de prevención y cumplimiento; Seguridad. <b>Pág. 47</b> - Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Reclamaciones y Quejas. <b>Pág. 92</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Cumplimiento regulatorio</b> Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
<b>G4-PR9</b>	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Reclamaciones y Quejas. <b>Pág. 92</b> - Relacionado con el SO8.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

## Indicadores GRI suplemento financiero

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>Impacto de productos y servicios</b>			
<b>G4-FS1</b> Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Riesgos ASG. <b>Pág. 40</b> - Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes. <b>Pág. 84</b> - Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Compromiso con el Medioambiente y la Sostenibilidad. <b>Pág. 122</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-FS2</b> Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Riesgos ASG. <b>Pág. 40</b> - Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Estrategia para la mitigación y adaptación al Cambio Climático. <b>Pág. 136</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-FS3</b> Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Riesgos ASG. <b>Pág. 40</b> - Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. <b>Pág. 84</b> - Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Compromiso con el Medioambiente y la Sostenibilidad. <b>Pág. 122</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-FS4</b> Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.	- Capítulo 3. MAPFRE y la RS: formación en RS. <b>Pág. 48</b> - Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Iniciativas medioambientales. <b>Pág. 139</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-FS5</b> Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Factores y Riesgos ASG. <b>Págs. 38; 40</b> Clientes. - Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Innovación en productos y servicios; Canales de comunicación. <b>Págs. 80; 89</b> INVERSORES. - Capítulo 4.3. MAPFRE y sus accionistas: Canales de comunicación. <b>Pág. 100</b> - mapfre.com: Información corporativa del Grupo MAPFRE/ Sección Accionistas e Inversores. - Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Estrategia para la mitigación y adaptación al Cambio Climático. <b>Pág. 136</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>Cartera de producto</b>			
<b>G4-FS6</b>	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño y sector.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Innovación en productos y servicios; productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. <b>Pág. 80; 84</b></li> <li>- Informe de Cuentas Anuales 2014. Unidades de negocio. <b>Pág. 229</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-FS7</b>	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Innovación en productos y servicios; productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. <b>Pág. 80; 84</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-FS8</b>	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Innovación en productos y servicios; productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. <b>Pág. 80; 84</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Auditoría</b>			
<b>G4-FS9</b>	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carta del Presidente. <b>Pág. 5</b></li> <li>- Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Factores y Riesgos ASG; Medidas de prevención y control: Auditorías de Responsabilidad Social. <b>Págs. 38; 40</b></li> <li>- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Indicadores de desempeño. <b>Pág. 145</b></li> <li>- Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe. <b>Pág. 147</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>Gestión activa de la propiedad</b>			
<b>G4-FS10</b>	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No disponible. No se dispone de información tal y como la solicita este indicador.</li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>
<b>G4-FS11</b>	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capítulo 3. MAPFRE y la RS. Factores y Riesgos ASG. <b>Págs. 38; 40</b></li> <li>- Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Consecución de resultados 2014 y líneas de actuación; Indicadores de desempeño. <b>Págs. 142; 145</b></li> </ul>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
<b>G4-FS12</b> Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.	- No aplica.	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Comunidad</b>			
<b>G4-FS13</b> Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Política de RS. <b>Pág. 28</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>G4-FS14</b> Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	- Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. <b>Pág. 84.</b> - <u>Informe de Fundación MAPFRE 2014</u>		
<b>Salud y seguridad del cliente</b>			
<b>G4-FS15</b> Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	- Capítulo 3. MAPFRE Y LA RS: Política de RS. <b>Pág. 28</b> - Capítulo 4.2. MAPFRE y sus clientes: Productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. <b>Pág. 84</b>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	
<b>Comunicaciones de marketing</b>			
<b>G4-FS16</b> Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	- <u>Informe de Fundación MAPFRE 2014</u>	Verificado EY <b>Pág. 174</b>	





Ernst & Young, S.L.  
Torre Picasso  
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1  
28020 Madrid

Tel.: 902 365 456  
Fax: 915 727 300  
ey.com

### INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2014

A la Dirección de MAPFRE, S.A.

#### Alcance del trabajo:

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014, a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión G4 y el suplemento sectorial financiero.

El perímetro considerado por Mapfre para la elaboración de su Informe Anual de Responsabilidad Social 2014 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 2014, habiéndose cotejado asimismo la coincidencia de los datos relativos a los indicadores centrales y sectoriales del ejercicio anterior con el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014.

Los procedimientos efectuados han sido los siguientes:

- Reuniones con responsables de MAPFRE para obtener la información sobre las actividades realizadas y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014 a los estándares de GRI, en su versión 4.
- Análisis, en su caso, de los sistemas de información y metodología utilizada para la compilación de los datos cuantitativos y cualitativos correspondientes a los indicadores de MAPFRE, a nivel global.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores básicos, específicos y sectoriales del suplemento financiero incluidos en el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información para las actividades de MAPFRE realizadas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU, España, Méjico, Puerto Rico y Turquía, que suponen en su conjunto aproximadamente un 78,3 % 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 2014, 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), en su versión 4.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de MAPFRE, S.A., de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.

Manuel Martínez Pedraza  
Socio

Madrid, 4 de marzo de 2015



Building a better  
working world

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Indicador	Alcance	P.V.
Estrategia y análisis		
G4-1	G	PP
G4-2	G	CA
Perfil de la organización		
G4-3	G	SI
G4-4	G	CA
G4-5	G	SI
G4-6	G	CA
G4-7	G	CA
G4-8	G	CA
G4-9	G	CA/SI
G4-10	G	SI
G4-11	G	SI
G4-12	G	PP/SI
G4-13	G	SI
G4-14	G	CA/SI
G4-15	G	SI
G4-16	G	SI
Aspectos materiales y cobertura		
G4-17	G	CA
G4-18	G	SI
G4-19	G	SI
G4-20	G	SI
G4-21	G	SI
G4-22	G	SI
G4-23	G	SI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Indicador	Alcance	P.V.
Participación de los grupos de interés		
G4-24	G	SI
G4-25	G	SI
G4-26	G	SI
G4-27	G	SI
Perfil de la memoria		
G4-28	G	SI
G4-29	G	SI
G4-30	G	SI
G4-31	G	SI
G4-32	G	SI
G4-33	G	SI
Gobierno		
G4-34	G	GC
G4-35	G	GC
G4-36	G	GC
G4-37	G	GC
G4-38	G	GC
G4-39	G	GC
G4-40	G	GC

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Indicador	Alcance	P.V.
G4-41	G	GC
G4-42	G	GC
G4-43	G	GC
G4-44	G	GC
G4-45	G	GC
G4-46	G	GC
G4-47	G	GC
G4-48	G	CA/GC
G4-49	G	GC
G4-50	G	GC
G4-51	G	GC
G4-52	G	GC
G4-53	G	GC
G4-54	G	CA
G4-55	G	CA
Ética e Integridad		
G4-56	G	PP
G4-57	G	PP
G4-58	G	PP/SI

LEYENDA Procedimiento de revisión			
CA	Verificación con Cuentas Anuales Consolidadas	DE	Obtención de declaración expresa del responsable de los servicios correspondientes
FE	Revisión mediante pruebas de muestreo con fuentes externas	GC	Verificación con Informe de Gobierno Corporativo
SI	Revisión mediante pruebas de muestreo con sistemas de recopilación de información internos	CG	Verificación de su inclusión en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE
PP	Verificación de la existencia de Políticas, Sistemas y Procedimientos	n.a.	Verificación de la razonabilidad de los criterios utilizados para su consideración como "no aplicable" a las actividades desanrolladas por MAPFRE
PM	Verificación de su inclusión en los Principios del Pacto Mundial	n.d.	Indicadores de aplicación a las actividades de MAPFRE para los cuales no se dispone de información

F.V.: Proceso de Verificación  
G: Grupo Mapfre  
E: Grupo Mapfre España

A member firm of Ernst & Young Global Limited.

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
Indicador	Alcance	P.V.
<b>CATEGORÍA: ECONOMÍA</b>		
Desempeño económico		
G4-EC1	G	CA
G4-EC2	G	SI
G4-EC3	G	SI
G4-EC4	G	CA
Presencia en el mercado		
G4-EC5	G	SI
G4-EC6	G	SI
Impactos económicos indirectos		
G4-EC7	G	n.a.
G4-EC8	G	n.a.
Prácticas de adquisición		
G4-EC9	G	SI
<b>CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE</b>		
Materiales		
G4-EN1	G	FE
G4-EN2	G	FE
Energía		
G4-EN3	G	FE
G4-EN4	G	FE
G4-EN5	G	SI
G4-EN6	G	FE
G4-EN7	G	SI
Agua		
G4-EN8	G	FE
G4-EN9	n.a.	n.a.
G4-EN10	n.a.	n.a.
Biodiversidad		
G4-EN11	G	DE
G4-EN12	G	DE
G4-EN13	G	DE
G4-EN14	G	DE

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
Indicador	Alcance	P.V.
Emisiones		
G4-EN15	G	SI
G4-EN16	G	SI
G4-EN17	G	SI
G4-EN18	G	SI
G4-EN19	G	SI
G4-EN20	n.a.	n.a.
G4-EN21	n.a.	n.a.
Efluentes y residuos		
G4-EN22	n.a.	n.a.
G4-EN23	G	SI/FE
G4-EN24	G	DE
G4-EN25	n.a.	n.a.
G4-EN26	G	DE
Productos y servicios		
G4-EN27	G	SI
G4-EN28	n.a.	n.a.
Cumplimiento regulatorio		
G4-EN29	G	DE
Transporte		
G4-EN30	G	SI
General		
G4-EN31	G	SI/FE
Evaluación ambiental de los proveedores		
G4-EN32	G	PP/SI
G4-EN33	G	PP
Mecanismo de reclamación en materia ambiental		
G4-EN34	G	DE
<b>CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL</b>		
<b>DERECHOS HUMANOS</b>		
Inversión		
G4-HR1	n.d.	n.d.
G4-HR2	G	SI/FE
No discriminación		
G4-HR3	G	SI

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
Indicador	Alcance	P.V.
Libertad de asociación y negociación colectiva		
G4-HR4	G	PP
Trabajo infantil		
G4-HR5	G	PP
Trabajo forzoso		
G4-HR6	G	PP
Medidas de seguridad		
G4-HR7	G	SI
Derechos de la población indígena		
G4-HR8	n.a.	n.a.
Evaluación		
G4-HR9	G	FE
Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos		
G4-HR10	G	PP
G4-HR11	G	PP
Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos		
G4-HR12	G	PP
<b>SOCIEDAD</b>		
Comunidades Locales		
G4-SO1	G	SI
G4-SO2	G	SI
Lucha contra la corrupción		
G4-SO3	G	SI
G4-SO4	G	SI/PP
G4-SO5	G	DE
Política pública		
G4-SO6	G	CG
Prácticas de competencia desleal		
G4-SO7	G	DE
Cumplimiento regulatorio		
G4-SO8	G	DE
Evaluación de la repercusión social de los proveedores		
G4-SO9	G	PP
G4-SO10	n.a.	n.a.
Mecanismos de reclamación por impacto social		
G4-SO11	G	SI

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS			CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS			INDICADORES GRI SUPLEMENTO FINANCIERO		
Indicador	Alcance	P.V.	Indicador	Alcance	P.V.	Indicador	Alcance	P.V.
<b>RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>			<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</b>			Impacto de productos y servicios		
Salud y seguridad de los clientes			Empleo			G4-FS1		
G4-PR1	n.a	n.a	G4-LA1	G	SI	G4-FS2	G	PP/SI
G4-PR2	n.a	n.a	G4-LA2	G	SI	G4-FS3	G	SI
Etiquetado de los productos y servicios			G4-LA3	G	SI	G4-FS4	G	SI
G4-PR3	n.d.	n.d.	Relaciones entre los trabajadores y la dirección			G4-FS5	G	SI
G4-PR4	G	SI	G4-LA4	G	SI	Calidad de producto		
G4-PR5	G	SI	Salud y seguridad en el trabajo			G4-FS6	G	CA
Comunicaciones de mercadotecnia			G4-LA5	G	SI	G4-FS7	G	SI
G4-PR6	n.a	n.a	G4-LA6	G	SI	G4-FS8	G	SI
G4-PR7	G	n.d.	G4-LA7	G	SI	Auditoría		
Privacidad de los clientes			G4-LA8	G	SI	G4-FS9	G	SI
G4-PR8	E	DE	Capacitación y educación			Gestión activa de la propiedad		
Cumplimiento regulatorio			G4-LA9	G	SI	G4-FS10	n.d.	n.d.
G4-PR9	G	DE	G4-LA10	G	SI	G4-FS11	n.d.	n.d.
			G4-LA11	G	SI	G4-FS12	n.a	n.a
			Diversidad e igualdad de oportunidad			Comunidad		
			G4-LA12	G	GC	G4-FS13	G	SI
			Igualdad de retribución entre mujeres y hombre			G4-FS14	G	SI
			G4-LA13	n.d.	n.d.	Salud y seguridad del cliente		
			Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores			G4-FS15	G	PP
			G4-LA14	G	PP/SI	Comunicaciones de marketing		
			G4-LA15	G	PP/SI	G4-FS16	G	SI
			Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales					
			G4-LA16	G	SI			

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE ARGENTINA					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad	
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32	Lucha contra la corrupción	G4-SO3
	G4-EC2		G4-EN33		G4-SO4
	G4-EC3	Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34		G4-SO5
	G4-EC4	Prácticas laborales y trabajo digno		Política pública	G4-SO6
Presencia en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
			G4-LA4	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección			
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos	
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
Energía	G4-EN3		G4-LA7		G4-PR5
	G4-EN4		G4-LA8	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7
	G4-EN5	Capacitación y educación	G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
	G4-EN6		G4-LA10	Suplemento GRI del sector financiero	
G4-EN7	G4-LA11		Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
Agua	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Impacto de productos y servicios Cartera de producto	G4-FS2
Biodiversidad	G4-EN11	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14		G4-FS3
	G4-EN12		G4-LA15		G4-FS4
	G4-EN13	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16		G4-FS5
	G4-EN14	Derechos Humanos		G4-FS6	
Emisiones	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	Cartera de producto Auditoría	G4-FS7
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3		G4-FS8
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS9
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13
	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad Salud y seguridad del cliente	G4-FS14
Efuentes y residuos	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7	Comunicaciones de marketing	G4-FS15
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR9		G4-FS16
	G4-EN26	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10		
Productos y servicios	G4-EN27		G4-HR11		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-HR12		
Transporte	G4-EN30				
General	G4-EN31				

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE BRASIL					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad	
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32	Lucha contra la corrupción	G4-S03
	G4-EC2		G4-EN33		G4-S04
	G4-EC3	Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34		G4-S05
	G4-EC4	Prácticas laborales y trabajo digno		Política pública	G4-S06
Presencia en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de competencia desleal	G4-S07
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-S08
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-S09
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-S011
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos	
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
Energía	G4-EN3		G4-LA7		G4-PR5
	G4-EN4		G4-LA8	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7
	Capacitación y educación	G4-EN5	G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
		G4-EN6	G4-LA10	Suplemento GRI del sector financiero	
		G4-EN7	G4-LA11	Impacto de productos y servicios	G4-FS1
Agua	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12		G4-FS2
Biodiversidad	G4-EN11	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	Impacto de productos y servicios Cartera de producto	G4-FS3
	G4-EN12		G4-LA15		G4-FS4
	G4-EN13	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16		G4-FS5
	G4-EN14	Derechos Humanos			G4-FS6
Emisiones	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	Cartera de producto Auditoría	G4-FS7
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3		G4-FS8
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS9
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13
	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad Salud y seguridad del cliente	G4-FS14
Efuentes y residuos	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7	Comunicaciones de marketing	G4-FS15
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR9		G4-FS16
	G4-EN26	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10		
Productos y servicios	G4-EN27		G4-HR11		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-HR12		
Transporte	G4-EN30				
General	G4-EN31				



ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE COLOMBIA						
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad		
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32	Lucha contra la corrupción	G4-SO3	
	G4-EC2		G4-EN33		G4-SO4	
	G4-EC3	Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34		G4-SO5	
	G4-EC4	Prácticas laborales y trabajo digno		Política pública	G4-SO6	
Presencia en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7	
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8	
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9	
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11	
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos		
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4	
Energía	G4-EN3		G4-LA7		G4-LA8	Comunicaciones de mercadotecnia
	G4-EN4	Capacitación y educación	G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9	
	G4-EN5		G4-LA10	Suplemento GRI del sector financiero		
	G4-EN6		G4-LA11	Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
	G4-EN7		G4-LA12	Impacto de productos y servicios Cartera de producto	G4-FS2	
Agua	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA14		G4-FS3	
	Biodiversidad	G4-EN11	Evaluación de las prácticas laborales		G4-LA15	G4-FS4
		G4-EN12			G4-LA16	G4-FS5
	G4-EN13	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales		G4-FS6		
G4-EN14	Derechos Humanos					
Emisiones	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	Cartera de producto Auditoría	G4-FS7	
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3		G4-FS8	
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS9	
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13	
	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad Salud y seguridad del cliente	G4-FS14	
Efluentes y residuos	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS15	
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR9	Comunicaciones de marketing	G4-FS16	
	G4-EN26	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10			
Productos y servicios	G4-EN27		G4-HR11			
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-HR12			
Transporte	G4-EN30					
General	G4-EN31					



ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE CHILE					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad	
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32	Lucha contra la corrupción	G4-S03
	G4-EC2		G4-EN33		G4-S04
	G4-EC3	Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34		G4-S05
	G4-EC4	Prácticas laborales y trabajo digno		Política pública	G4-S06
Presencia en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de competencia desleal	G4-S07
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-S08
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-S09
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos	
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
Energía	G4-EN3		G4-LA7		G4-LA8
	G4-EN4	Capacitación y educación	G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
	G4-EN5		G4-LA10	Suplemento GRI del sector financiero	
	G4-EN6		G4-LA11	Impacto de productos y servicios	G4-FS1
	Agua	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Impacto de productos y servicios Cartera de producto
Biodiversidad	G4-EN11	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	G4-FS3	
	G4-EN12		G4-LA15	G4-FS4	
	G4-EN13	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16	G4-FS5	
	G4-EN14	Derechos Humanos		G4-FS6	
Emisiones	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	Cartera de producto Auditoría	G4-FS7
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3		G4-FS8
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS9
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13
	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad Salud y seguridad del cliente	G4-FS14
Efluentes y residuos	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS15
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR9	Comunicaciones de marketing	G4-FS16
	G4-EN26	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10		
Productos y servicios	G4-EN27		G4-HR11		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-HR12		
Transporte	G4-EN30				
General	G4-EN31				

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE MÉXICO					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad	
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32	Lucha contra la corrupción	G4-SO3
	G4-EC2		G4-EN33		G4-SO4
	G4-EC3	Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34		G4-SO5
	G4-EC4	Prácticas laborales y trabajo digno		Política pública	G4-SO6
Presencia en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4	Mecanismos de reclamación por Impacto social	G4-SO11
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos	
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
Energía	G4-EN3		G4-LA7		G4-PR5
	G4-EN4		G4-LA8	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7
	G4-EN5	Capacitación y educación	G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
	G4-EN6		G4-LA10	Suplemento GRI del sector financiero	
G4-EN7	G4-LA11		Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
Agua	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Impacto de productos y servicios Cartera de producto	G4-FS2
Biodiversidad	G4-EN11	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14		G4-FS3
	G4-EN12		G4-LA15		G4-FS4
	G4-EN13	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16		G4-FS5
	G4-EN14	Derechos Humanos		G4-FS6	
Emisiones	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	Cartera de producto Auditoría	G4-FS7
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3		G4-FS8
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS9
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13
	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad Salud y seguridad del cliente	G4-FS14
Efluentes y residuos	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS15
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR9	Comunicaciones de marketing	G4-FS16
	G4-EN26	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10		
Productos y servicios	G4-EN27			G4-HR11	
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-HR12		
Transporte	G4-EN30				
General	G4-EN31				

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE EE.UU.					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad	
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32	Lucha contra la corrupción	G4-SO3
	G4-EC2		G4-EN33		G4-SO4
	G4-EC3	Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34		G4-SO5
	G4-EC4	Prácticas laborales y trabajo digno		Política pública	G4-SO6
Presencia en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos	
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
Energía	G4-EN3		G4-LA7		G4-LA8
	G4-EN4	Capacitación y educación	G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
	G4-EN5		G4-LA10	Suplemento GRI del sector financiero	
	G4-EN6		G4-LA11	Impacto de productos y servicios	G4-FS1
	Agua	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Impacto de productos y servicios Cartera de producto
Biodiversidad	G4-EN11	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	G4-FS3	
	G4-EN12		G4-LA15	G4-FS4	
	G4-EN13	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16	G4-FS5	
	G4-EN14	Derechos Humanos		G4-FS6	
Emisiones	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	Cartera de producto Auditoría	G4-FS7
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3		G4-FS8
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS9
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13
	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad Salud y seguridad del cliente	G4-FS14
Efuentes y residuos	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS15
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR9	Comunicaciones de marketing	G4-FS16
	G4-EN26	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10		
Productos y servicios	G4-EN27		G4-HR11		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-HR12		
Transporte	G4-EN30				

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE PUERTO RICO					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad	
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32	Lucha contra la corrupción	G4-SO3
	G4-EC2		G4-EN33		G4-SO4
	G4-EC3	Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34		G4-SO5
	G4-EC4	Prácticas laborales y trabajo digno		Política pública	G4-SO6
Presencia en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
			G4-LA4	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección			
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos	
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
Energía	G4-EN3		G4-LA7		G4-PR5
	G4-EN4		G4-LA8	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7
	G4-EN5	Capacitación y educación	G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
	G4-EN6		G4-LA10	Suplemento GRI del sector financiero	
G4-EN7	G4-LA11		Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
Agua	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Impacto de productos y servicios Cartera de producto	G4-FS2
Biodiversidad	G4-EN11	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14		G4-FS3
	G4-EN12		G4-LA15		G4-FS4
	G4-EN13	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16		G4-FS5
	G4-EN14	Derechos Humanos		G4-FS6	
Emisiones	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	Cartera de producto Auditoría	G4-FS7
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3		G4-FS8
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS9
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13
Efuentes y residuos	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad Salud y seguridad del cliente	G4-FS14
	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS15
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR9	Comunicaciones de marketing	G4-FS16
	G4-EN26	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10		
Productos y servicios	G4-EN27		G4-HR11		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-HR12		
Transporte	G4-EN30				
General	G4-EN31				

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE TURQUÍA					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad	
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32	Lucha contra la corrupción	G4-SO3
	G4-EC2		G4-EN33		G4-SO4
	G4-EC3	Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34		G4-SO5
	G4-EC4	Prácticas laborales y trabajo digno		Política pública	G4-SO6
Presencia en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos	
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
Energía	G4-EN3		G4-LA7		G4-PR5
	G4-EN4	G4-LA8	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7	
	G4-EN5	G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9	
	G4-EN6	Capacitación y educación	G4-LA10	Suplemento GRI del sector financiero	
	G4-EN7	G4-LA11	Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
Agua	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12		G4-FS2
Biodiversidad	G4-EN11	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	Impacto de productos y servicios Cartera de producto	G4-FS3
	G4-EN12		G4-LA15		G4-FS4
	G4-EN13	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales	G4-LA16		G4-FS5
	G4-EN14	Derechos Humanos			G4-FS6
Emisiones	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	Cartera de producto Auditoría	G4-FS7
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3		G4-FS8
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS9
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13
	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad Salud y seguridad del cliente	G4-FS14
Efluentes y residuos	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS15
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR9	Comunicaciones de marketing	G4-FS16
	G4-EN26	Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-HR10		
Productos y servicios	G4-EN27		G4-HR11		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	G4-HR12		
Transporte	G4-EN30				
General	G4-EN31				





INFORME ANUAL 2014

Responsabilidad  
Social





INFORME ANUAL  
2014

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