



Informe Integrado 2018





<b>1 Carta del presidente</b> 2	<b>5 Riesgos y oportunidades</b> 68
<b>2 Grupo MAPFRE</b> 5 2.1 Estructura funcional y accionarial 5 2.2 Implantación 10 2.3 Principales magnitudes 14 2.4 Marco regulatorio y entorno 18	<b>6 Creación de valor compartido: SOMOS SOSTENIBLES</b> 72 6.1 Dimensión financiera 74 6.2 Dimensión productiva 82 6.3 Dimensión humana 93 6.4 Dimensión intelectual 111 6.5 Dimensión natural 117 6.6 Dimensión social y relacional 124
<b>3 Modelo de negocio, estrategia y evolución</b> 20 3.1 Modelo de negocio 21 3.2 Estrategia 26 3.3 Perspectivas de futuro 28 3.4 Evolución de los negocios 30 3.4.1 Hechos relevantes 30 3.4.2 Información por unidades de negocio 32	<b>7 Información complementaria</b> 139 7.1 Bases de preparación y presentación del Informe 140 7.2 Materialidad 141 7.3 Índice de contenidos GRI 146 7.4 Notas 167 7.5 Informe de verificación externa 190
<b>4 Gobierno Corporativo</b> 50 4.1 Sistema de Gobierno 51 4.2 Ética y Sostenibilidad 58	



1



# Carta del presidente

[GRI 102-14]

Estimados amigos:

Me dirijo de nuevo a ustedes para presentarles nuestro III Informe Integrado, correspondiente al ejercicio 2018. MAPFRE es una empresa comprometida que entiende que negocio y sostenibilidad tienen que caminar juntos. Por tanto, deben ser comunicados de una manera integrada, como hacemos en esta publicación. En ella ofrecemos, en una lectura única, la visión integral de nuestro negocio, de nuestra estrategia y retos, junto con aquellos elementos más significativos que muestran nuestro compromiso y actuación con el desarrollo sostenible. Además, conforme a la normativa aprobada en los últimos días del pasado año, incorporamos también la información clave no financiera que aporta una visión más completa y transparente del negocio.

2018 ha sido un año relevante para la sociedad. Hemos culminado nuestro Plan Estratégico trienal con un balance positivo, a pesar de los factores adversos encontrados en este periodo, y nuestro Plan de Sostenibilidad, que nos ha permitido avanzar notablemente en este compromiso.

En el Informe se ofrece una amplia información financiera del negocio, donde destaca la fortaleza de MAPFRE ESPAÑA, y la de MAPFRE RE, así como la de muchos otros países en los que operamos. La estrategia de crecimiento rentable sigue produciendo mejoras en resultados en la mayoría de ellos y las iniciativas de optimización han dado frutos también en GLOBAL RISKS y MAPFRE ASISTENCIA.

Así mismo, en el año 2018 se ha hecho efectiva la reestructuración de la alianza estratégica con *Banco do Brasil*, y se ha reordenado la actividad en Estados Unidos.

Aunque el lector tiene a su disposición todas las cifras de la compañía, me gustaría resaltar un año más nuestra sólida posición en todos los mercados:

— Los ingresos se han elevado hasta los 26.590 millones de euros, de los cuales 22.537 corresponden a ingresos por primas. El resultado antes de impuestos ha superado los 1.330 millones de euros y el beneficio neto ha alcanzado los 529 millones de euros.

— El ratio combinado se ha situado en el 97,6%, lo que representa una mejora de 0,5 p.p. respecto al año anterior.

— Los resultados de Solvencia II confirman la fuerte posición de capital y su baja volatilidad. El ratio de Solvencia II se situó en septiembre de 2018 en el 207,9%, con una estructura de capital de alta calidad, ya que el 88% está calificado como TIER1.

Sin duda, MAPFRE es una empresa solvente que crea valor económico y social en los países en los que opera.

El mundo se está transformando hacia un entorno digital y conectado. Las empresas también, sobre todo MAPFRE, que entiende que la innovación es una de las palancas que más velocidad puede aportar a ese proceso. En 2018 hemos puesto en marcha un conjunto de plataformas de transformación e innovación denominada MAPFRE Open Innovation (MOi). Destinaremos a la misma en torno a 100 millones de euros anuales, lo que, junto con la inversión anual de más de 600 millones de euros en tecnología, nos otorga capacidades muy relevantes para asumir estos nuevos desafíos.

Nuestros empleados son imprescindibles en este proceso de transformación y les estamos acompañando y preparando para el cambio. Tenemos mucho talento interno, y lo promovemos con programas de intraemprendimiento, como MAPFRE innova. Casi el 30 por ciento del total han presentado propuestas innovadoras para la compañía.

Contamos con una plantilla motivada, capaz de aportar su experiencia y talento en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio sostenible, en el diseño de productos y servicios y en la mejora de los procesos internos. Por ello, estamos comprometidos con el desarrollo profesional invirtiendo más de 15 millones de euros anuales en formación. Y contamos con un empleo de alta calidad, el 97% de nuestros contratos son fijos y se destinan más de 176 millones de euros cada año a beneficios sociales para el conjunto de los trabajadores.

Nuestra plantilla además es diversa, son más de 35.000 empleados, de 91 nacionalidades, y cinco generaciones —*veteranos, baby boomers, y las generaciones x, y, z*—. Avanzamos en la igualdad, el 59% de las nuevas incorporaciones en 2018 son mujeres. Y también somos una empresa inclusiva que se enriquece contando con más de un 2% de empleados con discapacidad. MAPFRE es una empresa de oportunidades.

Además, tengo que decir, con orgullo, que también somos una compañía solidaria. Más de 7.800 empleados participaron el pasado año en nuestro Programa de Voluntariado, a través de Fundación MAPFRE. En 2018 su dedicación se concretó en más de 1.600 actividades que beneficiaron directamente a más de 111.000 personas.

Estimado lector, otra señal de identidad es el servicio que prestamos a nuestros clientes. Organizamos nuestra actividad pensando en ellos como centro del negocio. Nuestros clientes confían en MAPFRE y renuevan esa confianza por la atención que reciben y por la calidad de nuestro servicio con una propuesta de valor para ellos multicanal. Nuestro creciente negocio digital es plenamente complementario con los más de 86.000 distribuidores, agentes, brokers, bancos... que tenemos en el mundo. Además, contamos con una red de más de 152.000 proveedores y profesionales que trabajan de acuerdo con nuestros principios y valores.

Como Grupo global, pertenecemos al Pacto Mundial de Naciones Unidas, trabajamos en la Agenda de Desarrollo 2030, y formamos parte de la Iniciativa Financiera del programa ambiental – UNEPFI. Somos firmantes de los Principios para la Sostenibilidad del Seguro (PSI), de Paris Pledge for Action y de los Principios de Inversión Responsable (PRI) de Naciones Unidas. Asumimos estos compromisos en la gestión del negocio y en el entorno en el que desarrollamos nuestra actividad.

Tenemos una estrategia de eficiencia energética y de actuación contra los efectos del Cambio Climático. Cuidamos nuestra huella ambiental, desde 2013 hemos reducido en un 51% nuestras emisiones de CO2, el 58% de la energía eléctrica que consumimos es de origen renovable, gestionamos nuestros residuos de forma eficiente y estamos comprometidos con el cuidado de la biodiversidad.

Por todo lo anterior, en 2018 hemos logrado una vez más nuestra pertenencia al índice FTSE4Good, hemos sido incluidos como décima aseguradora mundial en el Dow Jones Sustainability World Index, y por tercer año consecutivo, formamos parte de la A-list de la iniciativa CDP, por nuestra gestión e iniciativas en respuesta al cambio climático.

MAPFRE es una empresa solvente, comprometida con su entorno y con sus grupos de interés en la creación de valor. En un ejercicio complejo, también cumplimos con el compromiso que adquirimos de mantener un dividendo estable. Este ejercicio vamos a retribuir a nuestros accionistas con una cuantía total de 447 millones de euros.

Estoy convencido de que el modelo de negocio de MAPFRE como empresa sostenible y la estrategia enfocada a la transformación para el crecimiento y mejora de la rentabilidad, junto con un alto nivel de solvencia y reducido nivel de deuda, garantizarán un crecimiento saludable en los próximos años.

En nombre propio y del Consejo de Administración, quiero finalizar agradeciendo de nuevo la confianza que todos nuestros grupos de interés depositan en MAPFRE y reiterando nuestro compromiso de seguir trabajando para crear valor y contribuir al desarrollo económico y social, allí donde estamos presentes.



**MAPFRE es una empresa solvente, comprometida con su entorno y con sus grupos de interés en la creación de valor. En un ejercicio complejo, también cumplimos con el compromiso que adquirimos de mantener un dividendo estable**

2

# Grupo MAPFRE

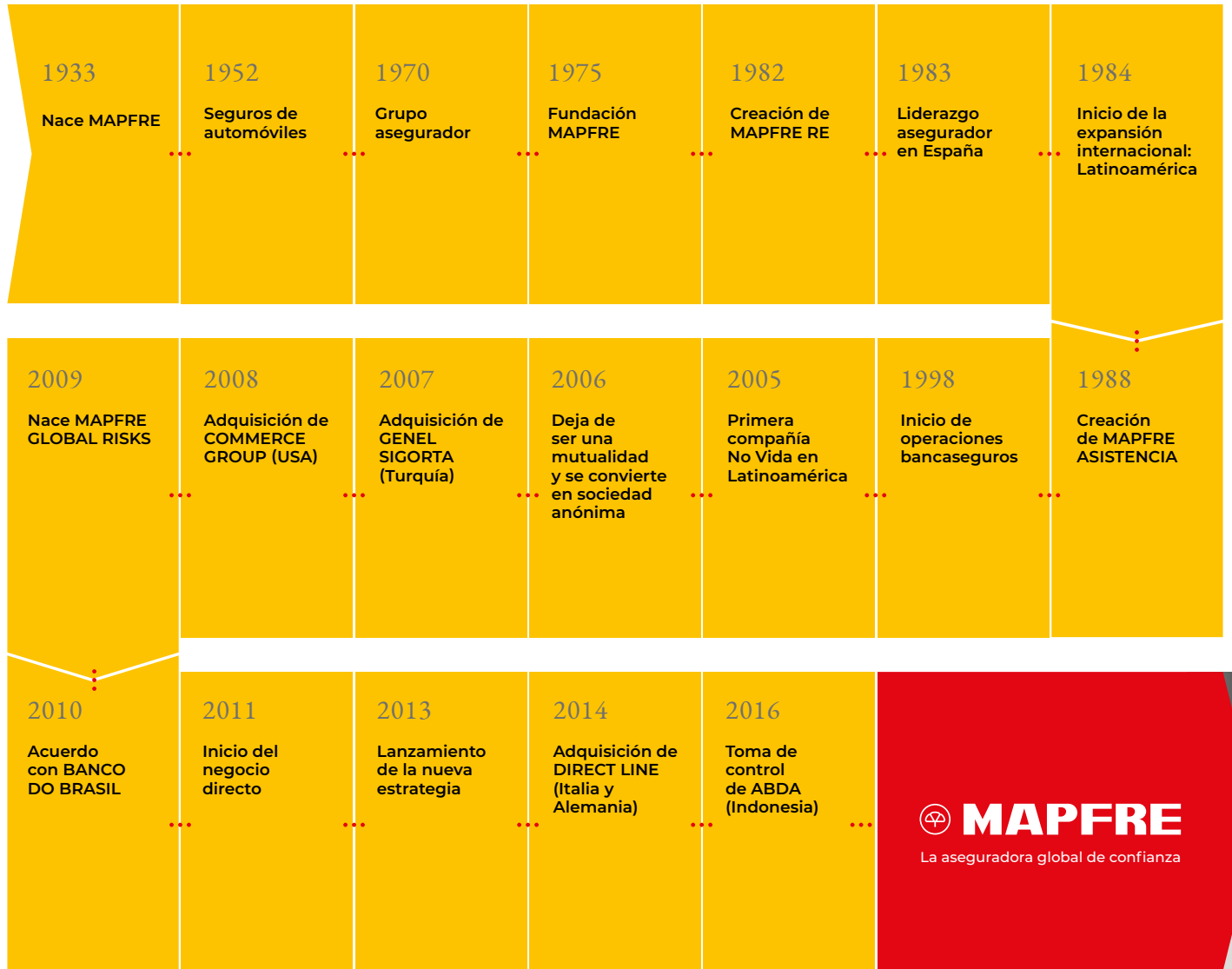
[GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-18]

## 2.1. Estructura funcional y accionarial

MAPFRE S.A. (en adelante «la Sociedad») es una compañía global que desarrolla principalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en 45 países de los cinco continentes.



Su origen proviene de MAPFRE MUTUALIDAD, entidad creada en el año 1933 por la Agrupación de Propietarios de Fincas Rústicas de España para cubrir en régimen mutual los riesgos derivados de sus explotaciones. Desde los años 60 del pasado siglo inició un proceso de expansión empresarial con la creación de sociedades mercantiles filiales, que desde el año 1980 se agruparon en la sociedad holding CORPORACIÓN MAPFRE (actual MAPFRE S.A.) y comenzó su expansión internacional, principalmente en América Latina.





Actualmente, es la mayor aseguradora española en el mundo y el tercer grupo asegurador en Latinoamérica y desarrolla una creciente presencia en otros mercados mundiales como el norteamericano, el europeo y el asiático.

Las actividades empresariales del Grupo se desarrollan a través de la estructura organizativa integrada por cuatro Unidades de Negocio (Seguros; Asistencia, Servicios y Riesgos Especiales; Global Risks; y Reaseguro); tres Áreas Territoriales (IBERIA, LATAM, e INTERNACIONAL); y seis Áreas Regionales (Iberia (España y Portugal), Brasil, LATAM Norte, LATAM Sur, Norteamérica y EURASIA (Europa, Medio Oriente, África y Asia-Pacífico).

La Unidad de Negocio de Seguros se organiza según las Áreas Regionales, que constituyen las unidades geográficas de planificación, soporte y supervisión en la región.

La actividad de las distintas Unidades de Negocio se completa con la de las Áreas Corporativas (Finanzas, Inversiones, Recursos Humanos, Soporte a Negocio, Auditoría Interna, Estrategia y M&A, Secretaría General y Asuntos Legales, y Negocios y Clientes), que tienen competencias globales para todas las empresas de MAPFRE en el mundo en funciones de desarrollo, implementación y seguimiento de las políticas corporativas globales, regionales y locales.

En los últimos años el Grupo ha transformado su estructura de forma notable para adaptarse a los retos estratégicos que requieren su dimensión y presencia global.

MAPFRE cuenta con:

**35.390**  
empleados

**12.526**  
oficinas

presencia en

**45**

países

más de

**86.500**  
mediadores

fondos propios

**7.994**  
millones €

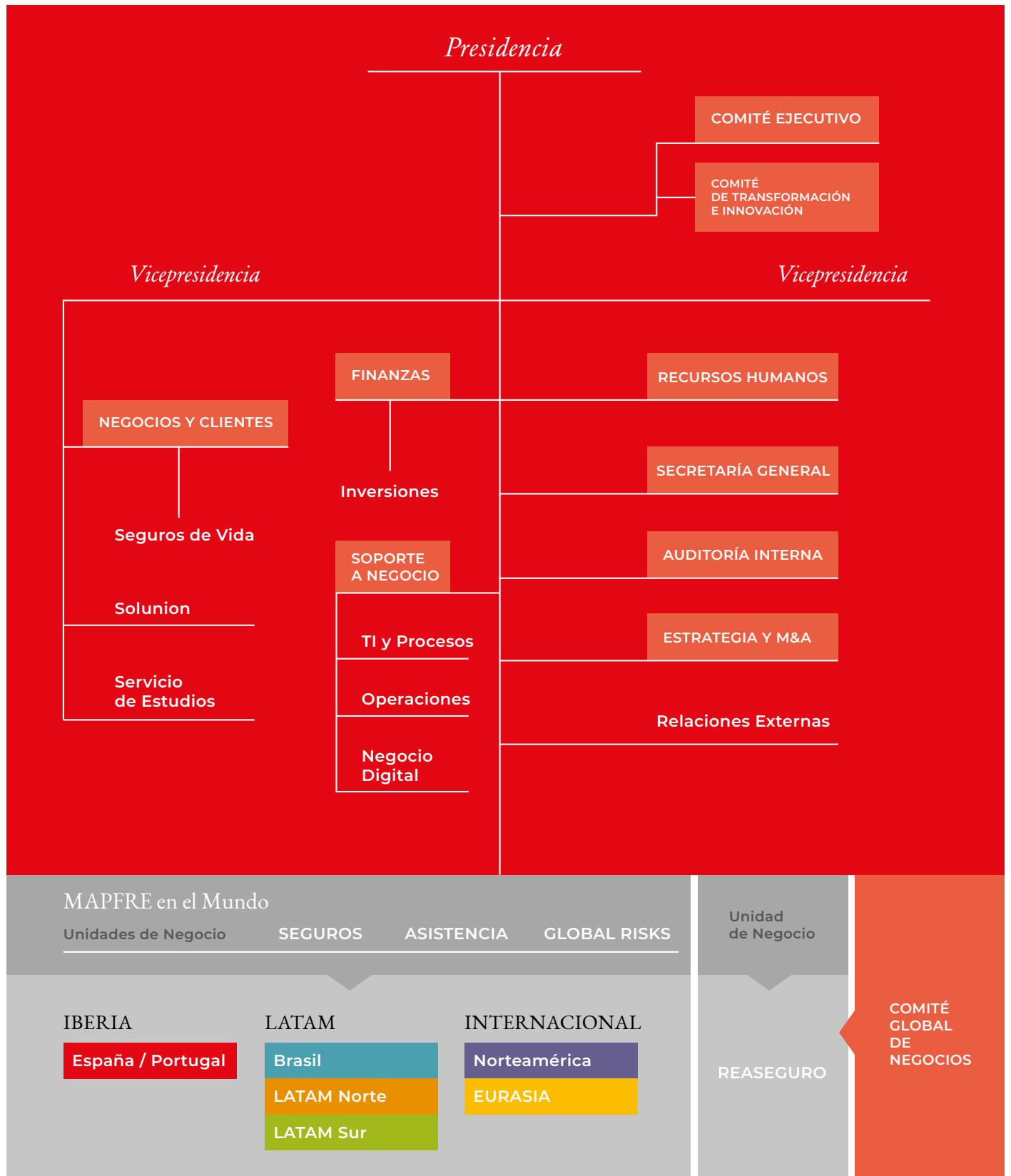
ingresos

**26.590**  
millones €

resultado atribuido

**529**  
millones €

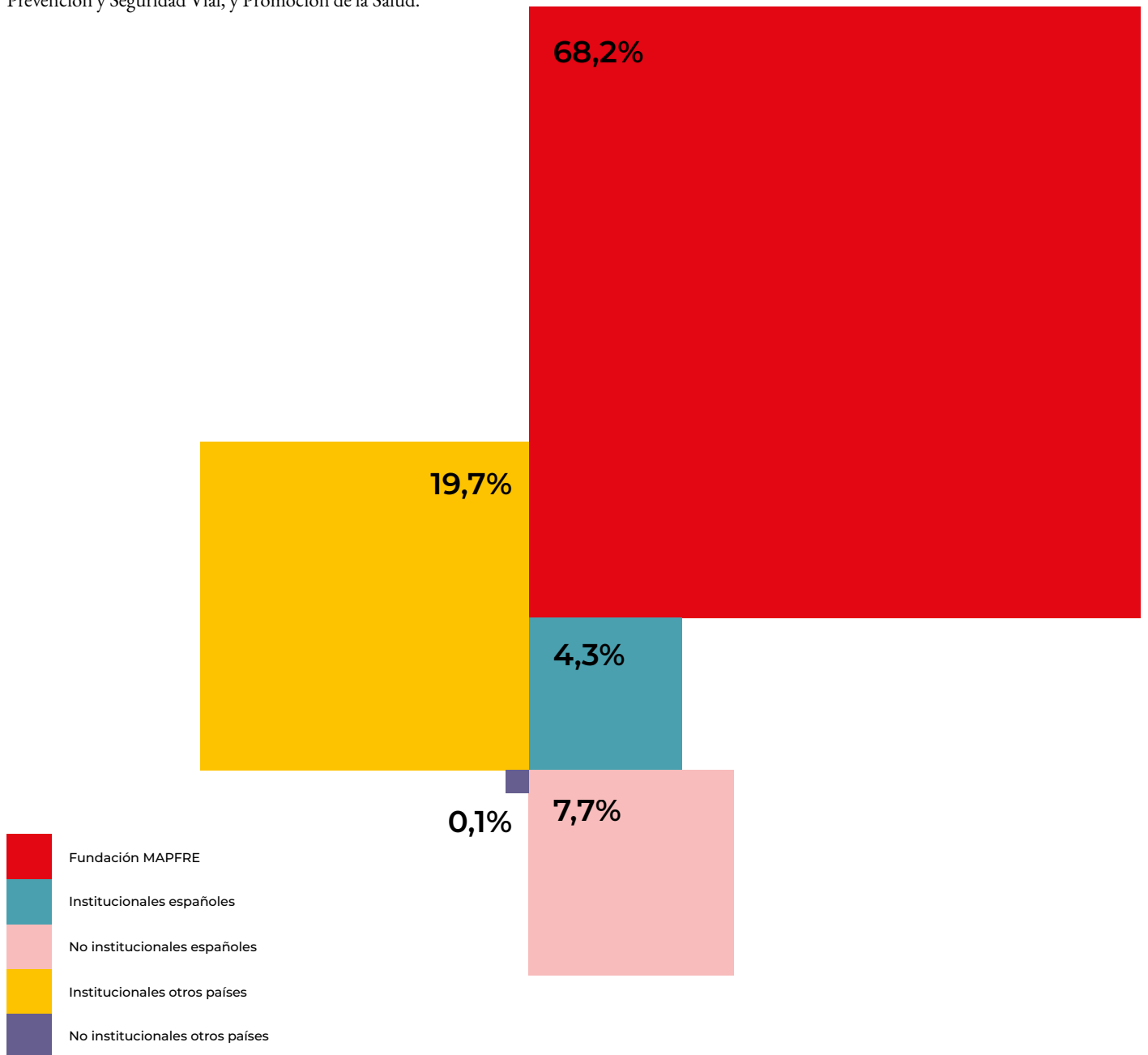
Se acompaña el organigrama del Grupo vigente:



## Composición del accionariado

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, Stoxx Insurance, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good, FTSE4Good IBEX y Dow Jones Sustainability World.

La propiedad de la mayoría de las acciones de MAPFRE S.A. corresponde a Fundación MAPFRE que es titular del 68,2% del capital social, incluida autocartera, lo que garantiza su independencia y estabilidad institucional. Fundación MAPFRE desarrolla actividades de interés general en las áreas de Acción Social, Seguro y Previsión Social, Cultura, Prevención y Seguridad Vial, y Promoción de la Salud.



## 2.2. Implantación

[GRI 102-4, 102-6, 102-7]

MAPFRE opera en un total de 45 países, a través de 224 sociedades, con una red de 12.526 oficinas (7.270 de bancaseguros) y más de 86.500 agentes y mediadores.

La presencia geográfica de MAPFRE a través de sus unidades de negocio es la siguiente:

### IBERIA



### LATAM



### INTERNACIONAL



IBERIA	
ESPAÑA	● ● ○
PORTUGAL	● ● ○

LATAM	
<b>Brasil</b>	
BRASIL	● ● ○
<b>LATAM Sur</b>	
ARGENTINA	● ● ○
CHILE	● ● ○
COLOMBIA	● ● ○
ECUADOR	● ●
PARAGUAY	● ●
PERÚ	● ●
URUGUAY	● ●
VENEZUELA	● ●

INTERNACIONAL	
<b>Norteamérica</b>	
CANADÁ	● ○
EE.UU.	● ● ○
PUERTO RICO	● ●
<b>EURASIA</b>	
ALEMANIA	● ○
ARGELIA	●
AUSTRALIA	●
BAHREIN	●
BÉLGICA	● ○
CHINA	● ○
EMIRATOS A. U.	●
FILIPINAS	● ● ○
FRANCIA	● ● ○
GRECIA	●
HUNGRÍA	●
INDIA	●
INDONESIA	● ●
IRLANDA	●
ITALIA	● ● ● ○
JAPÓN	○
JORDANIA	●
MALASIA	○
MALTA	● ●
REINO UNIDO	● ● ○
SINGAPUR	○
TÚNEZ	●
TURQUÍA	● ●

- Seguro directo
- Asistencia
- Global Risks
- Reaseguro





Presencia en

**45**

países

MAPFRE  
cuenta con

**5.256**

oficinas directas  
y delegadas  
en todo el mundo

El número de empleados del Grupo por país es el siguiente:

<i>País</i>	Nº empleados
ALEMANIA	541
ARGELIA	47
ARGENTINA	1.169
AUSTRALIA	54
BAHREIN	11
BÉLGICA	27
BRASIL	5.974
CANADÁ	17
CHILE	503
CHINA	208
COLOMBIA	1.030
COSTA RICA	67
ECUADOR	330
EL SALVADOR	165
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	9
ESPAÑA	10.918
ESTADOS UNIDOS	2.887
FILIPINAS	332
FRANCIA	140
GRECIA	117
GUATEMALA	225
HONDURAS	215
INDIA	50
INDONESIA	544
IRLANDA	90
ITALIA	885
JORDANIA	47
MALTA	313
MÉXICO	1.854
NICARAGUA	120
PANAMÁ	494
PARAGUAY	185
PERÚ	1.568
PORTUGAL	421
PUERTO RICO	624
REINO UNIDO	514
REPÚBLICA DOMINICANA	408
TÚNEZ	81
TURQUÍA	1.452
URUGUAY	225
VENEZUELA	507
OTROS (Egipto, Hungría, Japón, Rusia y Singapur)	22
<b>TOTAL EMPLEADOS A 31.12.2018</b>	<b>35.390</b>



Las oficinas y mediadores por área geográfica se detallan a continuación:

<i>Oficinas*</i>	2018	2017
<b>TOTAL</b>	<b>12.526</b>	<b>12.860</b>
IBERIA	5.413	5.527
LATAM	6.570	6.840
INTERNACIONAL	543	493

<i>Mediadores</i>	2018	2017
<b>TOTAL</b>	<b>86.564</b>	<b>84.330</b>
IBERIA	17.914	18.014
LATAM	56.682	54.453
INTERNACIONAL	11.968	11.863

# 86.564

mediadores

\* Incluye oficinas directas, delegadas y de bancaseguros

## 2.3. Principales magnitudes

[GRI 102-7, 201-1]

**97,6%**  
Ratio combinado  
No Vida

**207,9%**  
Ratio de solvencia

Más de  
**152.000**  
Proveedores

Cerca de  
**29.000.000**  
de clientes de seguros

Retribución a los accionistas:

**447** millones €



<i>Resultados</i>	Diciembre 2018	Diciembre 2017	Var. % 18/17
<b>Ingresos</b>	<b>26.589,7</b>	27.983,7	(5,0%)
<b>Primas emitidas y aceptadas totales</b>	<b>22.537,1</b>	23.480,7	(4,0%)
No Vida	17.060,9	18.154,5	(6,0%)
Vida	5.476,2	5.326,2	2,8%
<b>Resultado neto atribuido</b>	<b>528,9</b>	700,5	(24,5%)
<b>Beneficio por acción (euros)</b>	<b>0,17</b>	0,23	(24,5%)

Cifras en millones de euros

<i>Balance</i>	Diciembre 2018	Diciembre 2017	Var. % 18/17
<b>Activos totales</b>	<b>67.290,8</b>	67.569,5	(0,4%)
<b>Activos gestionados</b>	<b>58.484,6</b>	60.082,0	(2,7%)
<b>Fondos propios</b>	<b>7.993,8</b>	8.611,3	(7,2%)
<b>Deuda</b>	<b>2.670,3</b>	2.327,4	14,7%
<b>Provisiones técnicas</b>	<b>48.723,6</b>	47.814,1	1,9%

Cifras en millones de euros

<i>Ratios</i>	Diciembre 2018	Diciembre 2017	Var. % 18/17
<b>Ratio de Siniestralidad No Vida</b>	<b>69,8%</b>	70,7%	(0,9 p.p)
<b>Ratio de Gastos No Vida</b>	<b>27,8%</b>	27,5%	0,4 p.p
<b>Ratio Combinado No Vida</b>	<b>97,6%</b>	98,1%	(0,5 p.p)
<b>ROE</b>	<b>6,4%</b>	7,9%	(1,5 p.p)

<i>Empleados al cierre del periodo</i>	Diciembre 2018	Diciembre 2017	Var. % 18/17
<b>Total</b>	<b>35.390</b>	36.271	(4,4%)
España	10.918	10.894	1,8%
Otros países	24.472	25.377	(6,9%)

<i>Acción de MAPFRE</i>	Diciembre 2018	Diciembre 2017	Var. % 18/17
<b>Capitalización bursátil (millones de euros)</b>	<b>7.144,6</b>	8.247,0	(13,4%)
<b>Valor acción (euros)</b>	<b>2,320</b>	2,678	(13,4%)
<b>Variación cotización desde 1 Enero(%)</b>	<b>(13,4%)</b>	(7,7%)	(5,7 p.p)

*Solvencia*

Diciembre 2018

Diciembre 2017

Var. % 18/17

Ratio de solvencia

207,9%

200,2%

7,7 p.p

**+7,7 p.p.**

Variación del ratio de solvencia 17/18



MAPFRE S.A. y sus filiales tienen calificaciones crediticias de las principales agencias. Dichas agencias se han seleccionado en base a su presencia internacional, relevancia para el sector asegurador y los mercados de capitales, así como por su nivel de experiencia.

A continuación, se detallan las principales calificaciones crediticias otorgadas actualmente por las principales agencias de calificación.

<i>Ratings de crédito como emisor de deuda</i>	S&P <sup>1</sup>	Fitch <sup>2</sup>
MAPFRE, S.A.	BBB+ / Perspectiva Positiva	A- / Perspectiva Estable

<i>Ratings de crédito de la emisión</i>	S&P <sup>1</sup>	Fitch <sup>2</sup>
MAPFRE, S.A. deuda senior	BBB+	BBB+
MAPFRE, S.A. deuda subordinada	BBB-	BBB-

<i>Ratings de fortaleza financiera</i>	S&P <sup>1</sup>	Fitch <sup>2</sup>	AM Best <sup>3</sup>	Moody's <sup>4</sup>
MAPFRE RE	A / Perspectiva Positiva	A+ / Perspectiva Estable	A / Perspectiva Estable	-
MAPFRE GLOBAL RISKS	A / Perspectiva Positiva	A+ / Perspectiva Estable	A / Perspectiva Estable	A2 / Perspectiva Estable
MAPFRE ESPAÑA	-	A+ / Perspectiva Estable	A / Perspectiva Estable	-
MAPFRE VIDA	-	A+ / Perspectiva Estable	-	-
MAPFRE ASISTENCIA	-	A+ / Perspectiva Estable	-	A2 / Perspectiva Estable

<i>Ratings de fortaleza financiera</i>	AM BEST <sup>3</sup>
MAPFRE USA Group	A / Perspectiva Estable
MAPFRE PRAICO	A / Perspectiva Estable
MAPFRE MÉXICO	A / Perspectiva Estable

<i>Ratings de fortaleza financiera</i>	Fitch <sup>2</sup>
MAPFRE SIGORTA A.S.	AA (tur) / Perspectiva Estable
MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A.	AA (col) / Perspectiva Estable
MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A.	AA- (col) / Perspectiva Negativa

1. S&P Global Ratings Europe Limited.

2. Fitch Ratings Limited.

3. A.M.Best Europe – Rating Services Ltd.

4. Moody's Investors Service Ltd.

Las entidades anteriormente reflejadas están establecidas en la Unión Europea y registradas de conformidad con el Reglamento (CE) 1060/2009 del parlamento europeo y del consejo, de 16 de septiembre de 2009, sobre agencias de calificación crediticia.

## 2.4. Marco regulatorio y entorno

[GRI 102-15]

### Marco regulatorio

MAPFRE es una sociedad anónima, constituida en España, regulada por el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital, aprobada por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y normativa concordante.

Como entidad dominante de un grupo consolidado que integra entidades aseguradoras MAPFRE debe mantener el margen de solvencia consolidado que se exige en la Ley 20/2015, de 14 de julio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras, en el Real Decreto 1060/2015, de 20 de noviembre, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras, así como las normas contables que regulan la actividad aseguradora.

Desde el 1 de enero de 2016, la Sociedad y sus filiales aseguradoras y reaseguradoras que operan en la Unión Europea están sujetas a la normativa de supervisión y solvencia de la Directiva 2009/138/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2009, sobre el seguro de vida, el acceso a la actividad de seguro y de reaseguro y su ejercicio (Solvencia II) y normativa concordante.

Asimismo, las cuentas anuales consolidadas del Grupo se elaboran de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE).

El 18 de mayo de 2017, el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) publicó la Norma Internacional de Información Financiera sobre Contratos de Seguros (IFRS 17), aplicable para la elaboración de las cuentas anuales consolidadas de 2022 de las compañías aseguradoras cotizadas. No obstante, esta norma no ha sido adoptada aún por la Unión Europea, habiéndose pronunciado en 2018 el Grupo Consultivo Europeo en materia de Información Financiera (EFRAG) sobre cuestiones que merecen consideraciones adicionales.

Por otro lado, las entidades aseguradoras participadas por MAPFRE se encuentran sujetas a la normativa especial que regula esta actividad en los distintos países en los que operan.

### Entorno

La economía mundial creció en 2018 un 3,6%. No obstante, tenderá a desacelerarse al 3,3% en 2019, entrando en una fase de divergencia con algunas economías en desaceleración, mientras que otras mantienen su impulso. Estados Unidos y China mantienen ritmos altos de crecimiento (aunque esta última desacelerando), 2,9% y 6,4% respectivamente, mientras que la Eurozona se prevé que crezca al 2,0% y desacelerándose visiblemente. Los bancos centrales también mostrarán cierta pérdida de sincronía, con Japón y la Eurozona todavía en fase de estímulo, mientras que los Estados Unidos y varios emergentes están en fase restrictiva.

La economía mundial ha alcanzado su máximo cíclico en el primer semestre de 2018 (3,8%) y se adentra seguidamente en una senda de desaceleración.

Las previsiones sobre la evolución de datos macroeconómicos de los principales mercados donde MAPFRE opera son las siguientes:

CONCEPTO	BRASIL		ESPAÑA		ESTADOS UNIDOS		MÉXICO		TURQUÍA		INDONESIA	
	2018 (E)	2019 (P)	2018 (E)	2019 (P)	2018 (E)	2019 (P)	2018 (E)	2019 (P)	2018 (E)	2019 (P)	2018 (E)	2019 (F)
PIB (% a/a, media)	1,2%	2,3%	2,6%	2,3%	2,9%	2,5%	2,0%	2,0%	3,2%	(1,7%)	5,1%	5,2%
Inflación IPC (% a/a, media)	4,1%	4,1%	1,6%	1,3%	1,9%	2,2%	4,8%	4,0%	22,8%	15,3%	3,7%	3,7%
Tasa de paro (% PEA, media)	12,0%	10,4%	14,7%	13,3%	3,7%	3,5%	3,5%	3,7%	11,9%	13,3%	5,3%	4,8%
Tipo de interés oficial	6,5%	8,0%	0,0%	0,0%	2,5%	3,0%	8,3%	8,0%	24,0%	21,0%	6,0%	6,5%
Población (Millones de personas)	210,9	212,4	46,6	46,6	328,1	330,5	130,8	132,3	81,9	83,0	266,8	269,5

Fuente: Servicio de Estudios de MAPFRE. Datos 2018 estimados (E) y 2019 previstos (P).

De momento el crecimiento en la actividad económica favorece el desarrollo del mercado asegurador, y en mayor medida en los mercados emergentes, donde la aún reducida tasa de penetración de los seguros conlleva en general una mayor elasticidad en el crecimiento de las primas ante crecimientos del PIB y a ofrecer importantes potenciales de crecimiento para el futuro. Sin embargo, de forma coyuntural la ralentización de la actividad económica global se trasladará al crecimiento de las primas de seguros mundiales, especialmente en los segmentos de No Vida y Vida riesgo, dada su fuerte vinculación con el comportamiento del ciclo económico. La normalización de las políticas monetarias puede ayudar, sin embargo, al desarrollo del negocio asegurador de Vida ahorro y rentas vitalicias, y a mejorar la rentabilidad financiera de las compañías aseguradoras, una vez se materialice un escenario de mayores tipos de interés.

El mercado asegurador mundial registró en 2017, último dato disponible, un crecimiento estimado del 1,5% en términos reales, alcanzando el valor de 4,9 billones de dólares de primas de seguro directo.

Los ratios sectoriales del segmento de No Vida en los principales mercados donde MAPFRE opera han presentado la siguiente evolución:

**El mercado asegurador mundial registró en 2017, último dato disponible, un crecimiento estimado del 1,5% en términos reales, alcanzando el valor de 4,9 billones de dólares de primas de seguro directo**

<i>País</i>	RATIO COMBINADO (Mercado)			Fecha	<i>País</i>	ROE (Mercado 2017)
	Ratio de Siniestralidad	Ratio de Gastos	TOTAL			
Brasil	41,8%	48,7%	90,5%	sep. 18	Brasil	17,6%
España	71,1%	21,8%	92,9%	sep. 18	España	12,0%
Estados Unidos	75,9%	27,3%	103,2%	dic. 17	Estados Unidos	11,2%
México	71,8%	29,1%	100,9%	jun. 18	México	23,4%
Turquía	78,0%	27,1%	105,1%	sep. 18	Turquía	18,7%
Indonesia	57,4%	n.d.	n.d.	dic. 17	Indonesia	5,0%





3

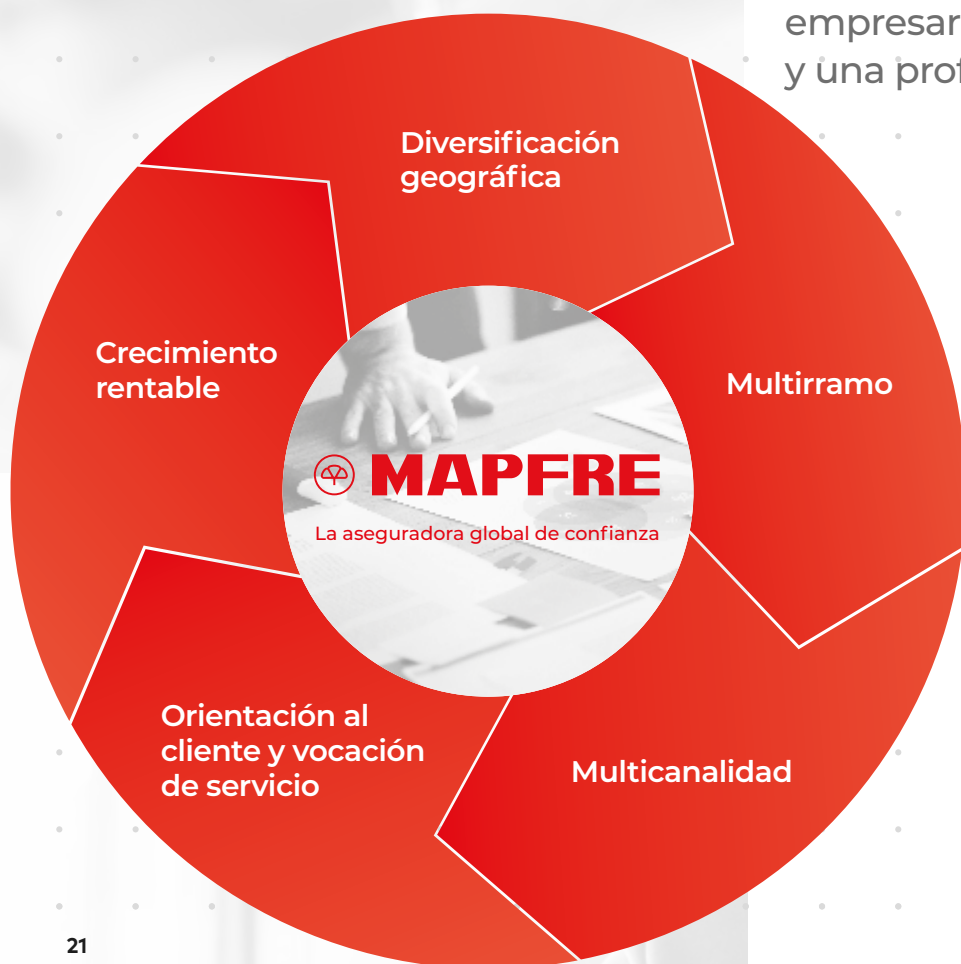


# Modelo de negocio, estrategia y evolución

[GRI 102-2, 102-6, 102-14]

## 3.1. Modelo de negocio

La Visión de MAPFRE es ser LA ASEGURADORA GLOBAL DE CONFIANZA, un concepto que se refiere tanto a la presencia geográfica como al amplio rango de productos aseguradores, reaseguradores y de servicios que desarrolla en todo el mundo. Aspira a liderar los mercados en los que opera, a través de un modelo de gestión propio y diferenciado, basado en la transformación e innovación para lograr un crecimiento rentable, con una clara y decidida orientación al cliente, tanto particular como empresarial, con enfoque multicanal y una profunda vocación de servicio.



La irrupción de nuevos modelos de negocio de seguros —*insurtech*— basados en herramientas digitales, está provocando una verdadera revolución en el sector, frente a la que MAPFRE está actuando con agilidad para ofrecer a todos sus *stakeholders* experiencias de valor. En el modelo de negocio que se ha planteado en MAPFRE no estamos solamente enfocados a dar resultados económicos sino también en el ámbito social.

Para ello, MAPFRE:

— Apuesta decididamente por el crecimiento, tanto en volumen de negocio como en desarrollo geográfico, obteniendo una rentabilidad adecuada y suficiente en sus negocios.

— Integra una gestión global con una amplia capacidad de ejecución local, garantizando el adecuado equilibrio entre la actuación corporativa y el desarrollo empresarial en cada país.

— Desarrolla su gestión con eficiencia y mejora permanente de la productividad, reduciendo costes estructurales de manera continuada para mejorar la competitividad.

— Pone a disposición de toda la organización los recursos existentes, aprovechando así las sinergias que se obtienen al compartir el talento, los procesos y las herramientas.

— Gestiona profesionalmente los riesgos asumidos, garantizando un crecimiento y resultados sostenibles.

— Promueve la especialización en la gestión como vía permanente de optimización de los resultados y de mejora de la calidad de servicio.

— Orienta su desarrollo diversificando su cartera de negocios aseguradores, reaseguradores y de servicios, como método para fortalecer el crecimiento y minimizar los riesgos.

[GRI 102-16]

La Misión es ser un equipo multinacional que trabaja para avanzar constantemente en el servicio y desarrollar la mejor relación con los clientes, distribuidores, proveedores, accionistas y la sociedad en general.

Es un compromiso de mejora constante llevado a cabo sobre los siguientes Valores que ayuda a desarrollar la Misión y alcanzar la Visión:

### Solvencia:

fortaleza financiera con resultados sostenibles en el tiempo y capacidad plena para cumplir con todas sus obligaciones con sus grupos de interés.

### Integridad:

actuación ética como eje del comportamiento de todas las personas (directivos, empleados, agentes y colaboradores), con un enfoque socialmente responsable en todas las actividades y compromisos a largo plazo.

### Vocación de servicio:

búsqueda permanente de la excelencia en el desarrollo de sus actividades e iniciativa continúa orientada al cuidado de la relación con el cliente.

### Innovación para el liderazgo:

la diferenciación como aspecto clave para crecer y mejorar constantemente, con la tecnología al servicio de los negocios y sus objetivos.

### Equipo comprometido:

implicación plena de los empleados, directivos, agentes y resto de colaboradores con el proyecto MAPFRE y desarrollo constante de las capacidades y habilidades del equipo.



Los recursos con los que cuenta MAPFRE para crear valor a lo largo del tiempo son sus principales activos y se corresponden con las siguientes dimensiones:

## 1. Dimensión Financiera:

*Recursos económicos para el desarrollo del negocio, generados a través de operaciones o inversiones u obtenidos mediante financiación.*

## 2. Dimensión Productiva:

*Activos o bienes y servicios utilizados para realizar las actividades.*

## 3. Dimensión Humana:

*Competencias, conocimientos, capacidades y experiencia de las personas de la organización.*

## 4. Dimensión Intelectual:

*Activos intangibles basados en conocimientos que favorecen tanto la propiedad intelectual como el conocimiento de sistemas, procedimientos y protocolos.*

## 5. Dimensión Natural:

*Gestión adecuada de los recursos naturales y contribución a la lucha contra el cambio climático y preservación de la biodiversidad.*

## 6. Dimensión Social y Relacional:

*Relaciones de confianza generadas con los grupos de interés, contribución al desarrollo y bienestar de la comunidad, y otros activos intangibles relacionados con la marca y reputación.*



MAPFRE ofrece un completo programa de aseguramiento a personas, adaptado a los diferentes países, con una extensa oferta aseguradora para Vida, Salud, Accidentes, Protección del patrimonio (seguros de hogar, seguros de automóviles, seguros de responsabilidad civil familiar, etc.), Ahorro e inversión, Jubilación, Decesos, Viajes y Ocio.

Ayuda a profesionales, emprendedores, autónomos y pequeñas empresas a desarrollar sus proyectos ofreciendo un amplio portafolio de productos y servicios que les permiten concentrarse en su actividad profesional (con soluciones dirigidas a vehículos, responsabilidad civil y patrimonio, agricultura y ganadería, comercios...), y asegurando también sus riesgos personales (accidentes, salud, vida, jubilación, ahorro e inversión).

También, ofrece soluciones específicas tanto para empresas pequeñas y medianas, como para grandes corporaciones, con una oferta de productos y servicios adaptados a la actividad de cada organización, tanto en un ámbito local, nacional, como a nivel global, ajustadas al modelo de gestión de cada cliente con oferta de productos para Vehículos, Responsabilidad Civil y Patrimonio, Ingeniería y Construcción, Cascos y Aviación, Transporte de Mercancías, Industrias Agropecuarias, Caucción y Crédito, Seguros Colectivos de Salud, Accidentes, y Vida y Jubilación entre otros.

Además, MAPFRE cuenta con una oferta reaseguradora que complementa su actividad aseguradora.

MAPFRE apuesta de forma decidida por mantener en los países en los que opera sus redes propias, que son compatibles con el resto de canales de distribución. La orientación al cliente, la oferta global de productos, y la adaptación a las particularidades jurídicas y comerciales de cada uno de los mercados en que está presente son algunas de las claves del modelo.

Las redes propias de MAPFRE se complementan con la capacidad de distribución que aportan los acuerdos con diferentes entidades, en especial los de bancaseguros, y otros con otras entidades financieras, concesionarios de automóviles, centros comerciales, empresas de servicios. etc.

MAPFRE persigue desarrollar la mejor relación con los grupos de interés entre los que se encuentran los empleados, clientes, distribuidores, proveedores, accionistas y la sociedad en general. Para más información consultar el capítulo Dimensión Social y Relacional.

**MAPFRE ayuda a profesionales, emprendedores, autónomos y pequeñas empresas a desarrollar sus proyectos ofreciendo un amplio portafolio de productos y servicios que les permiten concentrarse en su actividad profesional**

**MAPFRE apuesta de forma decidida por mantener en los países en los que opera sus redes propias, que son compatibles con el resto de canales de distribución**

**MAPFRE persigue desarrollar la mejor relación con los grupos de interés entre los que se encuentran los empleados, clientes, distribuidores, proveedores, accionistas y la sociedad en general**

## 3.2. Estrategia

MAPFRE cuenta con un modelo de planificación y gestión de la estrategia estructurado, alineado y participativo, que permite la actualización constante del plan estratégico tanto a nivel corporativo como en cada una de las regiones, países y unidades de negocio.

En 2018 se cierra el ejercicio del plan estratégico 2016–2018, en el que MAPFRE se marcó unos objetivos muy claros y un portafolio de iniciativas que nos llevarían a **Crecer de Forma Rentable**.

El balance al cierre de este plan es positivo, han sido tres años de intenso trabajo en los que se ha avanzado en la transformación y digitalización de los negocios en los que operamos. Los principales logros en cada uno de los pilares estratégicos que conforman el plan son:

# 2

# 1

### Orientación al cliente

Para el Grupo es importante conocer y entender las necesidades de los clientes, sus comportamientos y sus aspiraciones de forma que permita retenerlos o captarlos del mercado. Durante los tres años del plan estratégico se han llevado a cabo numerosos proyectos en los diferentes países en los que operamos, los cuales han potenciado la relación con los clientes y brindado nuevas oportunidades de crecimiento. Algunos de los logros son:

- Desarrollo de las iniciativas de Modelo de Relación con Clientes y Grandes Ciudades, buscando mejorar la experiencia del cliente y aumentar la cuota de mercado en grandes ciudades.
- Análisis del modelo de negocio de 19 países determinando oportunidades que permiten potenciar el *mix* de productos, canales y clientes.
- Creación de una Dirección de Negocio Global de Vida y definición de la hoja de ruta para el desarrollo de este negocio.
- Mejora en la gestión de activos gracias al fortalecimiento de MAPFRE INVERSIÓN.
- Nuevos acuerdos globales, con fabricantes de vehículos, concesionarios, retail, compañías de comercio electrónico entre otros.
- Creación del nuevo Modelo de Innovación (MOi) para potenciar la innovación estratégica (intraemprendimiento) y disruptiva con el lanzamiento de *insur\_space* MAPFRE.

### Transformación digital

Es imprescindible para MAPFRE mantener los esfuerzos para continuar en el proceso de adaptación a la nueva Era Digital.

Entre los logros obtenidos se encuentran:

- Ejecución del Plan de Negocio Digital, gracias al cual nos encontramos muy cerca de los 1.500 millones de euros en primas de negocio digital.
- Se han desarrollado más de 200 proyectos que nos permiten adelantarnos a los cambios de la era digital y ofrecer un mejor servicio a clientes, proveedores y empleados.
- Desarrollo de la iniciativa SAM 3.0 (Seguro de Automóvil MAPFRE) que está permitiendo preparar a la Compañía para afrontar las nuevas circunstancias de mercado en el entorno del automóvil.
- Desarrollo del modelo de negocio Salud Digital.

# 3

## Excelencia en la gestión técnica y operativa

Nuestra actividad requiere trabajar constantemente en la búsqueda de la excelencia operativa adaptándonos a los nuevos requerimientos del cliente, del mercado y la regulación. Las principales acciones desarrolladas en este pilar son:

- Implantación del modelo de contact-center.
- Construcción de la aplicación de autoservicio para el cliente.
- Implantación del modelo global de proveedores.
- Desarrollo de nuevos modelos predictivos y analíticos.
- Soluciones de marketing digital y tarificadores.
- Despliegue de modelos operativos de emisión, siniestros y fraude.

# 4

## Cultura y talento

Para una ejecución exitosa del Plan Estratégico, es trascendental apoyarse en las personas y en la cultura de MAPFRE. Algunos de los logros son:

- Implantación de la iniciativa Gestión del Talento, identificación de perfiles y desarrollo del talento.
- La iniciativa de Homologación de Plantillas nos ha ayudado a lograr mayor homogeneidad en los distintos niveles de la organización.
- En ejecución se encuentra la iniciativa Reto Digital enfocada en el cambio del entorno de trabajo, trabajo colaborativo, gestión del conocimiento, cultura digital y nuevas formas de retribución.
- Avances sustanciales en términos de igualdad de oportunidades y diversidad e inclusión laboral.
- Definición y puesta en marcha del Plan de Sostenibilidad.



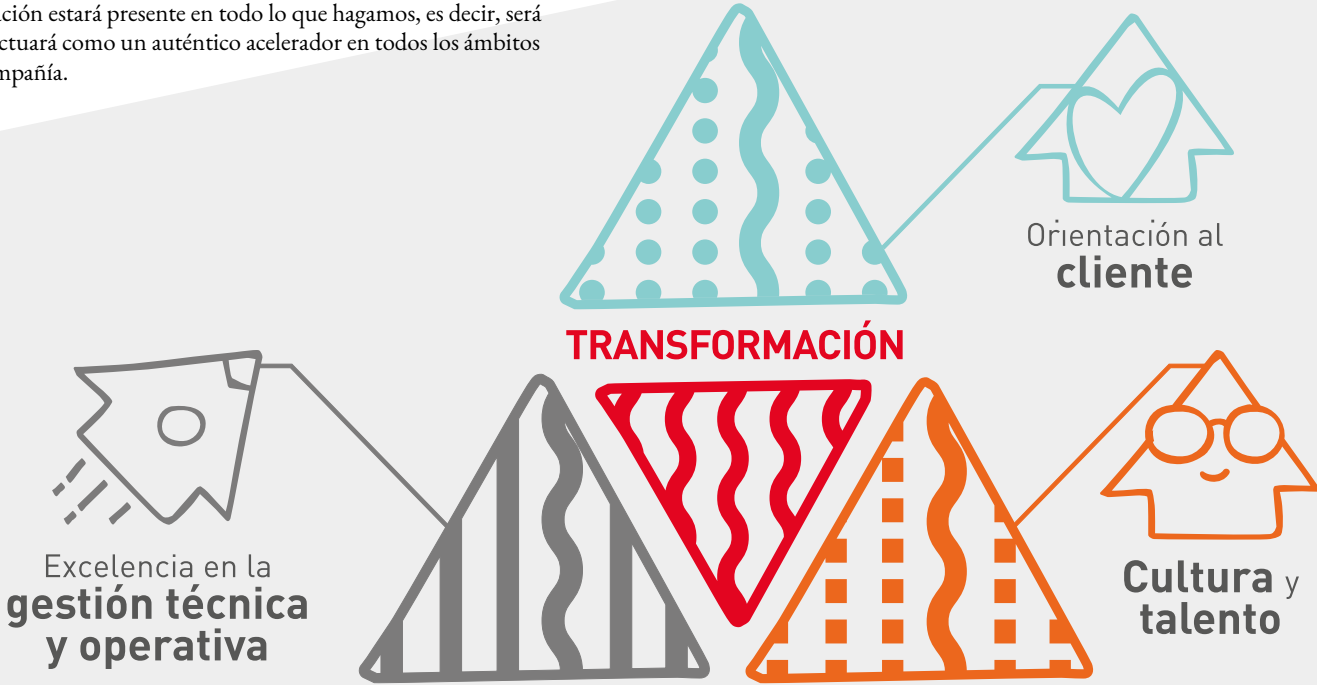
# 3.3. Perspectivas de futuro

[GRI 102-15]

En 2018, MAPFRE ha realizado un ejercicio de reflexión para revisar su direccionamiento estratégico, partiendo de la necesidad de consolidar y rentabilizar más los negocios, así como capturar nuevas oportunidades para responder a la velocidad de transformación del entorno, con el objetivo de mantener la competitividad en el sector.

En esta línea se ha reforzado el Plan Estratégico para el periodo 2019–2021 bajo el lema **TRANSFORMÁNDONOS PARA CRECER Y MEJORAR LA RENTABILIDAD**, apoyados en los pilares estratégicos de Orientación al cliente, Excelencia en la gestión técnica y operativa y en la Cultura y talento.

La transformación estará presente en todo lo que hagamos, es decir, será transversal y actuará como un auténtico acelerador en todos los ámbitos de nuestra compañía.



Los principales objetivos financieros y de los tres pilares del plan estratégico para el trienio 2019-2021 son los siguientes:

## 1. Crecimiento rentable

### OBJETIVOS:

- Crear valor sostenible para el accionista.
- Crecer de manera sostenible por encima del mercado.
- Potenciar de forma rentable el negocio de Vida.

## 2. Orientación al cliente

En los próximos tres años continuaremos acercándonos a nuestros clientes, entendiendo las nuevas formas de consumo, para ofrecer nuevas propuestas de valor y nuevas experiencias.

### OBJETIVOS:

- Captar y renovar la confianza de nuestros clientes.
- Incrementar la productividad de los canales de distribución.
- Innovar en productos, servicios y capacidades.

## 3. Excelencia en la gestión técnica y operativa

### OBJETIVOS:

- Gestionar rigurosamente los riesgos en los diferentes niveles de la organización.
- Lograr una operativa eficiente y de alta calidad en la prestación de los servicios.
- Reducir gastos para ser más competitivos.
- Disponer de una tecnología global, abierta, flexible y con analítica integrada.

## 4. Cultura y talento

### OBJETIVOS:

- Potenciar el compromiso de las personas con los valores de MAPFRE.
- Desarrollar personas con capacidades técnicas, globales y transformacionales.
- Posicionar a MAPFRE como referente en sostenibilidad, innovación y confianza.





## 3.4. Evolución de los negocios

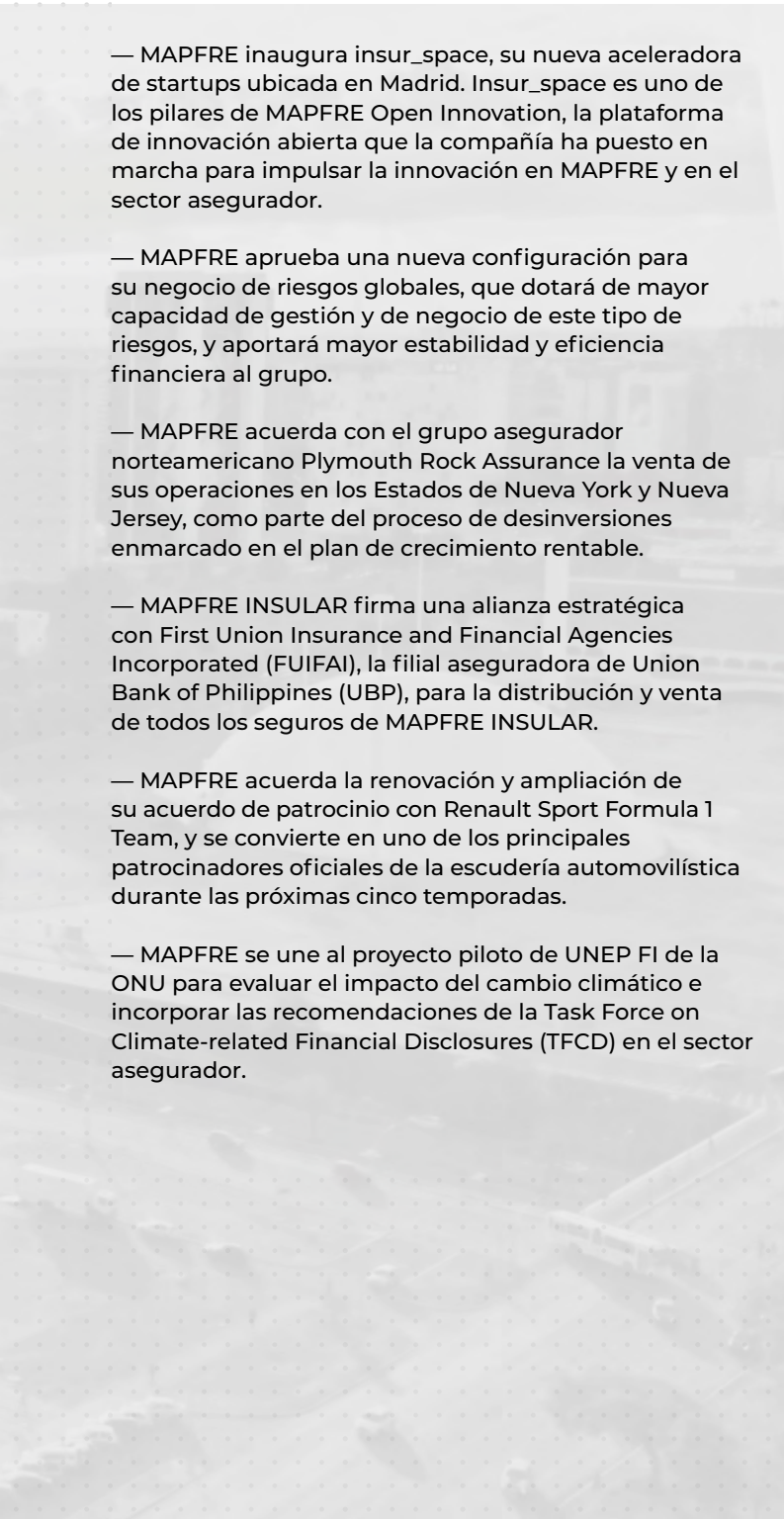
[GRI 102-2, 102-6]

### 3.4.1. Hechos relevantes

[GRI 102-10]

Entre los hechos corporativos relevantes del ejercicio 2018 caben destacar los siguientes:

- MAPFRE renueva la alianza estratégica con Banco do Brasil, que dio lugar a BB MAPFRE, en mayo de 2010. MAPFRE pasa a ser titular del 100% del negocio No Vida de BB MAPFRE, que incluye el desarrollado a través del canal agencial y a través del canal bancario en los seguros de automóviles y de grandes riesgos, y del negocio de Vida relativo a los productos que se distribuyen a través del canal agencial.
- MAPFRE VIDA anuncia la adquisición a Bankia del 51% del capital social de Caja Granada Vida y Caja Murcia Vida y Pensiones.
- MAPFRE firma un acuerdo de intenciones con Santa Lucía para el desarrollo conjunto de sus respectivos negocios de servicios funerarios en España.
- MAPFRE emite títulos de deuda subordinada a 30 años, con opción de amortización a los 10 años, por importe de 500 millones de euros, con un tipo de interés fijo establecido en el 4,125% durante los 10 primeros años.
- MAPFRE lanza Capital Responsable, un fondo de inversión gestionado por MAPFRE AM que invierte en acciones y títulos de renta fija de compañías europeas en base a sus criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).
- MAPFRE transforma su línea de crédito sindicado de 1.000 millones de euros (con vencimiento en diciembre de 2021) en un préstamo sostenible y se convierte en la primera aseguradora del mundo que realiza una operación de este tipo para necesidades generales corporativas.
- MAPFRE participa como inversor principal, con 25 millones de euros, en el fondo de capital riesgo Alma Mundi Insurtech Fund, FCRE.
- MAPFRE firma un principio de acuerdo de coinversión inmobiliaria, con GLL, en mercados europeos para invertir hasta 300 millones de euros en oficinas y diversificar la cartera de activos financieros.



— MAPFRE inaugura *insur\_space*, su nueva aceleradora de startups ubicada en Madrid. *Insur\_space* es uno de los pilares de MAPFRE Open Innovation, la plataforma de innovación abierta que la compañía ha puesto en marcha para impulsar la innovación en MAPFRE y en el sector asegurador.

— MAPFRE aprueba una nueva configuración para su negocio de riesgos globales, que dotará de mayor capacidad de gestión y de negocio de este tipo de riesgos, y aportará mayor estabilidad y eficiencia financiera al grupo.

— MAPFRE acuerda con el grupo asegurador norteamericano Plymouth Rock Assurance la venta de sus operaciones en los Estados de Nueva York y Nueva Jersey, como parte del proceso de desinversiones enmarcado en el plan de crecimiento rentable.

— MAPFRE INSULAR firma una alianza estratégica con First Union Insurance and Financial Agencies Incorporated (FUIFAI), la filial aseguradora de Union Bank of Philippines (UBP), para la distribución y venta de todos los seguros de MAPFRE INSULAR.

— MAPFRE acuerda la renovación y ampliación de su acuerdo de patrocinio con Renault Sport Formula 1 Team, y se convierte en uno de los principales patrocinadores oficiales de la escudería automovilística durante las próximas cinco temporadas.

— MAPFRE se une al proyecto piloto de UNEP FI de la ONU para evaluar el impacto del cambio climático e incorporar las recomendaciones de la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) en el sector asegurador.

Otros hechos económicos relevantes del ejercicio son:

— El Grupo ha actualizado a fin del ejercicio 2018 el entorno macroeconómico y otros factores de riesgo que pudieran afectar en el futuro al negocio asegurador y, en consecuencia, a las proyecciones de resultados de las áreas de negocio del Grupo. Esta actualización de proyecciones ha supuesto un deterioro parcial, de carácter extraordinario, de los fondos de comercio de las operaciones de seguro directo en Estados Unidos, Italia e Indonesia por un importe de 173,5 millones de euros. Este deterioro parcial de fondos de comercio no tiene efecto alguno en la tesorería generada por el Grupo en 2018, ni afecta a su fortaleza financiera, ni a los modelos de capital que soportan los ratings actuales y el elevado nivel de solvencia del Grupo y sus filiales, manteniendo, por tanto, su importante capacidad generadora de dividendos.

— En el ejercicio 2018, MAPFRE RE se ha visto afectada por varios eventos catastróficos entre los que destacan los tifones acaecidos en Japón que han tenido un impacto neto atribuido de 87,3 millones de euros y las tormentas en Estados Unidos con un impacto neto atribuido de 9,3 millones de euros.

### 3.4.2. Información por Unidades de Negocio<sup>1</sup>

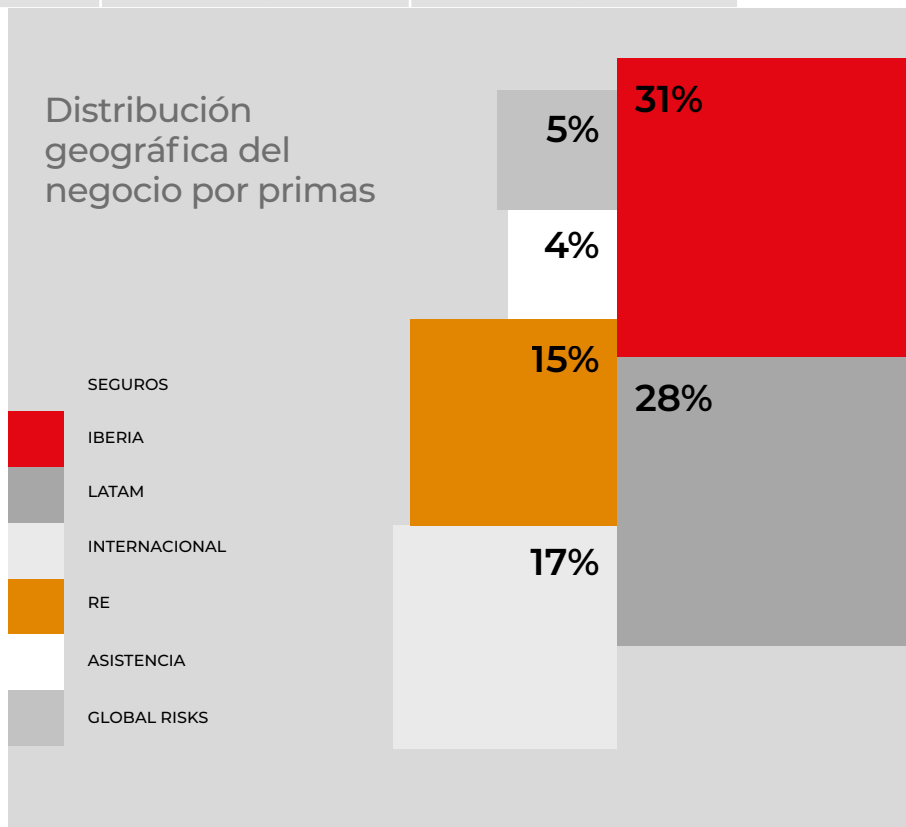
[GRI FS6]

Se desglosan a continuación las primas, el resultado atribuible y el ratio combinado de No Vida por unidades de negocio:

#### Principales magnitudes

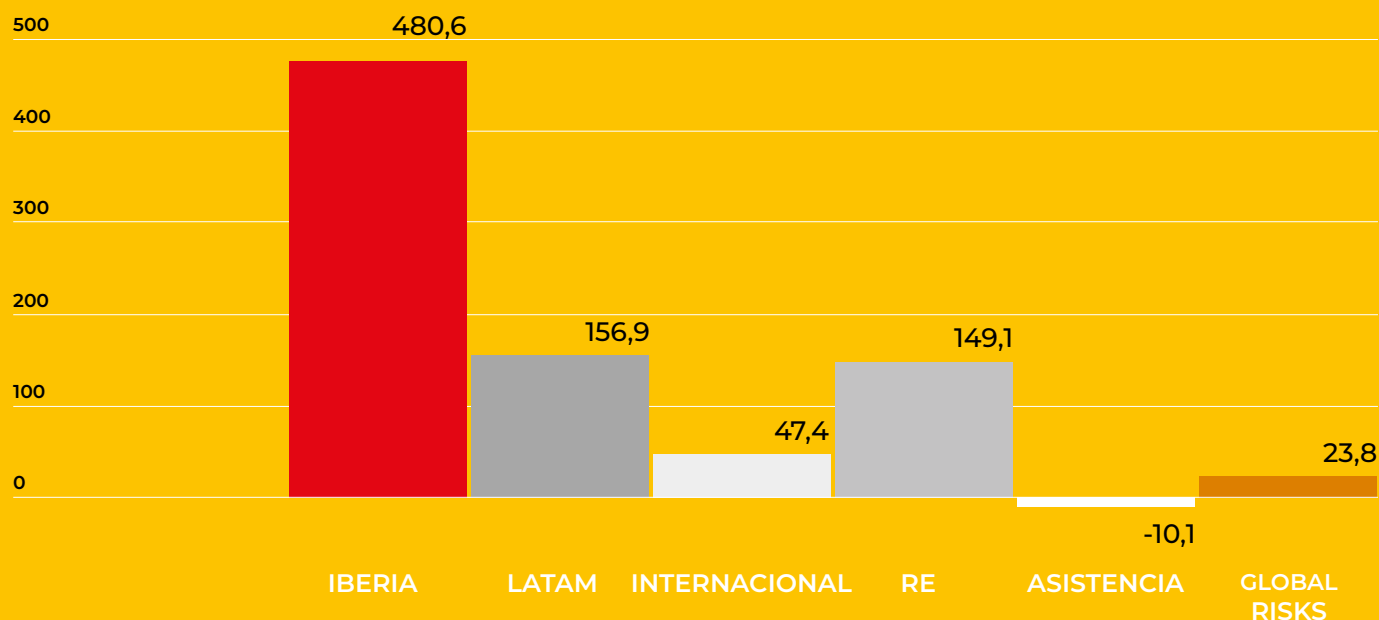
	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE		RATIO COMBINADO	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Diciembre 2017
Iberia	7.657,9	10,0%	480,6	(6,0%)	93,8%	93,7%
LATAM	6.887,3	(14,1%)	156,9	(31,6%)	98,2%	96,6%
Internacional	4.191,0	(4,7%)	47,4	(46,1%)	103,5%	103,6%
<b>TOTAL SEGUROS</b>	<b>18.736,2</b>	<b>(3,3%)</b>	<b>684,9</b>	<b>(17,4%)</b>	<b>97,8%</b>	<b>97,4%</b>
RE	3.787,1	(10,3%)	149,1	(8,3%)	96,1%	94,8%
ASISTENCIA	911,0	(7,4%)	(10,1)	85,2%	103,5%	103,7%
GLOBAL RISKS	1.173,9	(6,6%)	23,8	135,9%	91,9%	135,4%
Holding, eliminaciones y otras	(2.071,2)	12,2%	(318,9)	(104,0%)	--	--
<b>MAPFRE, S.A.</b>	<b>22.537,1</b>	<b>(4,0%)</b>	<b>528,9</b>	<b>(24,5%)</b>	<b>97,6%</b>	<b>98,1%</b>

Cifras en millones de euros



1. La información contenida en este capítulo se puede completar con las Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados, disponibles en la página web corporativa.

## Resultado Atribuible por Unidad de Negocio



Cifras en millones de euros

Las variaciones más destacables son las siguientes:

1. Las primas muestran decrecimiento en todas las unidades de negocio a excepción del área de IBERIA que, aunque muestra una emisión muy positiva de forma recurrente, destaca excepcionalmente debido a la emisión de una póliza de colectivos de vida en el tercer trimestre de 2018. El decrecimiento del resto de las unidades viene motivado principalmente por la fuerte depreciación de las principales monedas de los países donde MAPFRE mantiene operaciones en el negocio internacional.

2. El área de IBERIA mantiene un resultado técnico y un ratio combinado de No Vida muy bueno situándose al cierre del ejercicio en el 93,8%. Eliminando los resultados no recurrentes, el resultado atribuido estaría creciendo el 4,9%.

3. El área de LATAM presenta una caída en su beneficio por menores resultados del canal bancario de Brasil debido a una subida en los gastos de adquisición en el negocio de Vida Riesgo y a un aumento de la siniestralidad en Autos en el canal agencial. Por otro lado, el entorno de bajos tipos de interés en Brasil y en otros países de la región genera unos menores ingresos financieros. Además, Colombia empeora sus resultados debido a las mayores provisiones técnicas que ha sido necesario constituir en los negocios de Vida Ahorro y de Accidentes de Trabajo.

Durante el ejercicio, se ha producido la venta de un inmueble de MAPFRE en Chile, que ha supuesto una plusvalía neta atribuida de 25 millones de euros.

4. El área de INTERNACIONAL está afectada por el impacto de varias tormentas en la costa Este de los Estados Unidos que produce un aumento en el ratio combinado en las líneas de negocio de Autos y Seguros Generales y por la salida del negocio en varios estados, lo cual ha tenido un impacto negativo neto en el resultado por importe de 18,9 millones de euros; a esto se une el efecto en Turquía del impacto derivado del cambio regulatorio en el seguro de Responsabilidad Civil de Automóviles que ha producido una caída en el resultado debido a la intervención de las tarifas en este ramo.

5. Las unidades de negocio de GLOBAL RISKS y ASISTENCIA muestran una evolución favorable, la primera por la ausencia de siniestros relevantes de elevada intensidad y la segunda por un mejor comportamiento de la siniestralidad debido a las medidas técnicas adoptadas en el pasado ejercicio.

6. En el holding y eliminaciones se incluye a diciembre de 2018 la dotación extraordinaria de 173,5 millones de euros por el deterioro parcial de fondos de comercio.

## UNIDAD DE SEGUROS

### 3.4.2.1. IBERIA

IBERIA comprende las actividades de MAPFRE ESPAÑA y su filial en Portugal y las actividades del negocio de Vida gestionadas por MAPFRE VIDA y sus filiales bancoseguradoras.

Representa un 31 % de las primas totales del grupo.

#### Información por países

	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE		RATIO COMBINADO	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Diciembre 2017
IBERIA	7.657,9	10,0%	480,6	(6,0%)	93,8%	93,7%
España	7.524,0	10,3%	466,7	(9,4%)	93,7%	93,4%
Portugal	133,9	(4,0%)	13,9	--	96,5%	112,1%

Cifras en millones de euros

España es el principal mercado de MAPFRE por su aportación al negocio.

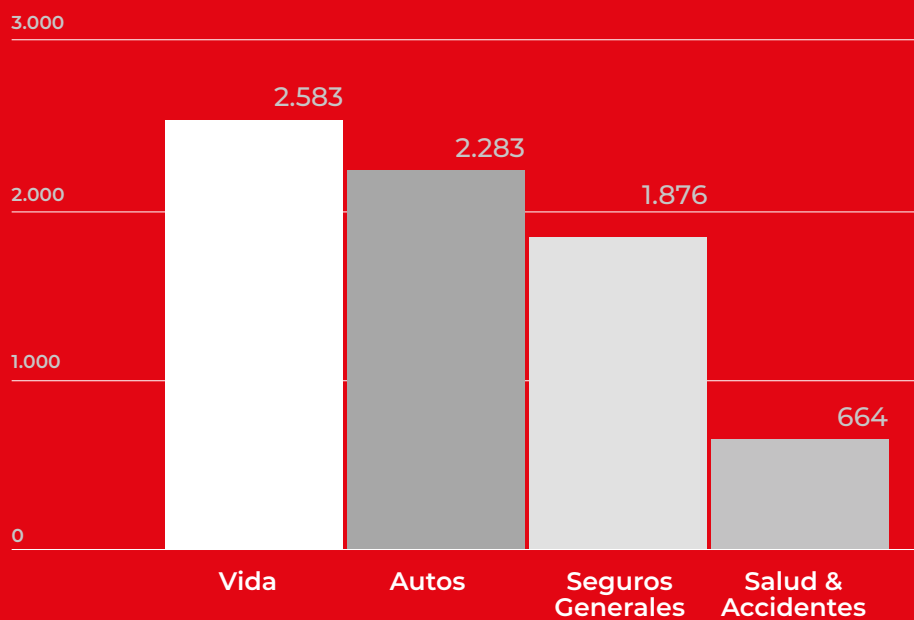
MAPFRE ESPAÑA sigue liderando en 2018 el *ranking* de los seguros No Vida y se mantiene como compañía de referencia del seguro español.

#### Primas en los principales ramos

Primas en Vida

# 2.583

millones de euros



Cifras en millones de euros



Plantilla  
y red de  
distribución



9.538\*

empleados

(\* No incluye áreas corporativas)



5.413

oficinas



más de

17.900

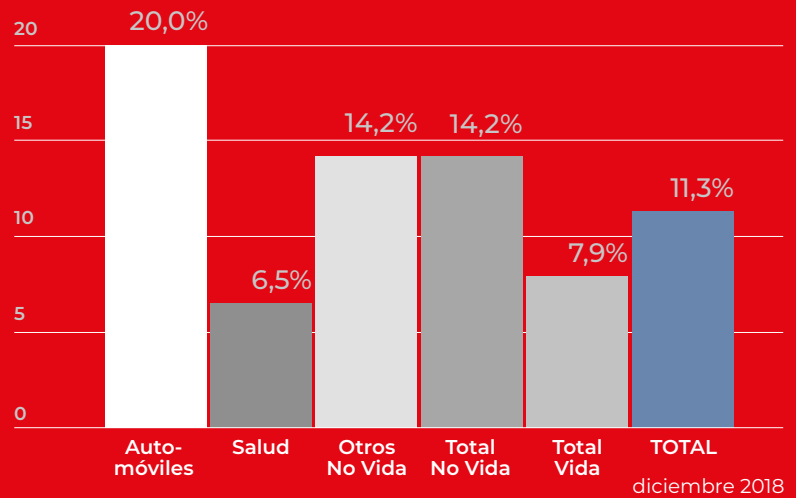
mediadores

MAPFRE cuenta con el respaldo y fortaleza de su red comercial, la red de distribución de seguros más grande de España, y con la primera red de prestadores de servicio del país.



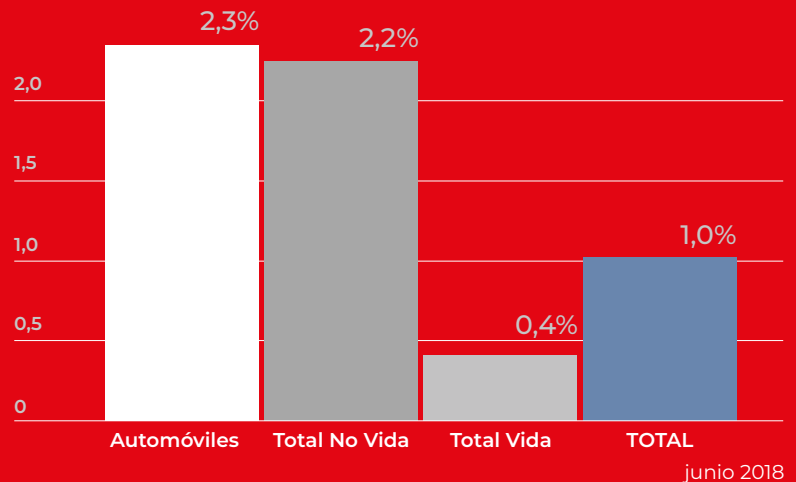
### Cuotas de mercado

#### CUOTAS DE MERCADO ESPAÑA



\* Cuotas de mercado estimadas con base a datos provisionales publicados por ICEA donde sólo se consideran las primas emitidas de seguro directo. Se incluyen las primas de MAPFRE GLOBAL RISKS.

#### CUOTAS DE MERCADO PORTUGAL



Fuente: Associação Portuguesa de Seguradores

MAPFRE ESPAÑA es líder en seguros de No Vida en España y MAPFRE es el Grupo líder en Automóviles, con una cuota de mercado del 20%. Adicionalmente, crece en todos los ramos, especialmente en los seguros de salud y vida.

A continuación, figuran las cuotas de mercado globales en el mercado de seguro directo en España:

### Seguro directo - Ranking por grupos 2018

Nº	Grupo	Cuota de mercado* (%)
1	VIDACAIXA	12,78
2	MAPFRE	11,34
3	GRUPO MUTUA MADRILEÑA	8,20
4	ALLIANZ	5,61
5	ZURICH	5,54
6	GRUPO CATALANA OCCIDENTE	4,44
7	GRUPO AXA	4,04
8	SANTALUCIA	4,02
9	GENERALI	3,75
10	SANTANDER SEGUROS	3,07
11	BBVA SEGUROS	2,59
	Resto entidades	34,62
	<b>TOTAL SECTOR</b>	<b>100,0</b>

\* Cuotas de mercado estimadas con base en datos provisionales publicados por ICEA donde sólo se consideran las primas emitidas de seguro directo. Se incluyen las primas de MAPFRE GLOBAL RISKS.



### 3.4.2.2. LATAM

LATAM engloba las áreas regionales de BRASIL, LATAM Norte y LATAM Sur.

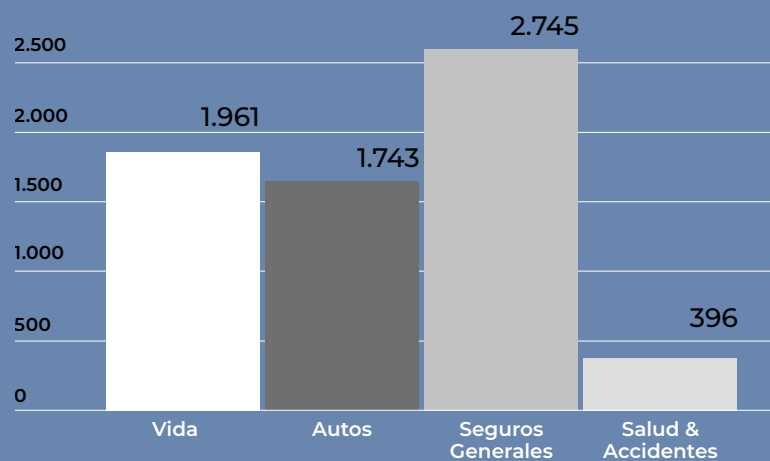
Representa un 28 % de las primas totales del Grupo.

#### Información por regiones

	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE		RATIO COMBINADO	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Diciembre 2017
Brasil	3.972,2	(12,6%)	54,1	(56,8%)	98,5%	96,1%
LATAM Norte	1.309,3	(26,1%)	43,7	29,3%	98,1%	98,0%
LATAM Sur	1.605,7	(5,5%)	59,1	(15,8%)	97,3%	96,9%

Cifras en millones de euros

#### Primas de los principales ramos



Cifras en millones de euros

Plantilla y Red de Distribución



12.873\*

empleados



6.570

oficinas



más de

56.500

mediadores

LATAM

(\*) No incluye áreas corporativas

## Cuotas de mercado

A continuación, figuran las cuotas de mercado globales en el mercado de seguro No Vida en América Latina:

### Seguros No Vida. Ranking por grupos

Nº	Grupo	Primas (millones USD)	Cuota de mercado* (%)
1	MAPFRE	6.730	7,8
2	PORTO SEGURO	3.621	4,2
3	SURAMERICANA	3.261	3,8
4	ZURICH	3.116	3,6
5	TRIPLE-S	2.809	3,3
6	INNOVACARE	2.348	2,7
7	CHUBB	2.195	2,5
8	BRADESCO	2.097	2,4
9	ALLIANZ	2.078	2,4
10	MCS	1.991	2,3
	Subtotal	30.245	35,1
	TOTAL SECTOR	86.222	100

Fuente: Servicio de Estudios de MAPFRE (con datos de los organismos de supervisión de la región)

## BRASIL

Esta área regional incluye las actividades aseguradoras en Brasil.

Brasil representa el 16% de las primas totales del Grupo y es el segundo mayor mercado para MAPFRE por su contribución al negocio.

### Evolución de los principales ramos

	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17
Vida	1.355,7	(12,6%)	50,3	(8,0%)
Autos	1.013,5	(15,9%)	(56,0)	--
Seguros Generales	1.599,7	(10,5%)	45,5	(42,1%)

Cifras en millones de euros

## Cuotas de mercado

MAPFRE ocupa la segunda posición en el ranking 2017 de grupos No Vida en Brasil, con una cuota de mercado a noviembre de 2018 del 13,4%.

## Otra información

Durante el ejercicio 2018, MAPFRE y Banco do Brasil acordaron la actualización de su alianza estratégica en el negocio de seguros. Como consecuencia de lo anterior, MAPFRE ha pasado a ser titular del 100% (anteriormente, el 50%) de la totalidad del negocio (Vida y no Vida) generado por el canal agencial, y de los negocios de autos y de grandes riegos que se distribuirán a través del canal bancario. Asimismo, mantiene su actual participación (25%) en BB MAPFRE, que incorpora a su negocio los seguros de hogar del canal bancario. Dicho acuerdo permite a MAPFRE:

- Aumentar significativamente la participación accionarial en el negocio de Brasil.
- Incrementar la aportación del beneficio del negocio local.
- Simplificar la ejecución de su estrategia en Brasil.
- Potenciar la marca MAPFRE en Brasil y consolidarse como la 2ª compañía de No Vida del país.
- Mantener la exclusividad del canal Banco do Brasil.

## LATAM NORTE

Incluye las operaciones de México y la subregión de América Central, que incluye Panamá, República Dominicana, Honduras, Guatemala, Costa Rica, El Salvador y Nicaragua.

Representa un 5% del volumen total de primas del Grupo.

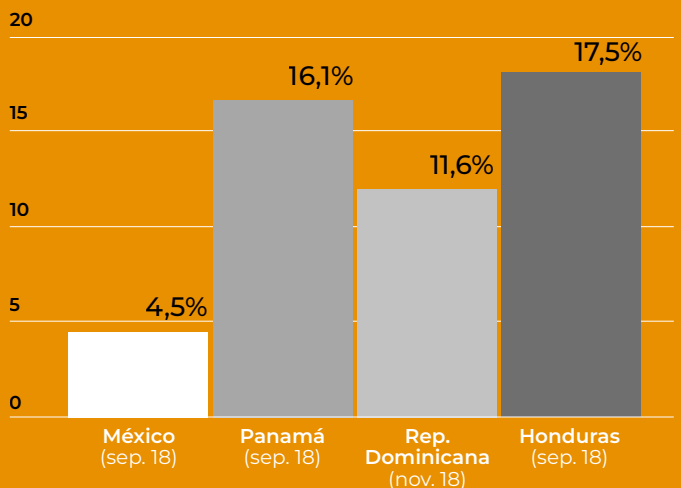
## Evolución de los países relevantes

	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17
México	719,2	(39,2%)	18,0	232,6%
Panamá	204,0	(6,3%)	4,2	(57,7%)
Rep. Dominicana	131,1	4,6%	9,3	2,9%
Honduras	77,3	6,1%	5,7	12,8%

*Cifras en millones de euros*

## Cuotas de mercado

### CUOTAS DE MERCADO NO VIDA



Fuente: Servicio de Estudios de MAPFRE con datos del organismo de supervisión de cada país

### RANKING NO VIDA 2017

México	4
Panamá	3
República Dominicana	4
Honduras	2



## LATAM SUR

Esta área regional engloba las actividades en Perú, Colombia, Argentina, Chile, Uruguay, Paraguay y Ecuador.

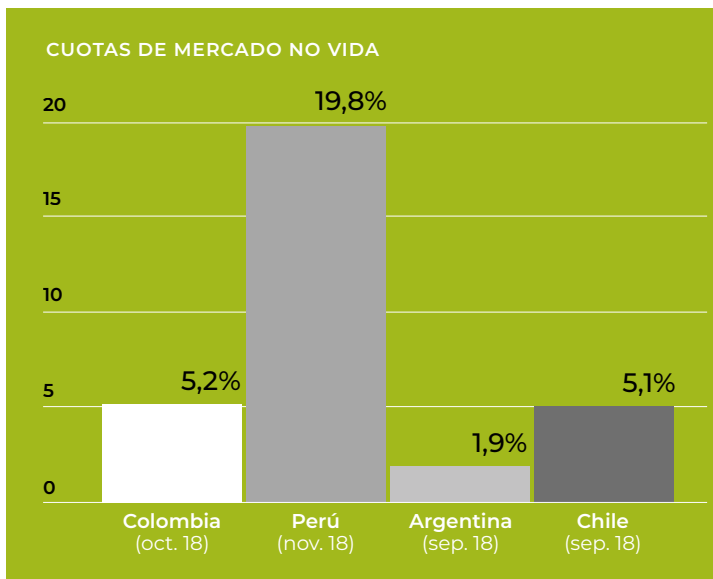
Aporta el 6,5% del volumen total de primas de MAPFRE.

### Evolución países relevantes

	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17
Colombia	391,2	(0,7%)	(9,8)	(174,1%)
Perú	491,5	4,7%	31,4	(9,9%)
Argentina	200,1	(31,5%)	0,5	(95,3%)
Chile	289,4	(5,7%)	32,1	--

Cifras en millones de euros

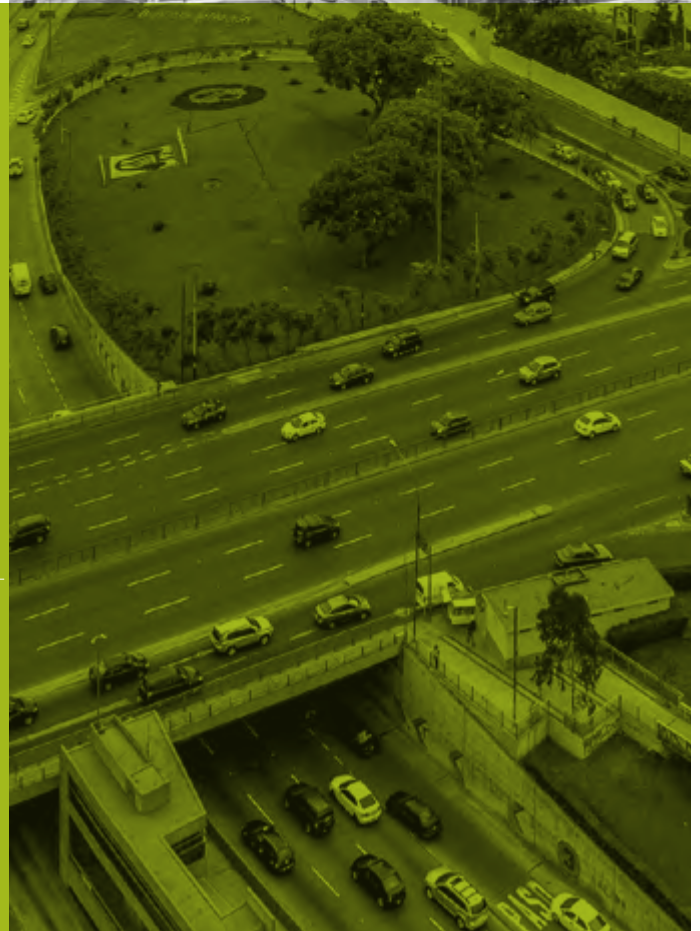
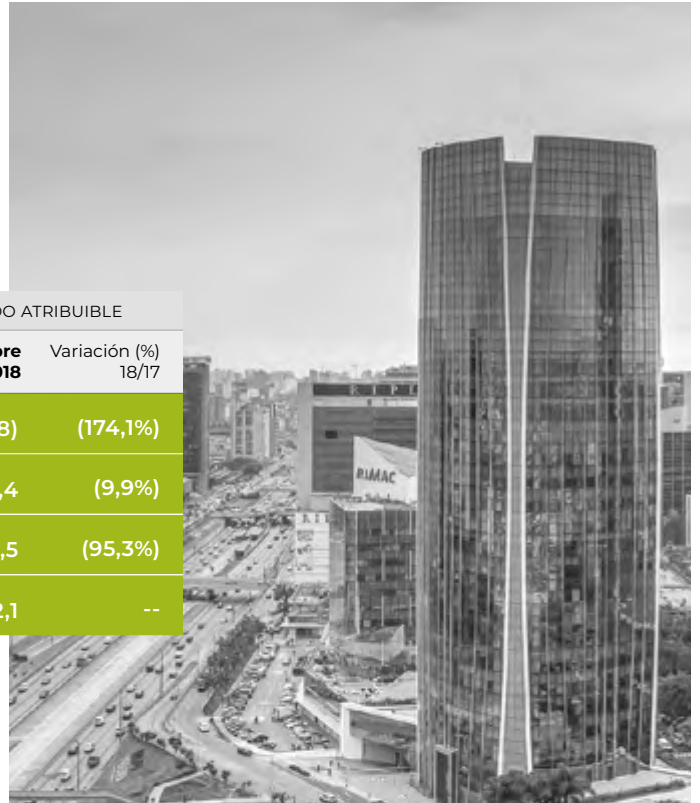
### Cuotas de mercado



Fuente: Servicio de Estudios de MAPFRE con datos del organismo de supervisión de cada país

### RANKING NO VIDA 2017

Colombia	7
Perú	3
Argentina	17
Chile	7





### 3.4.2.3. INTERNACIONAL

INTERNACIONAL engloba las áreas regionales de NORTEAMÉRICA y EURASIA.

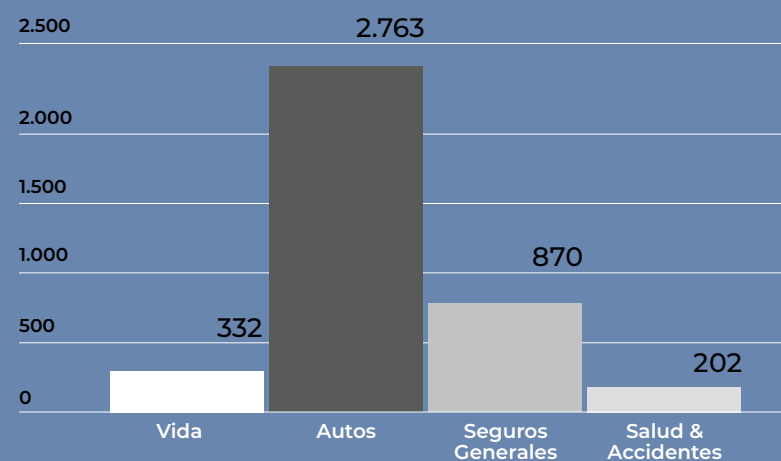
Representa un 17% de las primas totales del Grupo.

#### Información por regiones

	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE		RATIO COMBINADO	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Diciembre 2017
Norteamérica	2.425,3	(4,1%)	35,0	(28,1%)	102,1%	104,9%
EURASIA	1.765,8	(5,6%)	12,5	(68,3%)	106,7%	100,9%

Cifras en millones de euros

#### Primas de los principales ramos



Cifras en millones de euros

# 17%

de las primas totales del Grupo

Plantilla y red de distribución



# 6.485\*

empleados



# 543

oficinas



más de

# 11.900

mediadores

INTERNACIONAL

(\*) No incluye áreas corporativas

## NORTEAMÉRICA

Esta área regional tiene su sede en Webster, Massachusetts (EE.UU.) y engloba las operaciones en NORTEAMÉRICA (Estados Unidos y Puerto Rico).

Norteamérica supone el 10% de las primas totales del Grupo.

### Evolución de los países relevantes

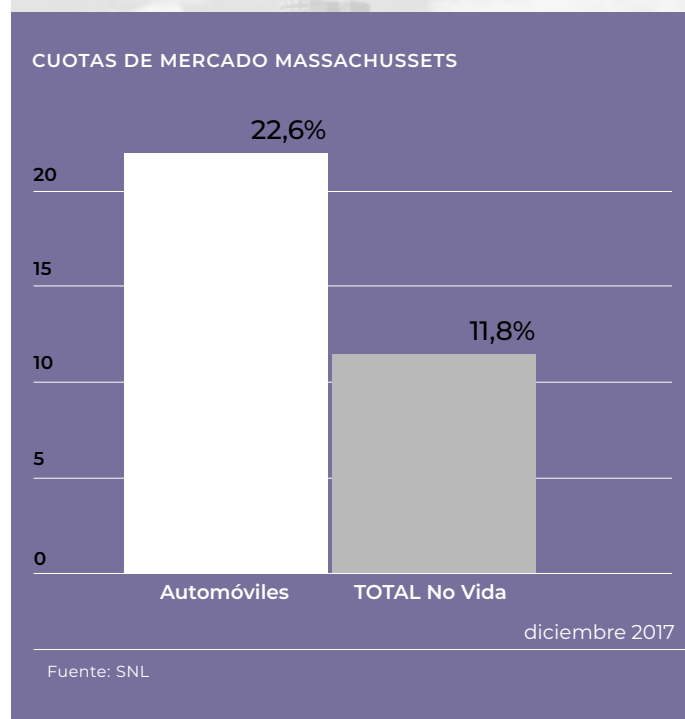
	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17
Estados Unidos	2.038,3	(7,4%)	8,2	(87,5%)
Puerto Rico	386,9	18,4%	26,8	--

*Cifras en millones de euros*

El principal mercado regional es Estados Unidos, con presencia en 14 estados del país, con una posición relevante en la costa nordeste, en especial en Massachusetts, donde MAPFRE es la principal aseguradora de automóviles, hogar y líneas comerciales.

### Cuotas de mercado

En el estado de Massachusetts, en los Estados Unidos, las cuotas de mercado son las siguientes:



En Puerto Rico MAPFRE ocupa la primera posición del ranking de Grupos Propiedad y Contingencia de 2018 y su cuota de mercado a junio de 2018 ascendía al 19%.

### Puerto Rico. Ranking de Grupos Propiedad y Contingencia. Junio 2018

Nº	Grupo	Primas (millones USD)	Cuota de mercado (%)
1	MAPFRE	205.653	19
2	Universal Group	183.873	17
3	Cooperativa de Seguros	126.513	12
4	Triple-S Propiedad	66.355	6
5	Chubb	60.704	6
6	Multinational Insurance	56.264	5
7	American International Group	55.702	5
8	Real Legacy Assurance	45.961	4
9	Asociación de Suscripción	32.533	3
10	INTEGRAND Assurance	31.534	3
<b>TOTAL MERCADO</b>		<b>1.088.436</b>	<b>100</b>

Cifras en miles USD

Fuente: SNL

### Otra información

Durante el ejercicio 2018, MAPFRE ha reordenado su actividad en los Estados Unidos, con la venta de su operación de Vida y la salida de cinco estados en los que operaba principalmente en el ramo de Automóviles, por no tener en ellos un negocio con tamaño suficiente como para hacerlos rentables.

## EURASIA

Esta área regional incluye Italia, Alemania, Turquía, Malta, Indonesia y Filipinas.

Aporta el 7% del total de las primas del Grupo.

### Evolución de los países relevantes

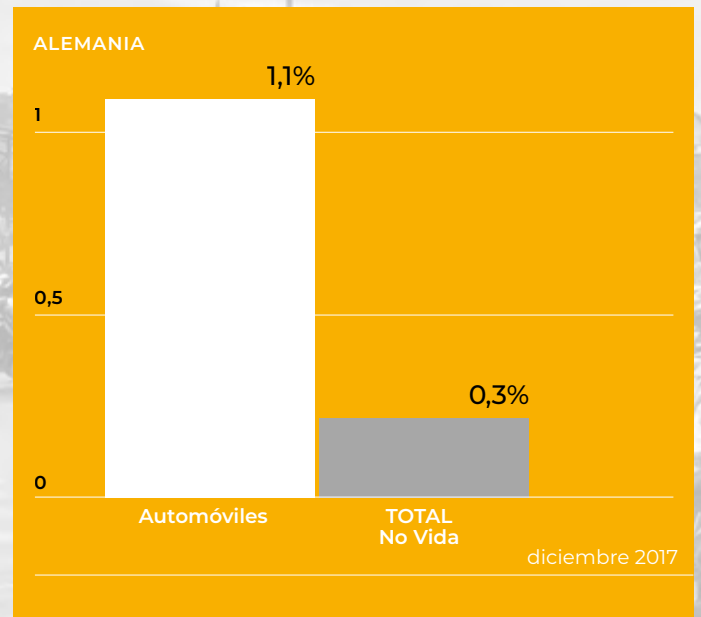
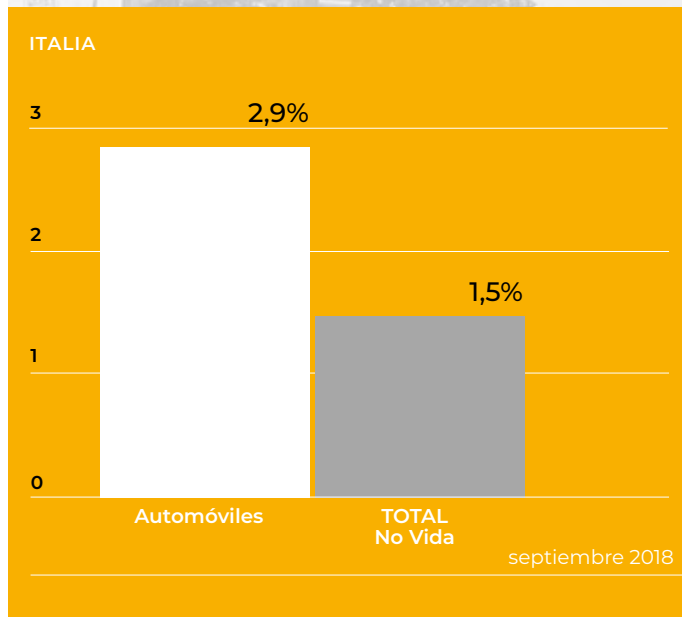
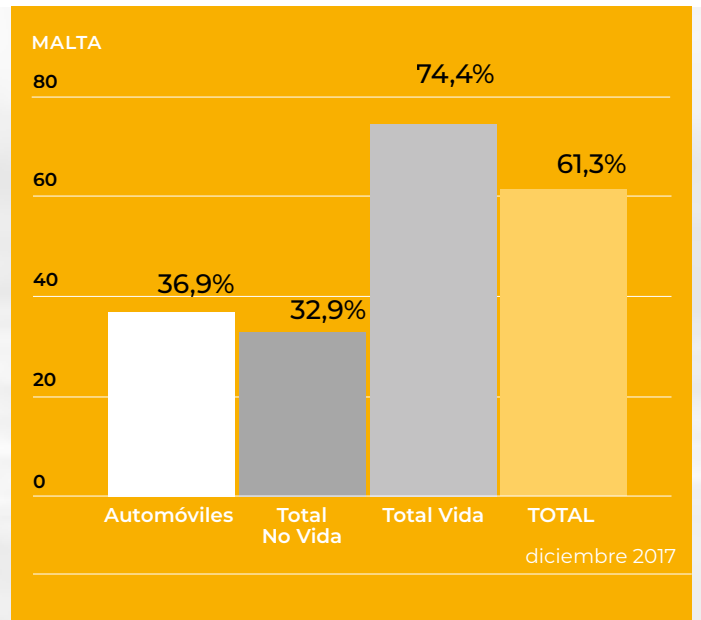
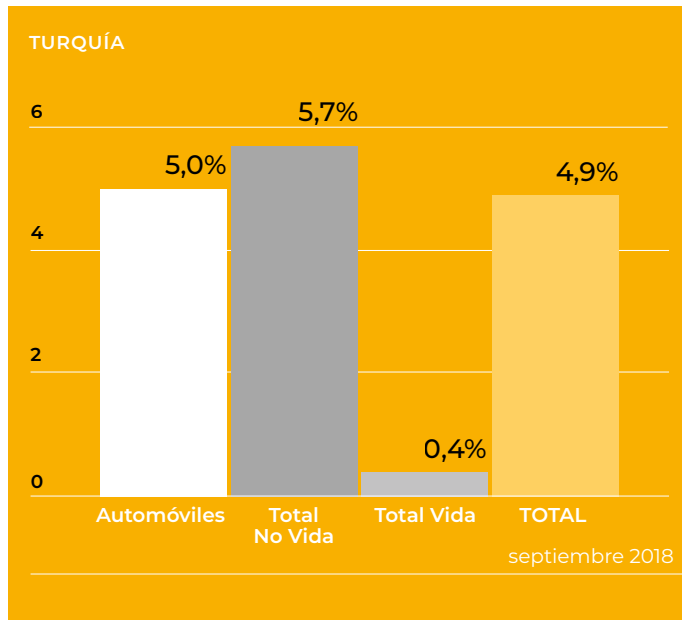
	PRIMAS		RESULTADO ATRIBUIBLE	
	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17
Turquía	485,5	(25,7%)	14,2	(70,6%)
Italia	474,1	0,6%	(3,9)	71,7%
Alemania	327,3	5,3%	2,7	0,1%
Malta	389,7	11,0%	4,3	5,7%
Filipinas	27,2	(31,6%)	0,2	18,8%
Indonesia	61,9	42,1%	(2,2)	(155,2%)

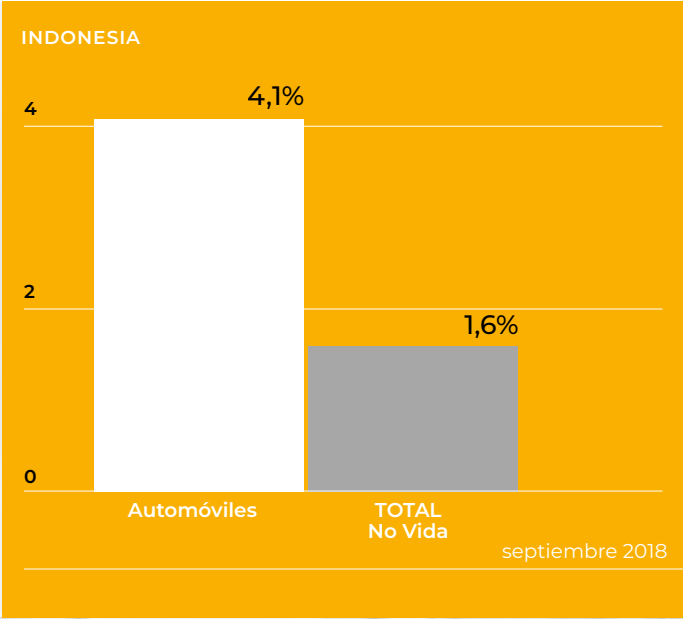
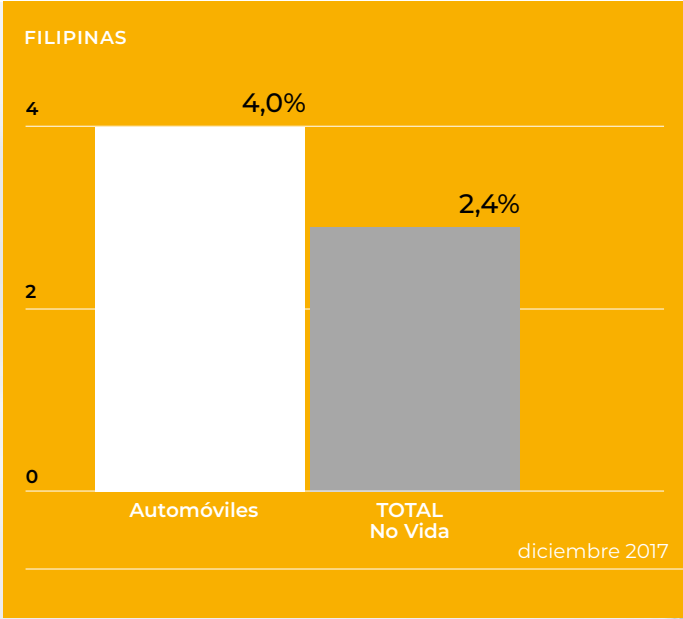
Cifras en millones de euros



## Cuotas de mercado

En la región de EURASIA las cuotas de mercado son las siguientes:





## UNIDAD DE REASEGURO

MAPFRE RE es una reaseguradora global y el reasegurador del Grupo MAPFRE. Ofrece servicios y capacidad de reaseguro dando todo tipo de soluciones de reaseguro de tratados y de facultativo, en todos los ramos de Vida y No Vida.

Desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con 19 oficinas.

Las primas de esta unidad de negocio supusieron el 15% del total del Grupo en el último ejercicio.

### Principales magnitudes

	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17
Primas emitidas y aceptadas	3.787,1	(10,3%)
No Vida	3.186,7	(10,6%)
Vida	600,5	(8,6%)
Resultado neto atribuido	149,1	(8,3%)

Cifras en millones de euros

Plantilla  
y red de  
distribución

393 

empleados

 19

oficinas de  
representación



El detalle del peso de la distribución de las primas a diciembre de 2018 es el siguiente:

CONCEPTO	%
<b>POR TIPO DE NEGOCIO:</b>	
Proporcional	77,4%
No proporcional	15,6%
Facultativo	7,0%
<b>POR REGIÓN:</b>	
IBERIA	21,5%
EURASIA	52,3%
LATAM	17,8%
NORTEAMÉRICA	8,5%
<b>POR CEDENTE:</b>	
MAPFRE	35,0%
Otras cedentes	65,0%
<b>POR RAMOS:</b>	
Daños	47,7%
Vida y accidentes	20,5%
Automóviles	20,9%
Transportes	3,8%
Otros Ramos	7,2%



## Cuotas de mercado

En los últimos años, MAPFRE RE se ha consolidado como una de las principales reaseguradoras mundiales por volumen de primas.

A continuación, se reflejan los últimos datos disponibles correspondientes a los grupos reaseguradores globales según las primas brutas emitidas a terceros.

Nº	Grupo	Primas (millones USD)
1	Munich Reinsurance Co.	36.454
2	Swiss Reinsurance Co.	32.316
3	Berkshire Hathaway Re	24.212
4	Hannover Rück SE	19.321
5	SCOR SE	16.164
6	Lloyd's	10.747
7	China Reinsurance (Group) Corp	9.970
8	Reinsurance Group of America, Inc.	9.841
9	Everest Re Group Ltd.	6.245
10	General Insurance Corporation of India	5.796
11	MS&AD Insurance Group Holdings, Inc.	5.427
12	PartnerRe Ltd.	5.120
13	Korean Reinsurance Co.	4.706
14	XL Catlin Group	3.964
15	SOMPO Holdings, Inc.	3.893
16	Transatlantic Holdings Inc.	3.810
17	<b>MAPFRE RE</b>	<b>3.389</b>
18	R+V Versicherung AG	3.017
19	Tokio Marine & Nichido Fire Insurance Co. Ltd.	2.729
20	Fairfax Financial Holdings Limited	2.577



Cifras en millones USD

Fuente: Global Reinsurance Highlights 2018.

## UNIDAD GLOBAL RISKS

Unidad especializada del Grupo que gestiona programas globales de seguros de grandes multinacionales (por ejemplo, pólizas que cubren riesgos de aviación, nucleares, energéticos, responsabilidad civil, incendios, ingeniería, transporte y caución).

Aporta el 5% de las primas totales del Grupo.

### Principales magnitudes

	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17
Primas emitidas y aceptadas	1.173,9	(6,6%)
Resultado neto atribuido	23,8	135,9%

*Cifras en millones de euros*

### Otra información

En abril de 2018, MAPFRE aprobó una nueva configuración de sus negocios de aseguramiento de los grandes riesgos industriales y comerciales.

Bajo el nuevo esquema, MAPFRE GLOBAL RISKS continuará desarrollando su capacidad de gestión y conocimiento del mercado y, al mismo tiempo, el riesgo asegurador o reasegurador será asignado a las entidades del grupo que, por su especialización, dimensión o capacidad, están en condiciones de asumirlo con un mayor grado de eficiencia y rentabilidad.

Al cierre del ejercicio 2018, esta operación de reestructuración empresarial está todavía pendiente de aprobación por el organismo regulador español.

Plantilla



269

empleados



## UNIDAD ASISTENCIA

Es la unidad especializada en asistencia en viaje y carretera y otros riesgos especiales del Grupo, operando en 40 países. MAPFRE ASISTENCIA es la cuarta compañía del sector por ingresos en el mundo y cuenta con una de las mayores redes mundiales de asistencia.

Supone el 4% de las primas totales del Grupo.

La cobertura que ofrece abarca todas las necesidades de asistencia de los viajeros, de sus acompañantes y de su equipaje, antes, durante y después de cada viaje, en cualquier parte del mundo.

### Principales magnitudes

	Diciembre 2018	Variación (%) 18/17
Ingresos operativos	982,7	(11,7%)
Primas emitidas y aceptadas	911,0	(7,4%)
Otros ingresos	71,7	(44,9%)
Resultado neto atribuido	(10,1)	85,2%

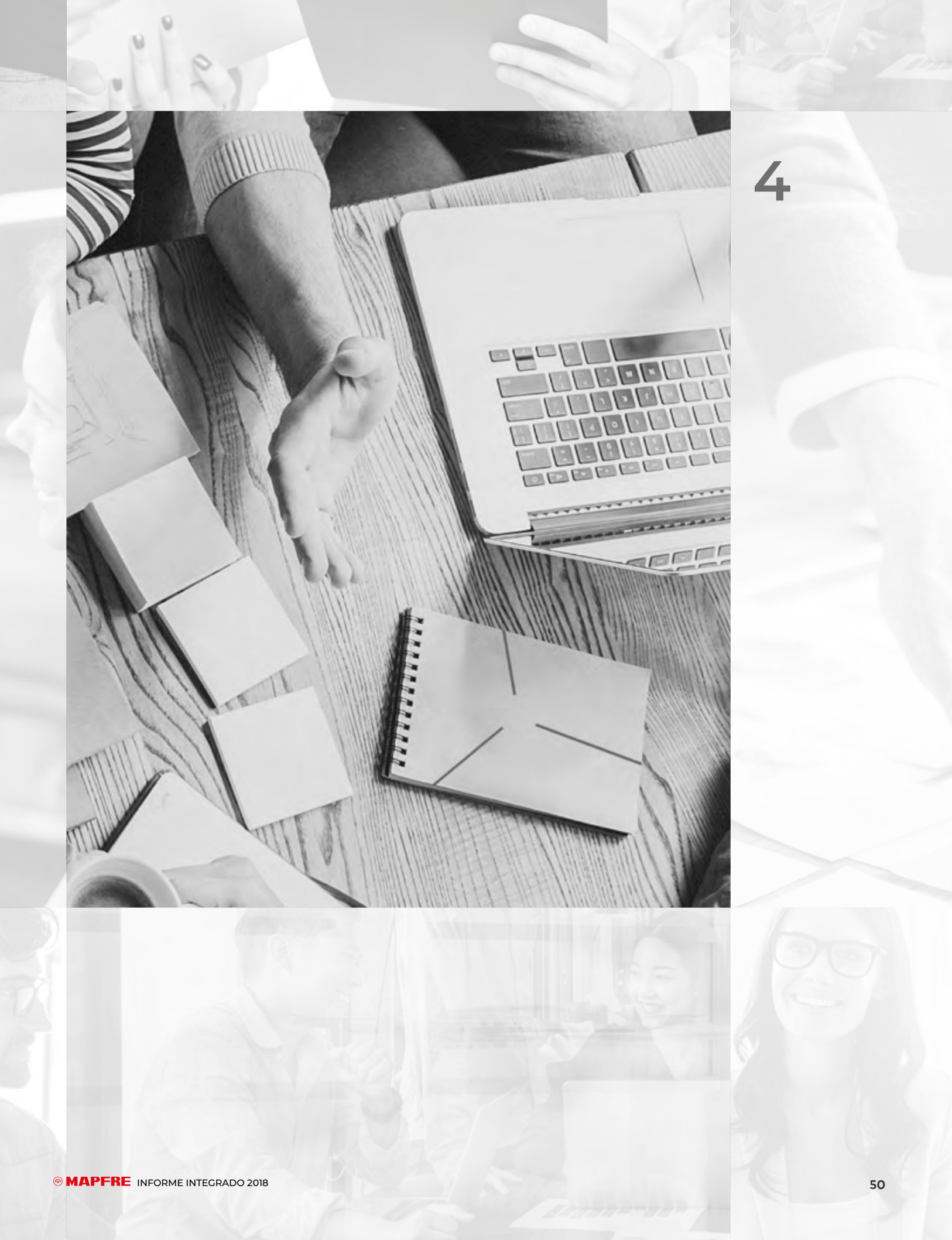
*Cifras en millones de euros*

Plantilla

4.702

empleados





# 4

# Gobierno corporativo

*Gobierno corporativo*

## GESTIÓN EMPRESARIAL

*Organización ejecutiva*

*Estructura societaria*

### 4.1. Sistema de Gobierno

[GRI 102-14, 102-16, 102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-23, 102-26, 102-35, 102-36, 102-37, FS1]

En MAPFRE existen tres ejes que convergen en la gestión empresarial:

- Gobierno corporativo.
- Estructura societaria.
- Organización ejecutiva.



## Gobierno corporativo

La Junta General de Accionistas es el órgano superior de gobierno y el Consejo de Administración es el órgano encargado de dirigir, administrar y representar a la Sociedad, manteniendo 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.

El Consejo de Administración cuenta con una Comisión Delegada que actúa como órgano delegado del mismo, con todas sus facultades excepto aquellas que sean indelegables por imperativo legal o, en su caso, por previsión expresa en los Estatutos Sociales o en el Reglamento del Consejo de Administración.

Cuenta, asimismo, con otros tres Comités Delegados:

- Comité de Auditoría y Cumplimiento.
- Comité de Nombramientos y Retribuciones.
- Comité de Riesgos.

Las funciones y composición de los órganos de gobierno son las siguientes:

### *Comisión Delegada*

Tiene como funciones la alta dirección y supervisión permanente de la gestión ordinaria de la Sociedad y sus filiales en sus aspectos estratégicos y operativos. Está integrada por un máximo de diez miembros, todos ellos componentes del Consejo de Administración.

### *Comité de Auditoría y Cumplimiento*

Tiene como funciones, entre otras, informar a la Junta General de Accionistas sobre las cuestiones que se planteen en relación con materias de su competencia, supervisar la eficacia del control interno y el proceso de elaboración y presentación de la información financiera, elevar al Consejo de Administración la propuesta de nombramiento de auditor externo y establecer las oportunas relaciones con este, y velar por la independencia y eficacia de la función de Auditoría Interna. Además, es el órgano encargado de la 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. Está integrado por un mínimo de tres y un máximo de cinco consejeros, todos ellos no ejecutivos la mayoría de los cuales, al menos, serán consejeros independientes.

### *Comité de Nombramientos y Retribuciones*

Desarrolla coordinadamente la política de designación y retribución de los Consejeros y Altos Directivos del Grupo. Está integrado por un mínimo de tres y un máximo de cinco consejeros, todos ellos no ejecutivos y dos de los cuales, al menos, serán consejeros independientes.

### *Comité de Riesgos*

Realiza funciones de 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. Está integrado por un mínimo de tres y un máximo de cinco miembros, todos ellos no ejecutivos y dos de los cuales, al menos, serán consejeros independientes.



La composición de los órganos de gobierno resultante de los acuerdos que previsiblemente se adoptarán el día 8 de marzo de 2019 es la siguiente:

Consejo de Administración		Comisión Delegada	Comité de Nombramientos y Retribuciones	Comité de Auditoría y Cumplimiento	Comisión de Riesgos
<i>Presidente</i>	<b>Antonio Huertas Mejías<sup>1</sup></b>	Presidente			
<i>Vicepresidente Primero</i>	<b>Ignacio Baeza Gómez<sup>1</sup></b>	Vicepresidente 1º			
<i>Vicepresidenta Segunda</i>	<b>Catalina Miñarro Brugarolas<sup>3</sup></b>	Vicepresidenta 2ª	Presidenta		
<i>Vicepresidente Tercero</i>	<b>José Manuel Inchausti Pérez<sup>1</sup></b>				
<i>Vocales</i>	<b>José Antonio Colomer Guiu<sup>3</sup></b>		Vocal	Presidente	Vocal
	<b>Georg Daschner<sup>3</sup></b>	Vocal			Presidente
	<b>Ana Isabel Fernández Álvarez<sup>3</sup></b>			Vocal	Vocal
	<b>Maria Leticia de Freitas Costa<sup>3</sup></b>				
	<b>Antonio Gómez Ciria<sup>3</sup></b>				
	<b>Luis Hernando de Larramendi Martínez<sup>2</sup></b>	Vocal	Vocal		
	<b>Francisco José Marco Orenes<sup>1</sup></b>				
	<b>Fernando Mata Verdejo<sup>1</sup></b>				
	<b>Antonio Miguel-Romero de Olano<sup>2</sup></b>	Vocal		Vocal	Vocal
	<b>Pilar Perales Viscasillas<sup>3</sup></b>			Vocal	
<b>Alfonso Rebuelta Badías<sup>2</sup></b>		Vocal			
<i>Secretarios</i>	<b>Ángel L. Dávila Bermejo</b>	Secretario	Secretario	Secretario	
	<b>Jaime Álvarez de las Asturias Bohorques Rumeu</b>				Secretario

1. Consejeros ejecutivos
2. Consejeros externos dominicales
3. Consejeros externos independientes

Presidentes de Honor
<b>Julio Castelo Matrán</b>
<b>José Manuel Martínez Martínez</b>

Comité ejecutivo	
<i>Presidente</i>	<b>Antonio Huertas Mejías</b>
<i>Vicepresidente Primero</i>	<b>Ignacio Baeza Gómez</b>
<i>Vicepresidente</i>	<b>José Manuel Inchausti Pérez</b>

<i>Vocales</i>	<b>Aristóbulo Bausela Sánchez</b>
	<b>Alfredo Castelo Marín</b>
	<b>José Manuel Corral Vázquez</b>
	<b>Francisco José Marco Orenes</b>
	<b>Fernando Mata Verdejo</b>
	<b>Eduardo Pérez de Lema</b>
	<b>Elena Sanz Isla</b>
	<b>Jaime Tamayo Ibáñez</b>
<i>Vocal-Secretario</i>	<b>Ángel L. Dávila Bermejo</b>

## Diversidad y experiencia

[GRI 405-1]

El Consejo de Administración de MAPFRE S.A. aprobó la Política de Selección de Consejeros el 23 de julio de 2015. Dicha política establece que en el proceso de selección de consejeros se evitará, en todo caso, cualquier tipo de riesgo implícito que pueda implicar discriminaciones y, en particular, que obstaculice la selección de personas de otro sexo. Además, la política establece que se procurará que en 2020 el número de consejeras represente al menos el 30 % del total de miembros del Consejo de Administración.

A la fecha de este Informe, el número de consejeras representa un 27%<sup>2</sup> del total de los miembros. La mayoría participan en las comisiones específicas del Consejo y/o tienen un papel destacado:

— **Catalina Miñarro Brugarolas:** vicepresidenta 2ª del Consejo de Administración y de la Comisión Delegada, presidenta del Comité de Nombramientos y Retribuciones y consejera independiente coordinadora.

— **Ana Isabel Fernández Álvarez:** vocal del Comité de Auditoría y Cumplimiento y del Comité de Riesgos.

— **Pilar Perales Viscasillas:** vocal del Comité de Auditoría y Cumplimiento.

CONCEPTO	2018	2017	2016	2015
% Mujeres sobre el total Consejo	28,6% <sup>3</sup>	26,7%	23,5%	16,7%

A continuación, se presenta la composición de la Comisión Delegada y de los diferentes Comités Delegados del Consejo de la Sociedad por sexo a 31 de diciembre de 2018.

CONCEPTO	COMISIÓN DELEGADA		COMITÉ DE AUDITORÍA Y CUMPLIMIENTO		COMITÉ DE NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES		COMITÉ DE RIESGOS	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Número de Consejeros	5	1	2	2	3	1	3	1
% sobre el total	83,3%	16,7%	50,0%	50,0%	75,0%	25,0%	75,0%	25,0%

H: Hombres; M: Mujeres

Por otra parte, la diversidad geográfica y cultural también está presente en el Consejo, ya que en él están representadas tres nacionalidades: además de la española, la brasileña y la alemana.

2. A estos efectos se ha considerado que el 1 de enero de 2019 se incorporó al Consejo de Administración como consejero independiente D. Antonio Gómez Ciria.

3. A 31 de diciembre de 2018, el Consejo de Administración estaba compuesto por 14 miembros al haber cesado como consejero D. Rafael Márquez Osorio.

Asimismo, y según lo dispuesto en el Reglamento del Consejo de Administración de MAPFRE S.A., en la selección de candidatos se evaluarán las competencias, conocimientos y experiencia necesarios en el Consejo de Administración. Actualmente, dicho órgano está compuesto por 15 miembros que, en su conjunto, poseen conocimientos, cualificación y experiencia en relación con las siguientes materias: mercado de seguros y financieros, estrategia empresarial y modelo de empresa, sistema de gobierno, análisis financiero y actuarial y marco regulador.

## Otros indicadores de Gobierno Corporativo

CONCEPTO	2018	2017	2016	2015
<b>% QUORUM DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS</b>	<b>82,07%</b>	83,20%	82,76%	78,47%
<b>Consejeros</b>	<b>14</b>	15	17	18
Hombres	10	11	13	15
Mujeres	4	4	4	3
<b>Consejeros ejecutivos</b>	<b>5</b>	5	5	5
<b>Consejeros externos independientes</b>	<b>6</b>	6	7	7
<b>Consejeros externos dominicales</b>	<b>3</b>	4	5	6
<b>Reuniones del Consejo</b>	<b>10</b>	10	9	10
<b>Reuniones de la Comisión Delegada</b>	<b>5</b>	3	6	8
<b>Reuniones del Comité de Auditoría y Cumplimiento</b>	<b>14</b>	11	6	6
<b>Reuniones del Comité de Nombramientos y Retribuciones</b>	<b>5</b>	7	6	7
<b>Reuniones del Comité de Riesgos</b>	<b>6</b>	5	6	4

*Datos en número*

La retribución de los consejeros se determina de acuerdo con lo establecido en la normativa aplicable a las sociedades de capital, los Estatutos y Reglamento del Consejo de Administración de la Sociedad y los acuerdos adoptados por la Junta General de Accionistas.

La retribución total de los consejeros del Grupo durante el ejercicio 2018 ha sido la siguiente:

CONCEPTO	2018
<b>Número de consejeros</b>	<b>16</b>
<b>Retribuciones devengadas</b>	<b>15.705</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15.705</b>
<b>Aportaciones a sistemas de ahorro con derechos consolidados y como importe de los fondos acumulados</b>	<b>5.738</b>

*Cifras en miles de euros*

Al objeto de cumplir con las exigencias legales en materia de remuneraciones de administradores, y para seguir adecuándose a las mejores prácticas de gobierno corporativo en materia retributiva, el Reglamento del Consejo de Administración regula las funciones que tienen en materia de retribuciones el Consejo de Administración y el Comité de Nombramientos y Retribuciones.

La política de remuneraciones de los consejeros para el periodo 2016-2018 incluye los distintos componentes del paquete retributivo de los consejeros que han sido establecidos con base en los siguientes criterios:

- Priorización de la creación de valor y la rentabilidad a medio y largo plazo sobre la consecución de resultados a corto plazo.
- Proporcionalidad con la situación económica de la Sociedad y con estándares de mercado de empresas comparables.
- Consonancia con la estrategia comercial y de gestión de riesgos, su perfil de riesgo, sus objetivos y sus prácticas de gestión de riesgos.
- Gestión adecuada y eficaz de los riesgos, sin rebasar los límites establecidos de tolerancia al riesgo.
- Atracción y retención de talento.
- Compensación adecuada de la dedicación, cualificación y responsabilidad.
- Adecuada proporción de los componentes fijos y variables, que evite una excesiva dependencia de los componentes variables.
- Diferimiento del pago de una parte sustancial de la retribución variable.
- Posibilidad de ajustes *ex post* de la retribución variable.
- Elusión de conflictos de intereses.

El sistema retributivo diferencia entre consejeros externos y consejeros ejecutivos:

### A) Consejeros externos

Los consejeros externos perciben como retribución básica una asignación fija por pertenencia al Consejo de Administración y, en su caso, a la Comisión y Comités Delegados, que puede ser superior para las personas que ocupen cargos en el seno del propio Consejo o desempeñen la presidencia de los Comités Delegados del Consejo. Esta retribución se complementa con otras compensaciones no dinerarias que estén establecidas con carácter general para el personal de la entidad.

### B) Consejeros ejecutivos

Los consejeros ejecutivos no perciben la asignación fija establecida para los consejeros externos. Por el desempeño de sus funciones ejecutivas, la retribución fija de los consejeros se determina conforme a la política establecida para la retribución de los altos directivos de MAPFRE, y de acuerdo con lo que figura en sus respectivos contratos.

Los consejeros ejecutivos tienen derecho a las ayudas o beneficios sociales establecidos con carácter general para el personal de la Compañía de acuerdo con el Convenio Colectivo suscrito por MAPFRE.

Únicamente los consejeros ejecutivos perciben retribución variable, de la que pueden distinguirse tres tipos:

- (i) Retribución variable a corto plazo, vinculada al beneficio neto consolidado de la entidad y, en su caso, a otros indicadores relativos a sus respectivas responsabilidades. Esta retribución se abona, en todos los casos, en efectivo.
- (ii) Retribución variable a medio plazo, que corresponde a un plan de incentivos a medio plazo de carácter extraordinario, no consolidable y plurianual que se extiende desde el 1 de enero de 2016 hasta el 31 de marzo de 2019, del que forman parte los consejeros ejecutivos en su condición de altos directivos.
- (iii) Incentivos referenciados al valor de las acciones.



Asimismo, para el resto de la plantilla en relación con el establecimiento de un equilibrio adecuado entre los componentes fijos y variables de la remuneración, la política retributiva de MAPFRE contempla una estructura variable que se calcula como un porcentaje sobre la retribución total, y que se liquida conforme al grado de consecución de los objetivos alcanzados. El peso de la retribución variable viene determinado por la posición que se ocupa dentro de la organización, siendo esta mayor en función del nivel de responsabilidad e impacto de las actuaciones profesionales del empleado en la Sociedad.

Aquellas categorías de personal que puedan tener repercusión material en el perfil de riesgo de la Sociedad cuentan con un sistema de retribución variable a corto plazo vinculado al logro de objetivos ligados directamente con los planes estratégicos y realizados a lo largo de un año.

Sin perjuicio de lo anterior, la Junta General Ordinaria de Accionistas del día 9 de marzo de 2018 aprobó la Política de Remuneraciones de los Consejeros para el periodo 2019-2021, en vigor desde el 1 de enero de 2019. Dicha norma está redactada en los mismos términos que la Política de Remuneraciones de los Consejeros para el periodo 2016-2018, salvo por lo que respecta al mecanismo de retribución de los miembros de la Comisión Delegada, que ha pasado a estar compuesto por una cantidad fija y una dieta por asistencia a las reuniones.

Los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos del Grupo marcan la actuación como empresa y ayudan a desarrollar negocios sostenibles en todos los países en los que la compañía opera. Estos principios se integran en la empresa a través de los valores de la compañía (solvencia, integridad, vocación de servicio, innovación para el liderazgo y equipo comprometido) y se desarrollan a través del cumplimiento de los compromisos internacionales y locales y de las políticas, normas y protocolos de actuación que se aprueban en la organización. Todo ello permite a la compañía 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 desarrolla su actividad.

La empresa dispone de un conjunto de políticas, normativas, procedimientos, protocolos y otros documentos de referencia, tanto corporativos como locales, que sirven de guía para determinar el comportamiento que se espera de todos aquellos que trabajan o colaboran con MAPFRE.

Además, MAPFRE publica en su página web ([www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)) y, por lo tanto, pone a disposición de todos los grupos de interés, las siguientes políticas y normas corporativas:

#### **Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos**

#### **Código Ético y de Conducta**

#### **Política de Autocarera**

#### **Política de Dividendos**

#### **Política de Gobierno Corporativo**

#### **Política Fiscal Corporativa**

#### **Política de Gestión de Conflictos de Interés y Operaciones Vinculadas con Accionistas Significativos y Altos Cargos de Representación y Dirección**

#### **Política de Selección de Consejeros**

#### **Política de Comunicación con Accionistas, Inversores Institucionales y Asesores de Voto**

#### **Política de Primas de Asistencia**

#### **Política de Responsabilidad Social Corporativa**

#### **Política de Diversidad e Igualdad de Oportunidades**

#### **Política de Promoción, Selección y Movilidad**

#### **Política de Salud y Bienestar y de Prevención de Riesgos Laborales**

#### **Política de Respeto a las Personas**

#### **Política Corporativa de Seguridad y Privacidad**

#### **Política de Continuidad de Negocio**

#### **Política Medioambiental**

#### **Modelo de Prevención de Riesgos Penales**



MAPFRE dispone de una estructura societaria sencilla, eficiente y descentralizada que le permite cumplir adecuadamente con sus objetivos empresariales

### Estructura societaria

MAPFRE dispone de una estructura societaria sencilla, eficiente y descentralizada que le permite cumplir adecuadamente con sus objetivos empresariales. Este principio hace compatible una adecuada administración de los negocios en cada uno de los países con una gestión eficiente de los recursos, capitales requeridos y distribución de los dividendos a los accionistas. Todo ello dentro del marco legal y con plena actuación ética y comprometida socialmente en los países donde actúa.

### Organización ejecutiva

Respecto a la organización ejecutiva, MAPFRE dispone de un modelo de dirección que viene determinado por un elevado y riguroso control y supervisión a todos los niveles: local, regional y global; que a su vez permite una amplia delegación en la ejecución y desarrollo de las competencias asignadas a los equipos y sus responsables, facilitando en cualquier caso que las decisiones más relevantes en todos los niveles se analicen en profundidad, antes y después de la ejecución por el conjunto de los equipos directivos.

## 4.2. Ética y Sostenibilidad

[GRI 102-18, 102-19, 102-20, 102-33, 102-34, 205-1, 205-2, 205-3, 405-1, FS1, FS3, FS4, FS13, FS15; L.11/2018]

Para MAPFRE, la sostenibilidad implica:

— Encontrar un equilibrio a medio y largo plazo entre las preocupaciones ambientales, sociales y económicas/gobernanza (ASG) y definir cómo estas afectan a la empresa y a los grupos de interés con los que se relaciona.

— Gestionar el impacto de la empresa en la sociedad e identificar las oportunidades del desarrollo sostenible, para crear valor compartido.

La responsabilidad social corporativa (RSC) es la herramienta, junto con el Plan de Sostenibilidad, para ser sostenibles. Por ello, la política de RSC de MAPFRE se define 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 (*stakeholders*), contribuyendo así a la satisfacción de las necesidades presentes y futuras de la sociedad”.

Ser responsable es una actitud, una forma de gestionar la empresa y por ello es importante involucrar a todos los colectivos con los que la compañía se relaciona (empleados, clientes, proveedores, distribuidores, accionistas y la sociedad, en general) para contribuir al desarrollo económico y social de los países en los que está presente.

El modelo de sostenibilidad, publicado en la web corporativa, está alineado con la visión, misión y valores de MAPFRE, con los Principios Institucionales y Empresariales y con la estrategia; y en su diseño se contemplan los ejes básicos de la sostenibilidad —ambiental, social y de gobernanza—, junto con el crecimiento rentable y sostenible.

En 2018, MAPFRE se incorpora en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones, entrando como 10<sup>o</sup>. aseguradora en DJSIWorld, que reconoce a las empresas más sostenibles de acuerdo con criterios ambientales, sociales y de gobernanza. Además, mantiene su posición en FTSE4Good y, por tercer año consecutivo, MAPFRE ha sido incluida a nivel mundial en la Climate A-List, por haber logrado la máxima calificación (A) en cuanto a desempeño en mitigación y adaptación al cambio climático y transparencia de la información reportada por parte de esta iniciativa.



## Política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La Política de Responsabilidad Social Corporativa, aprobada por el Consejo de Administración de MAPFRE S.A. el 23 de julio de 2015, establece el marco de referencia para que cualquier entidad del Grupo MAPFRE pueda desarrollar y potenciar un comportamiento socialmente responsable, independientemente de si se centra en el negocio convencional o digital. El objetivo es que la Responsabilidad Social Corporativa sea percibida como una forma de:

- Alcanzar el interés social de MAPFRE y sus objetivos estratégicos.
- Gestionar la empresa desde los valores definidos por MAPFRE.
- Establecer relaciones estables y de equidad con los grupos de interés, principalmente con los definidos en la misión.
- Gestionar los riesgos y oportunidades de negocio derivados de la evolución del entorno en el que MAPFRE desarrolla su actividad mercantil, asumiendo el impacto que genera en la sociedad y en el entorno, maximizando los positivos y minimizando los negativos.
- Transmitir el valor social de la empresa, en cada territorio, que concilia el valor de su actividad operativa con el valor de las actividades no lucrativas que se llevan a cabo.

Para lograrlo la Política establece principios generales de actuación relacionados, entre otros, con temas de cumplimiento, derechos humanos, responsabilidad fiscal, buen gobierno, transparencia, medio ambiente y promoción de la RSC; y seis principios específicos para cada uno de los siguientes grupos de interés: accionistas, empleados, proveedores, distribuidores, clientes y sociedad.

La Política esta accesible para los empleados y colaboradores en la Intranet y, para los demás grupos de interés, a través de la web corporativa.

La aplicación efectiva de la Política y el seguimiento y control de sus actuaciones son supervisadas por el Comité de Sostenibilidad del Grupo, órgano interno con funciones ejecutivas y facultades de información, asesoramiento y propuesta en su ámbito de actuación.

## Plan de Sostenibilidad

Aprobado en 2016, para un periodo de tres años, el Plan de Sostenibilidad 2016-2018 ha permitido mejorar el desempeño en este ámbito y profundizar en la relación con diferentes colectivos (grupos de interés) con los que el Grupo tiene una especial relación, como son los accionistas, los empleados, los proveedores, los clientes y también con la sociedad.

Lo ha hecho desarrollando acciones concretas relacionadas con materias fundamentales como los derechos humanos y la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030, la transparencia, el medio ambiente, la ciberseguridad, la diversidad, la lucha contra la corrupción y el fraude, la incorporación de los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza en la cadena de suministro, en la suscripción y en las decisiones de inversión, entre otras.

Una vez concluido el periodo de vigencia previsto, se ha reportado al consejo de administración el balance respecto de su cumplimiento. Se ha alcanzado un 96% de cumplimiento, lo que se considera muy satisfactorio.

De las quince líneas de trabajo propuestas, diez han alcanzado el 100% de su cumplimiento y las cinco líneas restantes han alcanzado un nivel de cumplimiento de entre el 83% y el 92%, estando prevista su continuidad.

MAPFRE está trabajando en el nuevo Plan de Sostenibilidad 2019-2021, que verá la luz en los próximos meses, y que nuevamente guiará la actividad en sostenibilidad del Grupo.

## Formación en sostenibilidad

[GRI FS4]

Conscientes de la importancia de implicar a los empleados en estos aspectos, a lo largo de los tres últimos años, un total de 18.055 empleados ha completado la formación en medioambiente y, a través del nuevo curso *online* “Un paseo por la responsabilidad social corporativa”, lanzado en 2018, han sido formados en esta materia un total de 2.954 empleados.

## Comportamiento Ético: principales medidas de cumplimiento y prevención

[GRI 102-16, 102-17, 102-33, 102-34, 205-1, 205-2, 205-3, 406-1, 408-1, 409-1, 410-1, 412-3, 415-1, 419-1; L.11/2018]

### Cumplimiento

[GRI 205-1, 205-2, 205-3]

Entre los valores esenciales que rigen la actuación de MAPFRE, la integridad, entendida como exigencia de actuación ética, transparente y socialmente responsable, forma parte de los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos aprobados formalmente por el Consejo de Administración de MAPFRE S.A.

El compromiso de MAPFRE con la integridad implica, además, el cumplimiento estricto de las leyes y contratos y de las obligaciones que de ellos se derivan, así como de los buenos usos y prácticas mercantiles.

Para reforzar la efectiva observancia de este compromiso, el Consejo de Administración de MAPFRE S.A. aprobó en 2014 la Política de la Función de Cumplimiento del Grupo, que recoge los principios generales, estructura, competencias, responsabilidades y procedimientos de dicha función.

La Función de Cumplimiento de MAPFRE, como función fundamental dentro del sistema de gobierno, contribuye a que el Grupo minimice el riesgo legal y de incumplimiento, fomentando la concienciación sobre la adecuación y el cumplimiento de la normativa interna y externa, asegurando que tales pretensiones queden perfectamente integradas en su cultura y en el desarrollo de sus actividades.

En el marco de la Política de la Función de Cumplimiento, el Área de Cumplimiento del Grupo y bajo su dependencia funcional, los responsables de Cumplimiento de las entidades aseguradoras y reaseguradoras en todos aquellos países en los que MAPFRE tiene presencia, desarrollan diversas actuaciones preventivas, en relación con las materias de cumplimiento dentro de su alcance, tales como la identificación y evaluación de riesgos y eficacia de controles, monitorización de obligaciones regulatorias periódicas, revisión y autoevaluación de políticas internas, formación, etc.

Durante 2018, alineadas con los objetivos estratégicos corporativos, las actividades de cumplimiento en estas materias se han focalizado en la implementación de la metodología global y homogénea para la verificación del riesgo de incumplimiento, la gestión del riesgo legal (cambio normativo) y la verificación de políticas internas.

El alcance en la verificación de políticas internas durante el presente ejercicio ha sido el siguiente:

**1. Políticas de Solvencia II:** se han verificado un total de 25 políticas en las entidades domiciliadas en Argentina, Chile, Colombia, EE.UU., México, Panamá, Perú y Turquía y 3 políticas en las entidades de Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Filipinas, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Paraguay, República Dominicana, Uruguay, Venezuela y las filiales de MAPFRE RE en Brasil y Chile.

**2. Políticas corporativas:** se han verificado en las entidades aseguradoras y reaseguradoras domiciliadas en la Unión Europea las siguientes políticas:

- Política Fiscal Corporativa.
- Política de Responsabilidad Social Corporativa.
- Reglamento Interno de Conducta relativo a los valores cotizados emitidos por MAPFRE.
- Política de Conflictos de Interés y Operaciones Vinculadas con Accionistas Significativos y Altos Cargos de Representación y Dirección.

Adicionalmente, todas las entidades aseguradoras y reaseguradoras domiciliadas en España y MAPFRE S.A., han realizado la evaluación del cumplimiento del Modelo de Prevención Penal de MAPFRE, habiendo sido analizado en un total de diez entidades. Y, hasta la fecha, un total de 464 empleados están capacitados en materia de cumplimiento.

Todas estas actividades se complementan con las realizadas por otras áreas o funciones con responsabilidades o competencias en materias específicas de cumplimiento, tales como seguridad y protección de datos, prevención de blanqueo de capitales, fiscal, laboral, legal, etc., que configuran la Función de Cumplimiento de MAPFRE en su conjunto.

Recientemente se ha constituido en España el Instituto de Oficiales de Cumplimiento (IOC) y MAPFRE forma parte del mismo, en calidad de miembro fundador. El IOC es una asociación constituida para aglutinar a los profesionales de Cumplimiento, figura imprescindible en un mercado global, cada vez más complejo y con normativas más exigentes.

Algunos de los objetivos con los que se ha creado este Instituto son:

- Promocionar la figura del oficial de cumplimiento como función clave del buen gobierno corporativo.
- Impulsar el desarrollo de políticas activas de cumplimiento normativo.
- Mejorar la prevención, detección y la disuasión del fraude, así como la transparencia y el buen gobierno corporativo a través de la información y formación sobre buenas prácticas en el cumplimiento normativo.

— Impulsar el reconocimiento público de la competencia y excelencia de las organizaciones en el cumplimiento normativo y la profesión de los oficiales de cumplimiento.

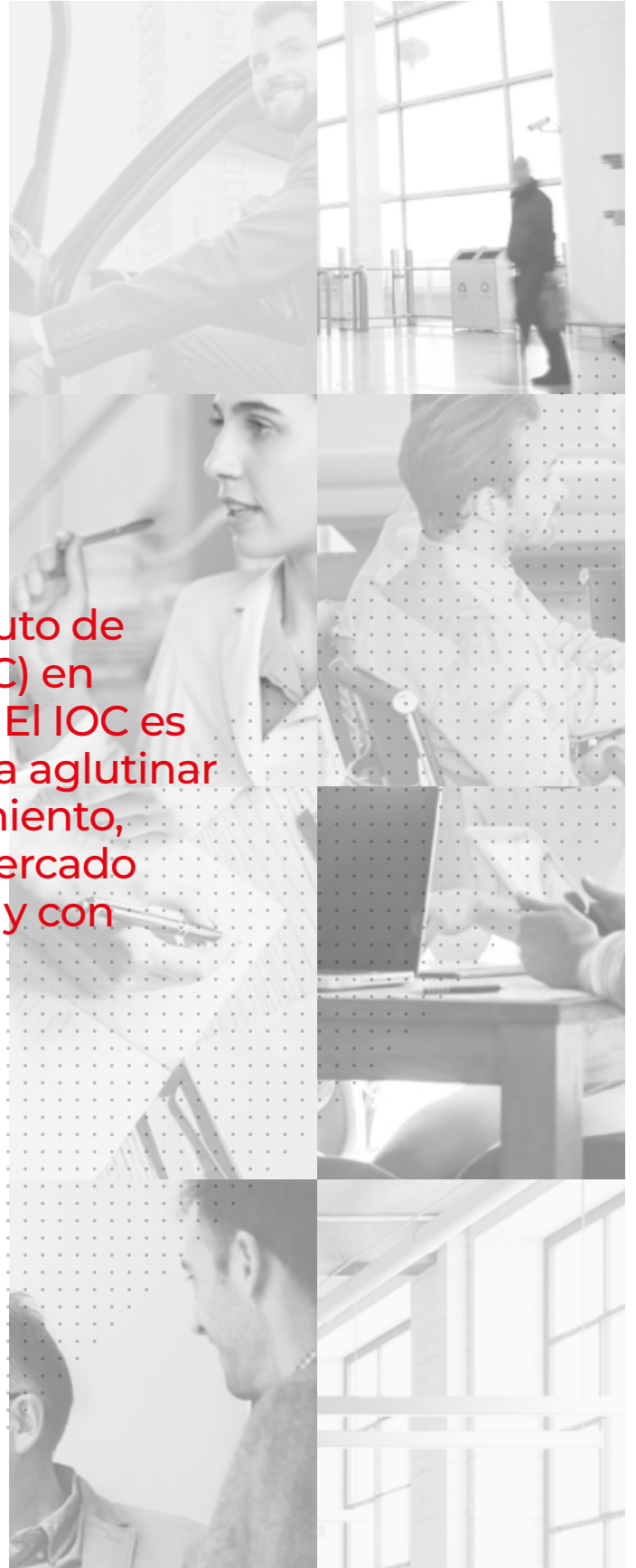
### Código Ético y de Conducta

[GRI 102-16, 102-17, 102-33, 102-34, 205-1, 205-2, 205-3, 406-1, 408-1, 409-1, 410-1, 412-3, 415-1]

MAPFRE cuenta con un Código Ético y de Conducta, que se inspira en los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos del Grupo y refleja los valores corporativos y los principios básicos que deben guiar la actuación de las personas que la integran, en el trabajo cotidiano y en la relación con los grupos de interés.

El código se encuentra a disposición de todos los empleados a través de la intranet corporativa y publicada en la web del grupo.

**MAPFRE forma parte del Instituto de Oficiales de Cumplimiento (IOC) en calidad de miembro fundador. El IOC es una asociación constituida para aglutinar a los profesionales de Cumplimiento, figura imprescindible en un mercado global, cada vez más complejo y con normativas más exigentes.**



CONTENIDOS DEL CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA:

<p><i>Principios de actuación ética, transparente y socialmente responsable</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Cumplimiento de la legalidad vigente</li> <li>— Respeto y salvaguarda de los Derechos Humanos</li> <li>— Responsabilidad social</li> <li>— Sostenibilidad y respeto al medio ambiente</li> <li>— Confidencialidad de la información y protección de datos de carácter personal</li> <li>— Marca, imagen y reputación corporativa</li> <li>— Propiedad intelectual e industrial</li> </ul>	
<p><i>Normas de conducta en las relaciones con y entre los empleados</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Respeto a las personas</li> <li>— Igualdad de oportunidades y no discriminación</li> <li>— Conciliación de la vida laboral y personal</li> <li>— Compromiso y cooperación en el trabajo, eficiencia y desarrollo profesional</li> <li>— Salud, bienestar y prevención de riesgos</li> <li>— Recursos y medios para el desarrollo de la actividad profesional</li> </ul>	<p><i>Normas de conducta en las relaciones con terceros</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Relaciones con los clientes</li> <li>— Información a los accionistas</li> <li>— Relaciones con proveedores y empresas colaboradoras</li> <li>— Relaciones con los competidores</li> <li>— Relaciones con gobiernos y autoridades</li> <li>— Relaciones con los socios</li> <li>— Obsequios, atenciones y regalos</li> <li>— Conflictos de interés</li> <li>— Anticorrupción, soborno</li> <li>— Transparencia de la información</li> <li>— Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo</li> </ul>
<p><i>Cumplimiento del Código Ético y de Conducta</i></p>	
<p>Comité de Ética. (composición y competencias)</p>	<p>Canales de comunicación de consultas y denuncias (régimen de funcionamiento)</p>

**Comité de Ética**

[GRI 102-17, 102-33, 102-34, 205-1, 205-2, 205-3, 406-1, 408-1, 409-1, 410-1, 412-3, 415-1]

Es el órgano encargado de garantizar la aplicación, supervisión y el control del cumplimiento del Código Ético y de Conducta en MAPFRE, y para ello asume funciones consultivas, resolutivas, de vigilancia y promoción del código.

El Comité de Ética conoce y resuelve las denuncias y consultas recibidas, dándoles en cada caso el tratamiento que estime más oportuno, actuando en cada intervención con total independencia y pleno respeto a las personas afectadas y garantizando, en todo momento, la confidencialidad en el tratamiento de las denuncias y consultas que tramite.

Las decisiones de este Comité son vinculantes para la empresa y para las personas sometidas a su ámbito de actuación.

Durante 2018 se recibieron, a través del Canal Corporativo de Denuncias Éticas, un total de dos denuncias, una relacionada con un caso de acoso y otra con un caso de abuso de la autoridad. Ambas denuncias han sido resueltas.

## Canales de denuncias

[GRI 102-17, 102-33, 102-34, 406-1]

MAPFRE tiene establecidos dos canales, accesibles a empleados:

— El Canal de Denuncias Financieras y Contables ([www.mapfre.com/CDF](http://www.mapfre.com/CDF)) permite a los empleados del Grupo comunicar al Comité de Auditoría y Cumplimiento de MAPFRE S.A., de forma confidencial, las irregularidades financieras y contables de potencial trascendencia que adviertan en el seno de la empresa.

— El Canal de Consultas y Denuncias Éticas ([www.mapfre.com/Etica](http://www.mapfre.com/Etica)) 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.

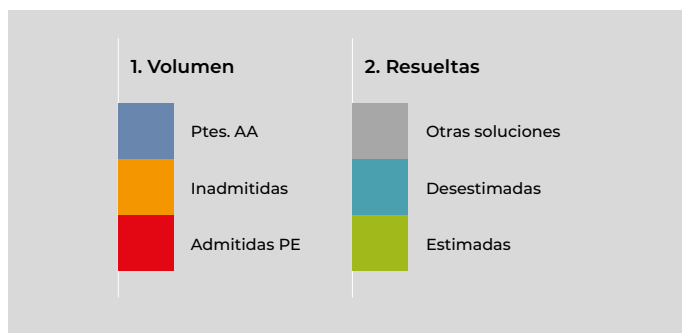
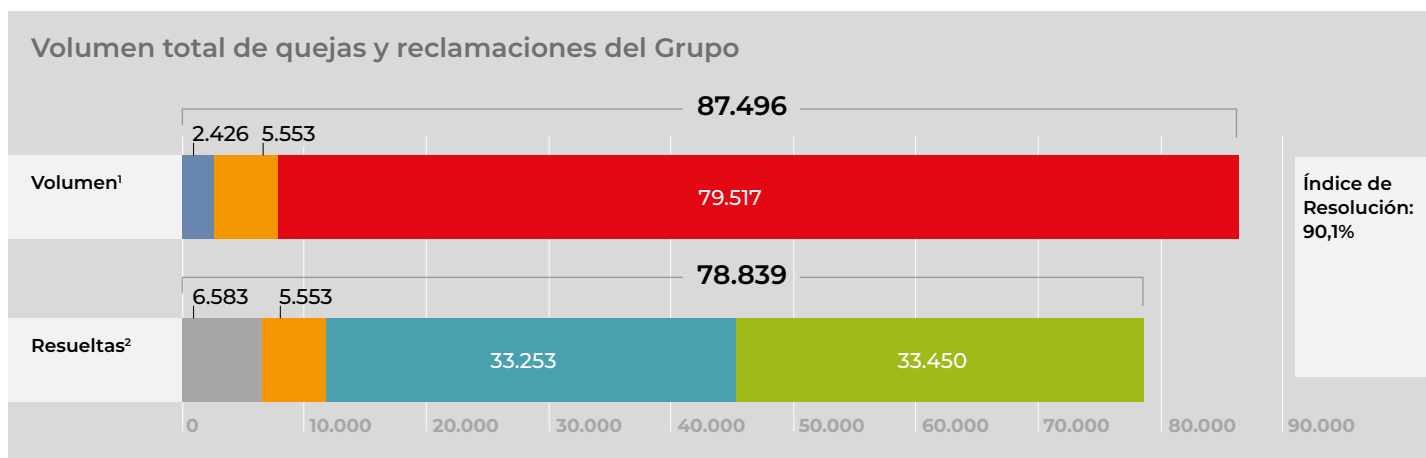
Ambos canales están accesibles, además de en español, en inglés, portugués y turco.

## Durante el ejercicio 2018 la Dirección de Reclamaciones ha recibido 15.650 escritos

### Quejas y reclamaciones

[GRI 102-33, 102-34, 417-2]

MAPFRE promueve que sus 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 contratos y vela por preservar su confianza cumpliendo con el compromiso de otorgarles la mejor atención, promoviendo la implantación interna de órganos de protección de sus derechos y para la gestión de sus reclamaciones o quejas. Las principales magnitudes de quejas y reclamaciones tramitadas en el Grupo durante 2018 han sido las siguientes:



España cuenta desde 2003 con la Dirección de Reclamaciones, órgano entre cuyas competencias está la de tramitar y resolver las quejas y reclamaciones que formulen los usuarios frente a las sociedades del Grupo adheridas al Reglamento para la Defensa del Cliente, y con la Comisión de Defensa del Asegurado, institución pionera creada en 1984.

Durante el ejercicio 2018 la Dirección de Reclamaciones ha recibido 15.650 escritos. De ellos, se han admitido a trámite 11.368, habiéndose considerado 5.949 reclamaciones con pretensiones concretas de contenido económico y 5.419 quejas relativas a desatenciones en la tramitación de prestaciones o en la emisión/contratación.

Por otro lado, se ha estimado un 24,7% de las reclamaciones y quejas admitidas a trámite, desestimándose el 35,6% y otorgando otras soluciones en el 12,5% de los casos. Además, no se han podido admitir a trámite 4.282 escritos por no cumplir los requisitos legalmente previstos.

Se ha mejorado la atención a los usuarios al reducirse en 0,4 días el tiempo medio de resolución respecto al ejercicio anterior, situándose en 8,1 días, sobre un máximo de 60 días permitido legalmente.

Por otro lado, a la Comisión de Defensa del Asegurado le han sido remitidas 1.288 reclamaciones, de las cuales ha estimado un 4,8%, desestimándose el 94,4% y otorgado otras soluciones en el 0,8% de los casos. Igualmente, el plazo de atención a los usuarios por este órgano ha sido de 28,2 días, inferior al reglamentariamente previsto.

Al objeto de mejorar la consecución de los fines que informan su actividad, en 2018 la Dirección de Reclamaciones ha emitido 22 criterios generales de actuación en su Informe Anual y la Comisión de Defensa del Asegurado ha establecido en su memoria 34 recomendaciones, que inciden todas ellas en aspectos relativos a la formalización, redacción e interpretación de los contratos, así como en los procedimientos de gestión, con el objeto de disminuir el número de reclamaciones y quejas de los usuarios.

Por otro lado, VERTI y las entidades participadas, cuentan con una Oficina de Tramitación de Reclamaciones que ha recibido 191 reclamaciones y quejas, habiendo admitido a trámite 181, de las cuales se ha estimado el 17,1%, desestimado el 35,5% y otorgado otras soluciones en el 42,9% de los casos.

## Control interno

[L.11/2018]

Durante el ejercicio 2018 se ha llevado a cabo en las principales entidades del Grupo la encuesta de Entorno de Control, actuación de divulgación de la cultura de riesgos y control interno que permite que los empleados faciliten su opinión sobre el entorno de control existente, identificando de este modo situaciones que pueden dificultar el mantenimiento de un control efectivo en la actividad diaria.

En materia de evaluación de riesgos se ha promovido en las principales entidades del Grupo el seguimiento trimestral de indicadores de riesgo, mecanismo que ha de servir como herramienta de seguimiento de los límites de riesgo para los órganos de gobierno y los órganos ejecutivos de las entidades y del Grupo.

En lo que respecta a las actividades de control ya establecidas, cabe resaltar la coordinación de la evaluación de indicadores de riesgos y controles implantados en las operaciones en el Grupo, actuación que se apoya en la plataforma corporativa Riskm@p y que ha contado con la participación de 2.400 personas de 25 países y áreas corporativas. A su vez, se ha continuado con la ejecución de las medidas correctoras adoptadas en respuesta a los resultados de los procedimientos de control de riesgos realizados en los ejercicios precedentes, medidas que están destinadas a la mejora o establecimiento de controles y procedimientos de respuesta en caso de materialización de los riesgos identificados.

En materia de información y comunicación, las principales entidades del Grupo han continuado con la elaboración del Cuestionario Trimestral de Controles Internos sobre la Información Financiera (SCIIF) aportando evidencia documental de las actividades y controles ejecutados respecto a los principales procesos de elaboración de la información financiera.

En cuanto a las actividades de supervisión, las principales entidades del Grupo han realizado la autoevaluación anual de la presencia y funcionamiento de las distintas actuaciones que componen el Sistema de Control Interno, que junto con las respectivas evaluaciones independientes llevadas a cabo por Auditoría Interna permiten conocer el nivel de control en la organización e identificar las acciones de mejora necesarias para lograr el nivel de control interno que ayude al logro de los objetivos empresariales.

Así mismo, este año un total de 8.410 empleados han completado su formación en control interno a través de 6.687 horas.

## Protección de los empleados frente al acoso moral y sexual en el trabajo

[GRI 102-33, 102-34, 406-1; L.11/2018]

En el año 2015, el Consejo de Administración de MAPFRE S.A. aprobó una Política de Respeto a las Personas, en la que manifiesta expresamente que el respeto hacia los demás debe ser un elemento básico de la conducta de los empleados. Por ello, MAPFRE rechaza cualquier manifestación de acoso en el trabajo, así como cualquier comportamiento violento u ofensivo hacia los derechos y dignidad de las personas, toda vez que estas situaciones contaminan el entorno laboral, tienen efectos negativos sobre la salud, el bienestar, la confianza, la dignidad y el rendimiento de las personas que lo padecen.

El respeto por las personas es una responsabilidad de toda la organización y se extiende tanto a las relaciones entre los empleados, independientemente de su posición en la empresa, como a las relaciones de los empleados con clientes, proveedores, colaboradores y demás grupos de interés. Todos deben contribuir a garantizar un entorno laboral en el que se respete la dignidad de las personas.

Los principios generales de actuación en esta materia son:

1. Contribuir a mantener un entorno laboral libre de acoso y comportamientos violentos u ofensivos hacia los derechos y dignidad de las personas y garantizar que si se produjeran, se dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo.
2. Rechazar cualquier manifestación de acoso, ya sea moral, sexual, psicológico o de cualquier otra índole, así como cualquier comportamiento violento u ofensivo hacia los derechos y dignidad de las personas, y considera como un principio básico de actuación de la organización el respeto a las personas y a su dignidad.

MAPFRE dispone de mecanismos en todos los países en los que está presente, que permiten evitar situaciones de acoso y si estas se produjeran, dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo.

Durante este ejercicio se han recibido cuatro denuncias de acoso en el Grupo, 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.

## Anticorrupción

[GRI 102-33, 102-34; L.11/2018]

MAPFRE está en contra de prácticas no éticas dirigidas a influir de forma inapropiada sobre la actuación y voluntad de las personas para obtener ventajas o beneficios. Tampoco permite que otras personas o entidades puedan utilizar esas prácticas con sus empleados. Por ello, incluye un apartado específico en el Código Ético y de Conducta.

La política anticorrupción de MAPFRE establece las normas básicas y el marco para prevenir y detectar prácticas corruptas en las operaciones relacionadas con las actividades del Grupo.

Los empleados no podrán solicitar o aceptar ni tampoco prometer, ofrecer o hacer, directa o indirectamente, obsequios, pagos, invitaciones, comisiones, compensaciones, favores o ventajas, de cualquier tipo para obtener una contraprestación o para tratar de influir de manera inapropiada en sus relaciones comerciales o profesionales con entidades públicas o privadas, funcionarios públicos, empleados, directivos o administradores de empresas u organismos públicos o de empresas privadas, organizaciones y partidos políticos, políticos o candidatos a cargos públicos.

Los empleados deberán informar a la empresa a través de su superior jerárquico o del Comité de Ética, de cualquier caso de corrupción o de intento de corrupción que conozcan o sobre el que tengan algún indicio razonable. Durante 2018 el Comité de Ética no ha recibido ninguna denuncia en este sentido.

Además, MAPFRE cuenta con un modelo de Prevención de Riesgos Penales, que incluye los principios para la prevención de ilícitos penales y detalla los mecanismos de supervisión y control.

Dada la importancia de este aspecto, en el último año se han dedicado un total de 4.214 horas en la formación de 5.725 empleados en materia anticorrupción.

## Prevención del fraude

[GRI 102-33/34; L.11/2018]

Combatir el fraude es clave y para protegerse el Grupo cuenta con una plataforma tecnológica antifraude corporativa orientada a la detección, prevención y el análisis del fraude en diferentes procesos de negocio y soporte.

Esta plataforma es el resultado de la combinación de la tecnología avanzada, grandes bases de datos y fuentes de información de dentro y fuera de la compañía, y experiencia interna acumulada en la lucha contra el fraude en MAPFRE, que se pone a disposición de las áreas de negocio que explotan todas sus funcionalidades para cumplir con sus objetivos y aumentar su rentabilidad.

## El respeto por las personas es una responsabilidad de toda la organización y se extiende tanto a las relaciones entre los empleados, independientemente de su posición en la empresa, como a las relaciones de los empleados con clientes, proveedores, colaboradores y demás grupos de interés

En un entorno cada vez más competitivo, con un incremento exponencial de las interacciones digitales en el negocio entre usuarios y compañías, es vital utilizar técnicas sofisticadas que permitan estar un paso por delante de los perfiles fraudulentos y todo ello aprovechando las sinergias internas del Grupo MAPFRE.

Por otra parte, MAPFRE dispone de un Modelo Operativo en materia de Lucha contra el Fraude, el cual está compuesto por diferentes dimensiones o áreas de trabajo; el organizativo, mediante la definición de las estructuras necesarias y funciones más óptimas, el diseño de procesos y procedimientos específicos para esta materia, la definición de las políticas y normativas, así como el diseño del mapa de indicadores, tanto Operativos como de Riesgos. La implantación de este modelo se ha realizado en la práctica totalidad de los países donde MAPFRE opera, mejorando sus resultados progresivamente.

Además, este año se ha impartido un total de 8.346 horas de formación en prevención del fraude a 7.539 empleados.

## Prevención del blanqueo de capitales

[GRI 102-33, 102-34; L.11/2018]

MAPFRE tiene establecidas políticas, procedimientos y órganos de control interno adecuados para prevenir y evitar operaciones relacionadas con el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo donde se establecen controles específicos sobre aquellas operaciones complejas o de naturaleza o importe inusual, o que no tengan un propósito económico o lícito aparente o que presenten indicios de simulación o fraude.

Todos los empleados y agentes de las entidades del Grupo MAPFRE obligadas por la normativa de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo reciben formación específica en la materia (con distinto grado de profundidad en función del nivel de riesgo en la materia de las actividades que desarrollan), con detalle de la manera de proceder en el caso de detectarse alguna operación sospechosa.

En 2018, 20.940 empleados han sido capacitados en este aspecto por medio de la formación dedicada a esta materia con un total de 32.035 horas invertidas.

## Seguridad

[GRI 410-1, 102-33, 102-34; L.11/2018]

Entre otros temas, MAPFRE centra su actuación en materia de seguridad en la protección de sus trabajadores e instalaciones, en la salvaguarda de la información y privacidad de sus clientes, empleados y resto de grupos de interés, y en la sostenibilidad y resiliencia de sus operaciones y de los servicios que presta.

— La protección de los trabajadores se materializa proporcionando un entorno de trabajo seguro consecuencia de la implantación, desde la fase de proyecto, y mantenimiento de medidas de protección de las instalaciones; la dotación de planes de autoprotección en los centros de trabajo; el diseño e implantación de medidas específicas en viajes y desplazamientos (especialmente a zonas con inestabilidad), incluyendo actuaciones de formación; y el apoyo directo y especializado ante la aparición de situaciones de riesgo o crisis.

— El compromiso con la privacidad y la seguridad de la información relativa a los clientes, empleados, proveedores y resto de grupos de interés 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 diversa índole, que permiten garantizar el cumplimiento de los principios relativos al tratamiento (“licitud, lealtad y transparencia”, “limitación de la finalidad”, “minimización de datos”, “exactitud”, “integridad y confidencialidad” y “responsabilidad proactiva”), respondiendo así a la confianza depositada en MAPFRE por clientes, empleados, accionistas y demás grupos de interés. En este sentido, durante 2018 se ha seguido trabajando intensamente en la adaptación de MAPFRE al nuevo Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (RGPD), habiéndose ejecutado un completo plan de formación en esta materia. Con el nuevo curso *online* de protección de datos, que ha sido actualizado de acuerdo con el nuevo RGPD, se ha formado a un total de 8.382 empleados a lo largo de este año. Por otro lado, a fin de posibilitar la más eficiente implantación del citado RGPD, se ha participado y colaborado con instituciones públicas y foros sectoriales.

— En términos de disponibilidad, se diseñan e implantan soluciones de continuidad de negocio destinadas a garantizar el mantenimiento de los servicios que se prestan a los clientes ante situaciones de contingencia grave, contribuyendo así a la sostenibilidad y resiliencia de las operaciones y de los servicios prestados. En este ámbito, los sistemas de gestión de continuidad de negocio de MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE RE y el Área de Operaciones de MAPFRE ESPAÑA han sido certificados por AENOR conforme a la norma UNE-ISO 22301, mejorando con ello el servicio ofrecido y añadiendo mayor grado de confianza a los clientes.

Asimismo, MAPFRE dispone de procedimientos, herramientas y personal altamente especializado destinados a garantizar que las nuevas iniciativas y sistemas de información corporativos incorporan desde su nacimiento criterios de seguridad destinados a minimizar los riesgos, proteger la privacidad de los datos y aumentar las capacidades de detección y respuesta a incidentes.



## Auditoría interna

[GRI 102-33, 102-34; L.11/2018]

MAPFRE considera que esta función de aseguramiento y consulta, y que se desarrolla con independencia y objetividad, ayuda a la organización a cumplir los objetivos aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control interno y gobierno corporativo.

El Área de Auditoría Interna tiene, con carácter general, las siguientes funciones:

— Supervisar la adecuación y eficacia del sistema de control interno y de otros elementos del sistema de gobierno.

— Cumplir con el plan anual de auditoría interna informando en cada trabajo de las deficiencias que hayan sido detectadas y recomendando la forma de resolverlas. Realizar un seguimiento sobre dichas recomendaciones.

— Revisar, de acuerdo con el plan anual de auditoría o según se determine, la fiabilidad e integridad de la información contable y financiera individual y consolidada y otra información de carácter económico elaborada por MAPFRE S.A., las sociedades dependientes, las unidades de negocio, las áreas territoriales, áreas regionales y áreas corporativas; así como la validez, suficiencia y aplicación de los principios y normativa contable y legal.

— Coordinar eficazmente la comunicación de la información entre el Consejo de Administración, a través del Comité de Auditoría y Cumplimiento, y los auditores internos y externos.

— Realizar un seguimiento continuo y actuaciones presenciales de auditoría interna, cuando así se determine, en adquisiciones, nuevos negocios, proyectos estratégicos y actividades en desarrollo, así como en los elementos clave de riesgo del plan estratégico.

— Apoyar a la organización en el cumplimiento de sus objetivos aportando profesionales en materias en las que pudieran requerir una opinión independiente o apoyo para su desarrollo (control interno, gestión de riesgos, organización, análisis de estados financieros, análisis de inversiones, etc.).

— Coordinar el trabajo de auditores externos y el análisis de sus conclusiones antes de que se eleven a definitivas.

— Recabar la información que sea precisa para apoyar al Comité de Auditoría y Cumplimiento de MAPFRE S.A., y a otros comités de Auditoría, que por obligación legal o bien de forma voluntaria se establezcan en las filiales, y a la presidencia ejecutiva de MAPFRE.





# 5



# Riesgos y oportunidades

[GRI 102-15, 102-30, 102-31, 205-1, 205-2, 205-3, 410-1, FS1, FS2, FS3; L.11/2018]

Para garantizar la administración eficaz de los riesgos, MAPFRE ha desarrollado un conjunto de políticas de Gestión de Riesgos que asignan las responsabilidades, establecen las pautas generales, los principios básicos y el marco de actuación para cada tipo de riesgo, asegurando una aplicación coherente en las entidades integrantes del Grupo.

El Consejo de Administración de MAPFRE S.A. establece el nivel de riesgo que el Grupo está dispuesto a asumir para poder llevar a cabo sus objetivos de negocio sin desviaciones relevantes, incluso en situaciones adversas. Ese nivel, articulado en sus límites y sublímites por tipo de riesgo, configura el apetito de riesgo del Grupo MAPFRE.

La estructura de MAPFRE está basada en unidades y sociedades con un alto grado de autonomía en su gestión. Los órganos de gobierno y dirección del Grupo aprueban las líneas de actuación de las unidades y sociedades en materia de gestión de riesgos y supervisan de forma permanente a través de indicadores y ratios su exposición al riesgo.

Desde el Área de Gestión de Riesgos del Grupo se tratan todos los aspectos significativos relativos a la gestión de riesgos, marcando directrices y criterios de referencia que son asumidos por las áreas de riesgo de las entidades individuales con las adaptaciones que sean necesarias.

Los órganos de gobierno reciben con periodicidad, al menos, trimestral información relativa a la cuantificación de los principales riesgos a los que está expuesto el Grupo y de los recursos de capital disponibles para hacer frente a ellos, así como información relativa al cumplimiento de los límites fijados en el apetito de riesgo.

El capital asignado se fija con carácter general de manera estimativa, en función de los presupuestos del ejercicio siguiente, y se revisa periódicamente a lo largo del año en función de la evolución de los riesgos, para garantizar el cumplimiento de los límites establecidos en el apetito de riesgo.

# Riesgos y oportunidades Ambientales, Sociales y de Gobierno (ASG)

[GRI 201-2, 102-15, 102-29, 102-31, 201-2, 410-1 FS2, FS3, FS5, FS9; L.11/2018]

La sostenibilidad es un concepto que se basa en tres pilares fundamentales: el desarrollo económico, social y ambiental. Por ello, la gestión de riesgos y de oportunidades de negocio asociadas a cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) son claves para contribuir al desarrollo sostenible.

Un adecuado seguimiento de estas cuestiones permite a la organización obtener información adicional sobre riesgos potenciales y entender mejor los movimientos y transformaciones sociales y las expectativas de los grupos de interés. En este sentido, el modelo de negocio de MAPFRE y su estrategia son un ejemplo de cómo la empresa afronta los desafíos globales en sostenibilidad, gestiona los riesgos ASG e innova en el desarrollo de productos y soluciones aseguradoras que beneficien a los clientes y a la sociedad en la que opera. (ver páginas 111 y 191).

La gestión de riesgos ASG ayuda en la toma de decisiones en áreas tan importantes como son la de suscripción, inversión, innovación en productos y servicios, sostenibilidad, medio ambiente y la gestión de la reputación, esta última esencial para generar confianza en los grupos de interés. Por ello, los riesgos ASG se integran de forma natural en los procesos de gestión y control que el Grupo tiene establecidos.

En 2018, MAPFRE se unió al proyecto piloto de UNEP FI de la ONU, junto a 15 aseguradoras líderes, para evaluar el impacto que tiene el cambio climático e incorporar las recomendaciones de la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) en el sector asegurador. Como aseguradora global, MAPFRE participa con el compromiso de contribuir a definir un estándar de actuación técnico-financiero para el conjunto del sector que permita ayudar, desde el seguro, a gestionar los riesgos y oportunidades de la transición hacia una economía baja en carbono, y a reducir el impacto del cambio climático para el conjunto de la sociedad. El cambio climático forma parte de la estrategia de MAPFRE en sostenibilidad.

## Riesgo de catástrofes naturales

Especial mención requiere la actuación de MAPFRE ante las catástrofes naturales donde una adecuada previsión de estos eventos y la correcta valoración de las pérdidas que pueden provocar son esenciales para la gestión de una compañía aseguradora, ya que de ello depende el impacto económico que la empresa tendrá que absorber y también la respuesta que podrá dar a sus clientes. En este sentido:

— El Área de Riesgos de la Naturaleza de MAPFRE RE y el departamento de Riesgos Catastróficos de MAPFRE GLOBAL RISKS, junto a las entidades locales de MAPFRE expuestas a estos peligros, trabajan activamente para hacer frente a los diversos retos que supone el continuo seguimiento de este tipo de eventos.

— Además, MAPFRE GLOBAL RISKS está trabajando en la ejecución de una iniciativa que permitirá hacer más eficiente el control de la exposición catastrófica en los 200 países en los que la compañía asegura actualmente más de 800.000 situaciones de riesgo.

## Productos y servicios

El desarrollo de soluciones aseguradoras en productos y servicios que den respuesta a los clientes para afrontar este tipo de riesgos se convierte en un reto y una oportunidad de negocio permanente.

En 2018 MAPFRE lanzó al mercado más de 40 productos en los ramos de Automóviles, Vida, Patrimoniales, Salud y Decesos entre otros. Además, tiene en cartera productos en los ramos de Automóviles, Vida, Hogar y Salud con coberturas básicas y primas reducidas para colectivos de bajo nivel de renta, para más información ver Nota 7.

En el ámbito medioambiental, las actuaciones dirigidas a los clientes se agrupan en tres categorías:

— **Gestión del riesgo ambiental**, que incluye coberturas de daños, responsabilidad civil y medioambiental, servicios para la identificación, análisis, evaluación y control de riesgos; y revisión y seguimiento de la evolución de los riesgos y medidas correctoras.

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

— **Servicios que favorecen la protección ambiental y el ahorro de recursos.**

Ver Nota 7 de este documento.



## Inversión socialmente responsable

MAPFRE está firmemente comprometida con la inversión socialmente responsable en el proceso de selección de sus inversiones, y ha lanzado al mercado una gama completa de productos que integran los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG o ESG por sus siglas en inglés).

En 2018 MAPFRE lanzó un nuevo fondo de Inversión, un nuevo fondo de pensiones y una Entidad de Previsión Social Voluntaria (EPSV), bajo la denominación de MAPFRE Crecimiento Responsable, que será gestionado por MAPFRE AM, y que cuenta con la asesoría de La Financière Responsable, la boutique de gestión de activos francesa especializada en inversión responsable en la que tiene una participación del 25%. Estos productos son los primeros de este tipo que se lanzan en España, e invertirá en acciones y títulos de renta fija de compañías europeas seleccionadas en base a sus cualidades ESG, con una estrategia que pondrá el foco en la preservación de capital. El fondo se distribuirá principalmente en España y Francia, y estará también disponible para inversores internacionales, mientras que el plan de pensiones y la EPSV solo en España.

Estos productos de inversión se complementan con el fondo MAPFRE Good Governance Fund. Este último se lanzó al mercado en 2017 y combina la inversión en valor y el buen gobierno corporativo. Se trata asimismo del primer fondo de este tipo que se gestiona y comercializa en España.

Esta gama de productos se enmarcan en el compromiso de MAPFRE con un modelo de creación de valor sostenible, en línea con los Principios de Inversión Responsable (PRI), a los que el Grupo está adherido. Los seis principios de actuación de PRI forman parte de los criterios de inversión establecidos en el Plan Anual de Inversiones mobiliarias e inmobiliarias. Este plan define la política de actuación de MAPFRE en esta materia.

Desde 2017, el grupo cuenta con un modelo propio de análisis ESG de la cartera. Las conclusiones del análisis ESG se analizan tanto en el Comité de Inversiones como en el Comité de riesgos de la gestora en España. En este último, se ha incorporado como asesor externo la Directora de Sostenibilidad del grupo MAPFRE.

Por otra parte, MAPFRE tiene creado un grupo de trabajo interno ISR, multidisciplinar, que reporta directamente al Director General de Corporativo de Inversiones y que cuenta con dos miembros con el certificado CEESGA (Environmental Social and Governance Analyst) expedido por The European Federation of Financial Analysts Societis (EEFAS). Este grupo da soporte a los gestores de fondos en la incorporación de criterios ASG y de análisis de impacto en sus procesos de inversión.

**En 2018 MAPFRE lanzó un nuevo fondo de Inversión, un nuevo fondo de pensiones y una EPSV, bajo la denominación de MAPFRE Crecimiento Responsable, que será gestionado por MAPFRE AM, y que cuenta con la asesoría de La Financière Responsable, la boutique de gestión de activos francesa especializada en inversión responsable en la que tiene una participación del 25%**



6

# Creación de valor compartido: SOMOS SOSTENIBLES

## POR QUÉ MAPFRE ES UN VALOR DIFERENCIAL

### Valoración comparable atractiva



#### Gestión

- Riguroso **control técnico** del negocio
- **Estricta gestión** de capital y riesgos
- **Multirramo** y **multicanalidad**
- **Diversificación geográfica**



#### Cultura

- Compañía **independiente**
- Equipo **humano** como valor clave de la organización
- Responsable y **comprometida** con ASG



#### Valor

- **Estabilidad** accionarial
- Compañía **predecible**
- Política de dividendos **competitiva**



#### Estrategia

- Enfoque **multicanal**
- **Estructura interna** reforzada (local, regional, corporativa)
- Foco en el **cliente**
- **Sistemas de información y equipos** profesionales para lograr la excelencia
- **Tecnología** y **servicio digital** como aliados
- Mayor **autogobierno y control**
- **Desafío agentes**

## 6.1. Dimensión financiera

[GRI 102-2, 102-6, 102-7, 201-1]

### SOMOS SOLVENCIA

Nuestro modelo de negocio se construye desde la base de una fortaleza financiera y una estrategia de resultados sostenibles en el tiempo, que es lo que garantiza que podamos cumplir con todas las obligaciones que contraemos con nuestros grupos de interés.

*¿En qué estamos trabajando para crear valor?*

- Fondos propios
- Inversiones
- Operaciones de financiación
- La acción de MAPFRE



La Solvencia constituye uno de los valores fundamentales de MAPFRE que ayuda a desarrollar la Misión y alcanzar la Visión del Grupo.

Los pilares en los que se apoya el Grupo y que contribuyen a su Solvencia y a la generación de valor a los grupos de interés son:

## Fondos propios

### Patrimonio Neto

# 9.198

millones de euros

Patrimonio atribuido a la Sociedad dominante

# 7.994

millones de euros

El patrimonio neto consolidado ha alcanzado la cifra de 9.197,6 millones de euros a 31 de diciembre de 2018, frente a 10.512,7 millones de euros a 31 de diciembre de 2017. De la citada cantidad, 1.203,8 millones de euros corresponden a la participación de los accionistas minoritarios en las sociedades filiales, principalmente entidades financieras en España y Brasil con las que MAPFRE mantiene acuerdos de bancaseguros. El patrimonio atribuido a la Sociedad dominante consolidado por acción representaba 2,60 euros a 31 de diciembre de 2018 (2,8 euros a 31 de diciembre de 2017).

## Inversiones

### Cartera de Inversión

# 49.274

millones de euros

Renta Fija

# 36.518

millones de euros

MAPFRE gestiona sus inversiones considerando los riesgos asumidos y tomando riesgos asumibles. La política de inversiones del Grupo está orientada a poder cumplir con los compromisos de los asegurados y persigue la conservación del valor de los activos lo que hace necesaria una política prudente de selección de inversiones y de asunción de riesgos.

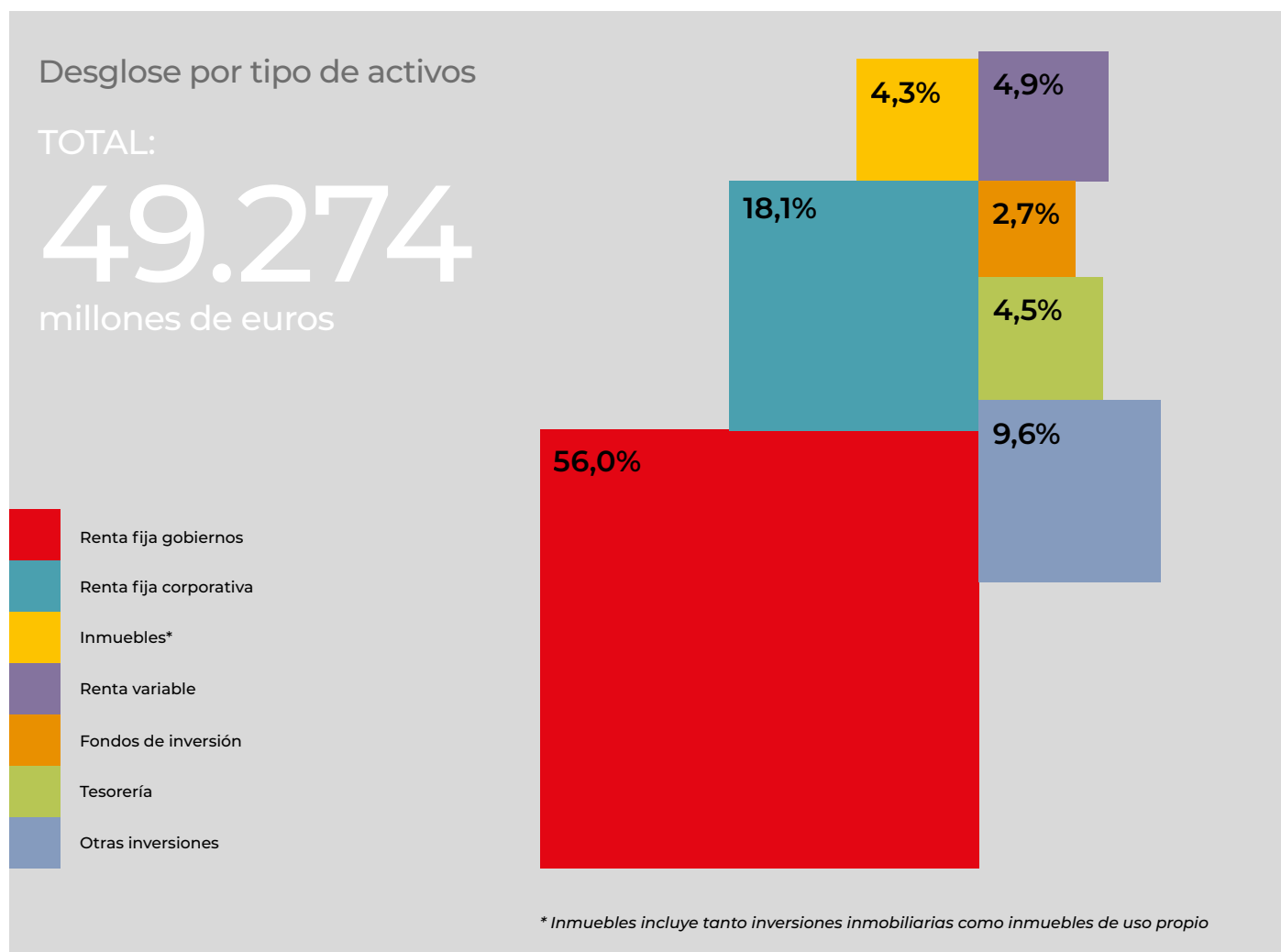
MAPFRE busca desarrollar un negocio solvente y rentable, pero siempre con un comportamiento sostenible hacia nuestro entorno.



## Principios básicos de la política de inversiones

INVERSIONES MOBILIARIAS	INVERSIONES INMOBILIARIAS
— Principio de cobertura de los compromisos asegurados	— Principio de prudencia
— Principio de prudencia	— Principio de rentabilidad
— Principio de seguridad operativa	— Principio de liquidez
— Principio de liquidez	— Homogeneidad
— Principio de rentabilidad	— Principio de cobertura de los compromisos asegurados
— Principio de responsabilidad	— Eficiencia en la gestión
— Principio para la inversión sostenible	— Relación con intermediarios y colaboradores externos en general
	— Eficiencia energética y sostenibilidad medioambiental

El detalle de la cartera de inversión por tipo de activos se muestra a continuación:





## Desglose de la cartera de Renta Fija por área geográfica y por tipo de activos

CONCEPTO	Gobiernos	Total Deuda Corporativa	TOTAL
España	15.997,8	1.853,5	17.851,3
Resto de Europa	5.049,7	3.951,2	9.000,9
Estados Unidos	1.347,3	2.094,3	3.441,5
Brasil	2.871,6	1,8	2.873,4
Latinoamérica - Resto	1.805,1	712,9	2.517,9
Otros países	524,5	308,0	832,5
<b>TOTAL</b>	<b>27.595,9</b>	<b>8.921,6</b>	<b>36.517,5</b>

Cifras en millones de euros

## Operaciones de financiación

### Estructura de capital

# 11.868

millones de euros

### Deuda

# 2.670

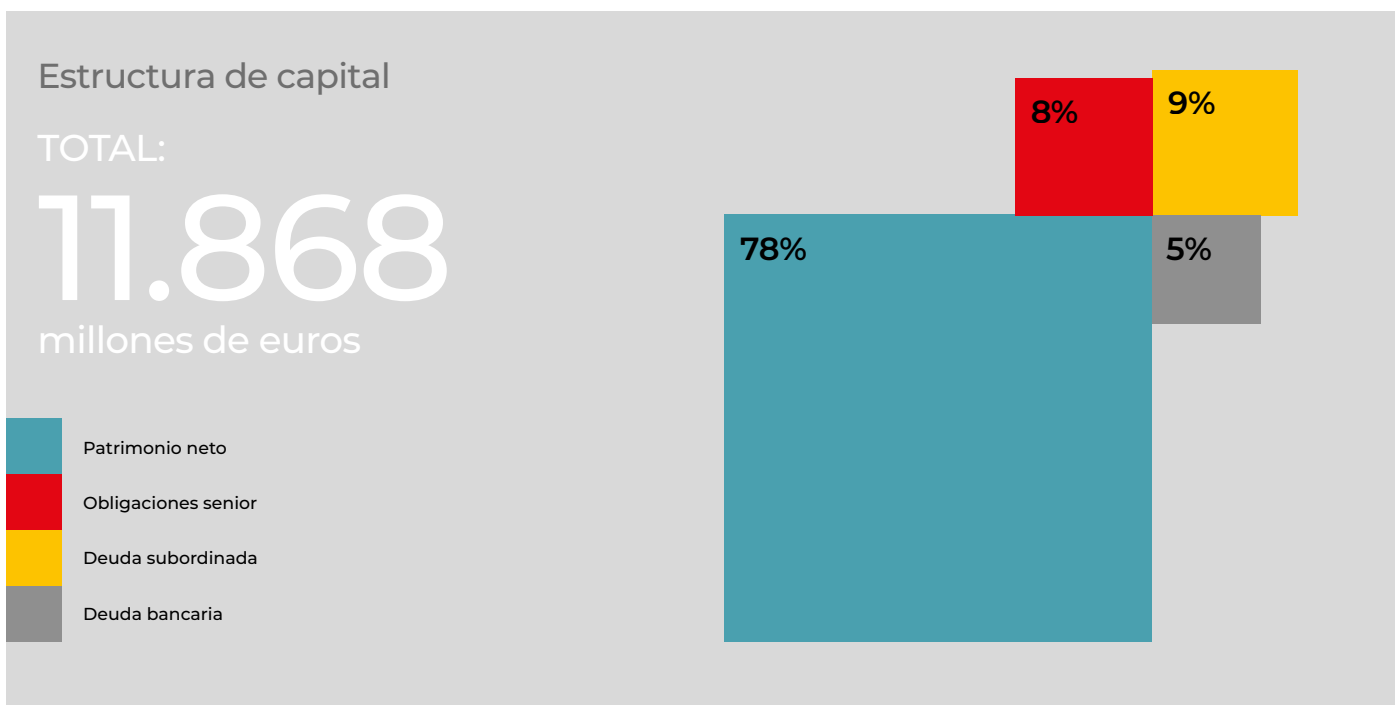
millones de euros

### Patrimonio Neto

# 9.198

millones de euros

En el cuadro a continuación se detalla la composición de la estructura de capital al cierre del ejercicio 2018:



La estructura de capital asciende a 11.868 millones de euros, de los cuales el 78% corresponde a patrimonio neto.

Durante el segundo semestre de 2018, MAPFRE cerró una nueva emisión de obligaciones subordinadas a 30 años, por importe de 500 millones de euros, con opción de amortización a los 10 años, que se colocó entre más de 80 inversores de diversos países.

### Ratios de apalancamiento

El Grupo tiene un ratio de apalancamiento del 22,5%, con un aumento de 4,4 puntos porcentuales con relación al cierre del ejercicio 2017.

El siguiente cuadro detalla la evolución de los ratios de apalancamiento del Grupo:

CONCEPTO	Diciembre 2018
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>9.197,6</b>
<b>DEUDA TOTAL</b>	<b>2.670,3</b>
Beneficios antes de impuestos	1.330,5
Gastos financieros	76,5
Beneficios antes de impuestos & gastos financieros	1.407,0
Apalancamiento	22,5%
Patrimonio / Deuda	3,4
Beneficios antes de impuestos & gastos financieros / gastos financieros (x)	18,4

*Cifras en millones de euros*

En el primer trimestre de 2018 MAPFRE transformó su línea de crédito sindicado de 1.000 millones de euros (que vencía en diciembre de 2021) en un préstamo sostenible, convirtiéndose así en la primera aseguradora del mundo en realizar una operación de este tipo para necesidades generales corporativas y reforzando su apuesta por la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa.

Para fijar el tipo de interés se tiene en cuenta no solo el rating crediticio de MAPFRE sino también la evolución de parámetros de sostenibilidad de la compañía.

MAPFRE reafirma así su apuesta por la sostenibilidad en todos los ámbitos de la organización y su compromiso por ser una empresa socialmente responsable y comprometida con el entorno y la sociedad, además de reducir el coste de financiación, ampliar el plazo y asegurarse unas condiciones más ventajosas, dada la evolución de los mercados financieros.

## La acción de MAPFRE

Resultado del ejercicio atribuible  
a la Sociedad dominante

# 529

millones de euros

Beneficio por acción

# 0,17

euros

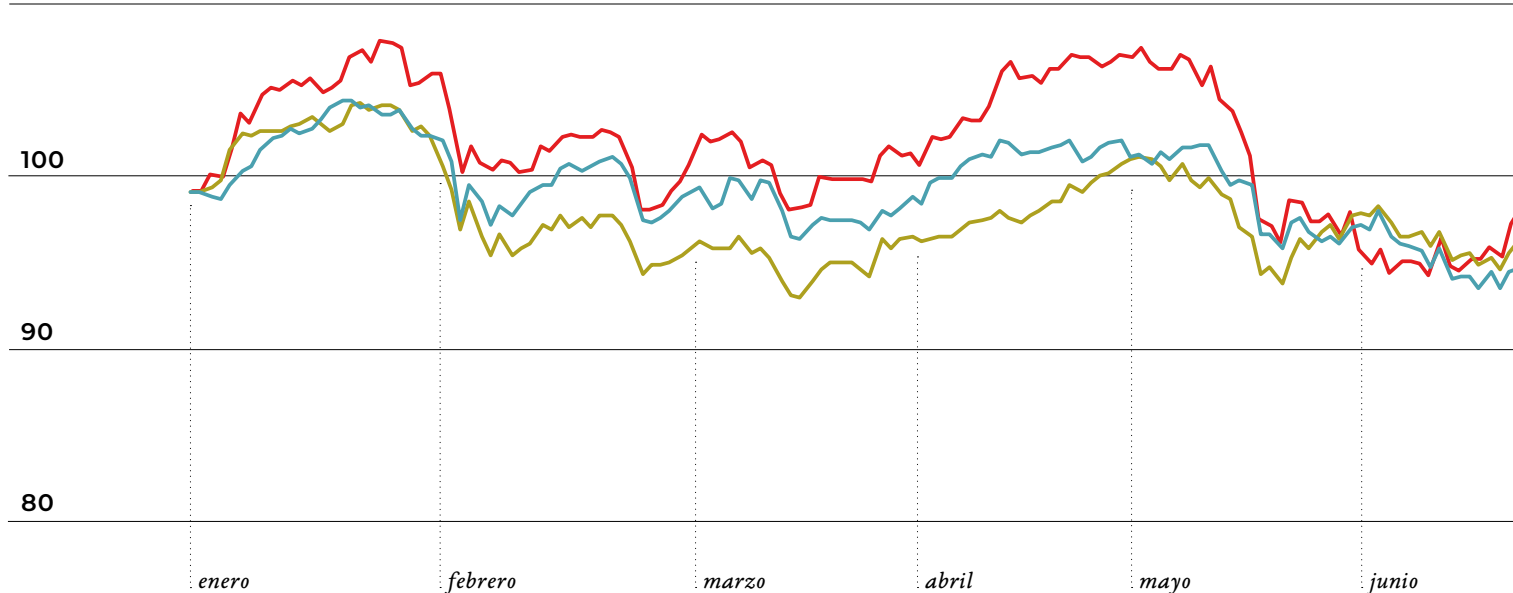
A continuación, se detalla la información de la acción MAPFRE, que muestra una evolución favorable.

### Información bursátil

CONCEPTO	31/12/2018
Total acciones en circulación	3.079.553.273
Capitalización bursátil (millones de euros)	7.144,6
Valor acción (euros)	2,320
Valor contable por acción	2,60
Dividendo por acción (últimos 12 meses)	0,145
Valor nominal acción (euros)	0,1



## 110 Evolución de la acción: 1 de enero de 2018 – 31 de diciembre de 2018

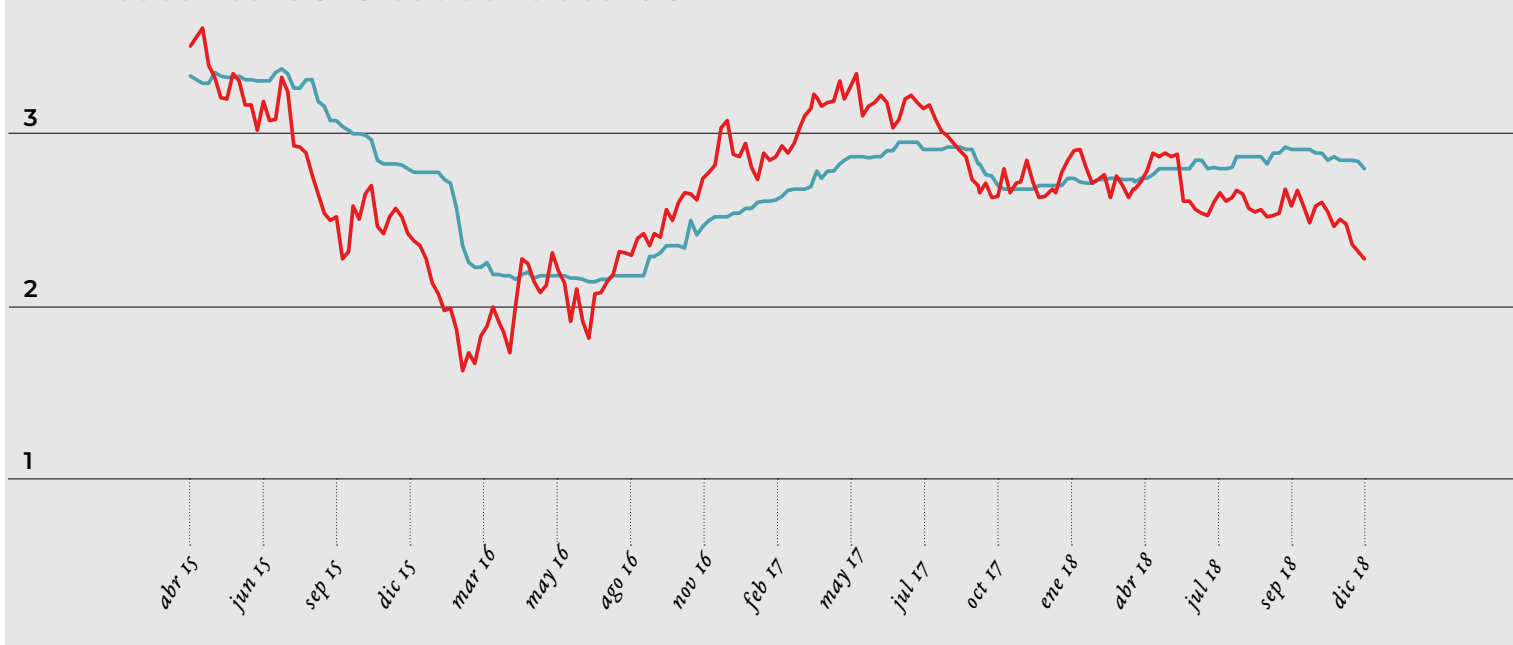


## 4 Precio objetivo (media facilitada por los analistas) y cotización:

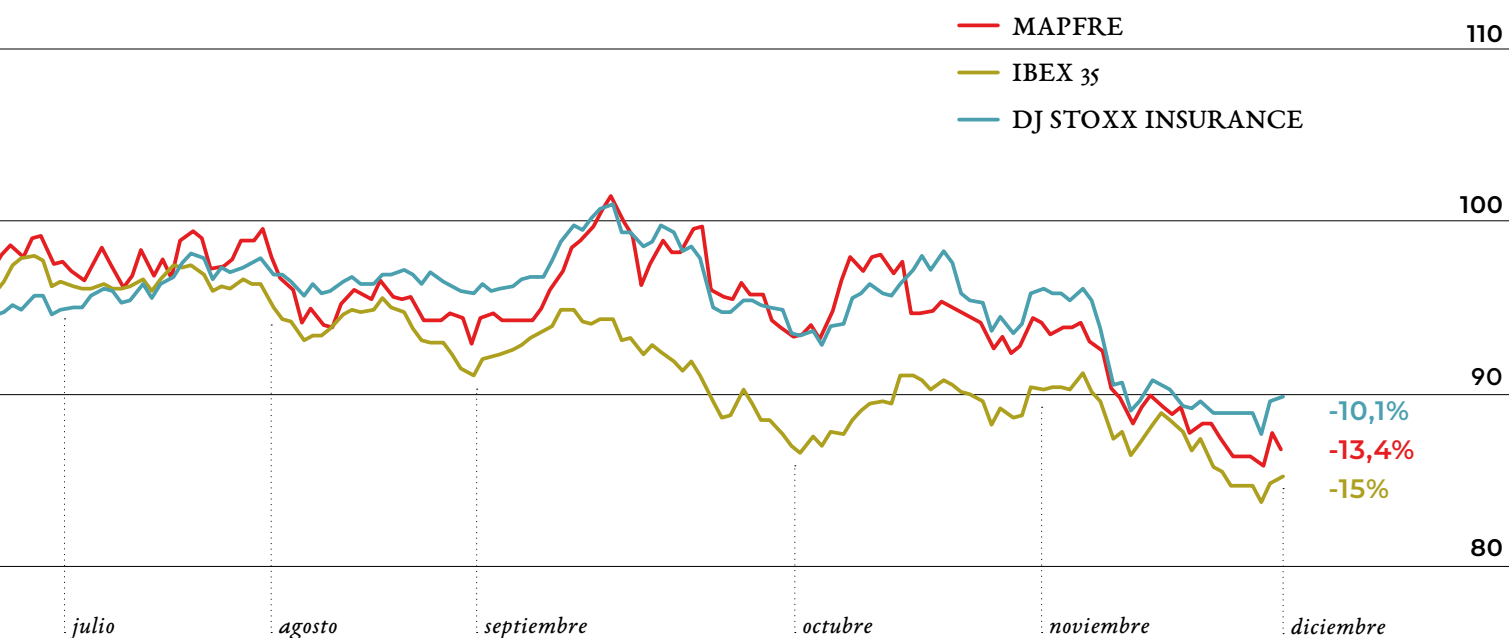
1 de abril de 2015 – 31 de diciembre de 2018

— Precio objetivo

— Precio acción



El dividendo que se propone a la Junta General como dividendo complementario del ejercicio 2018 es de 0,085 euros brutos por acción. Por lo tanto, el dividendo total con cargo a los resultados del ejercicio 2018 asciende a 0,145 euros brutos por acción, lo que supone ratio de *payout* del 84,4%.



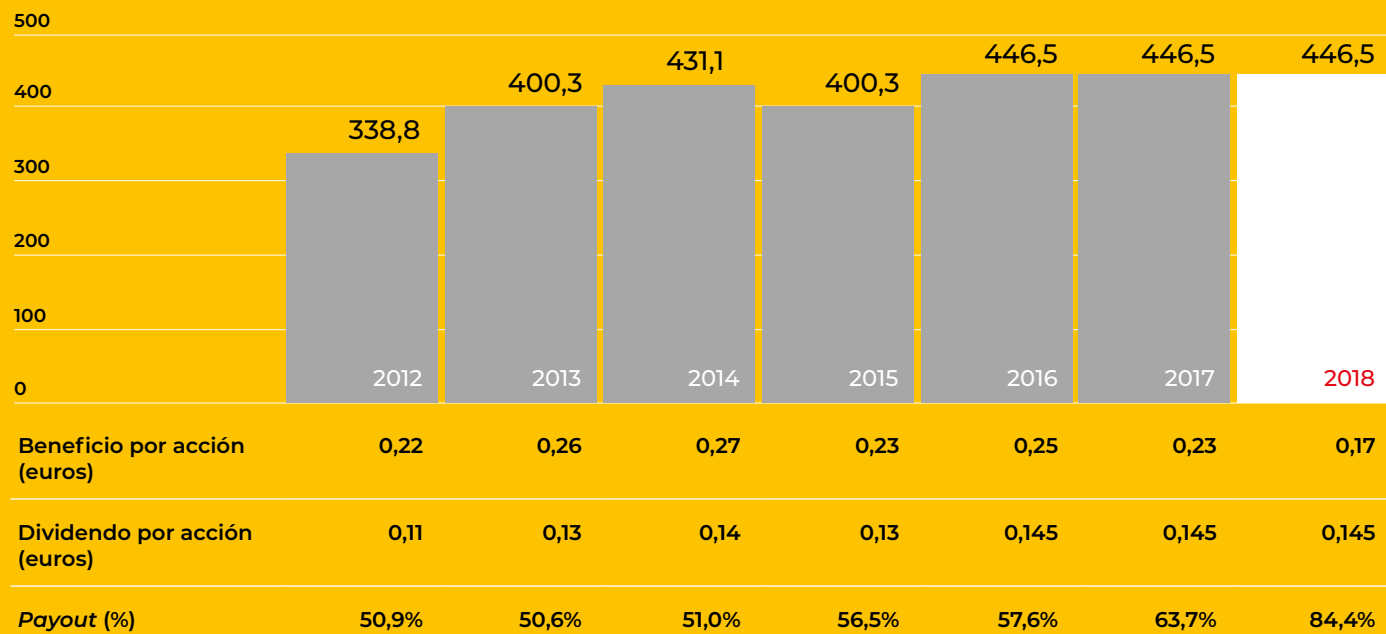
## Dividendo y payout

La política de dividendos del Grupo establece que la remuneración a los accionistas debe estar vinculada al beneficio, la solvencia, la liquidez y los planes de inversión de MAPFRE, y alineada con los intereses de todos sus accionistas.

El compromiso del Grupo con los accionistas es claro y consistente, como lo demuestra la rentabilidad que les ofrece.

## Dividendos pagados con cargo a resultados

Cifras en millones de euros





## 6.2. Dimensión productiva



### SOMOS SERVICIO

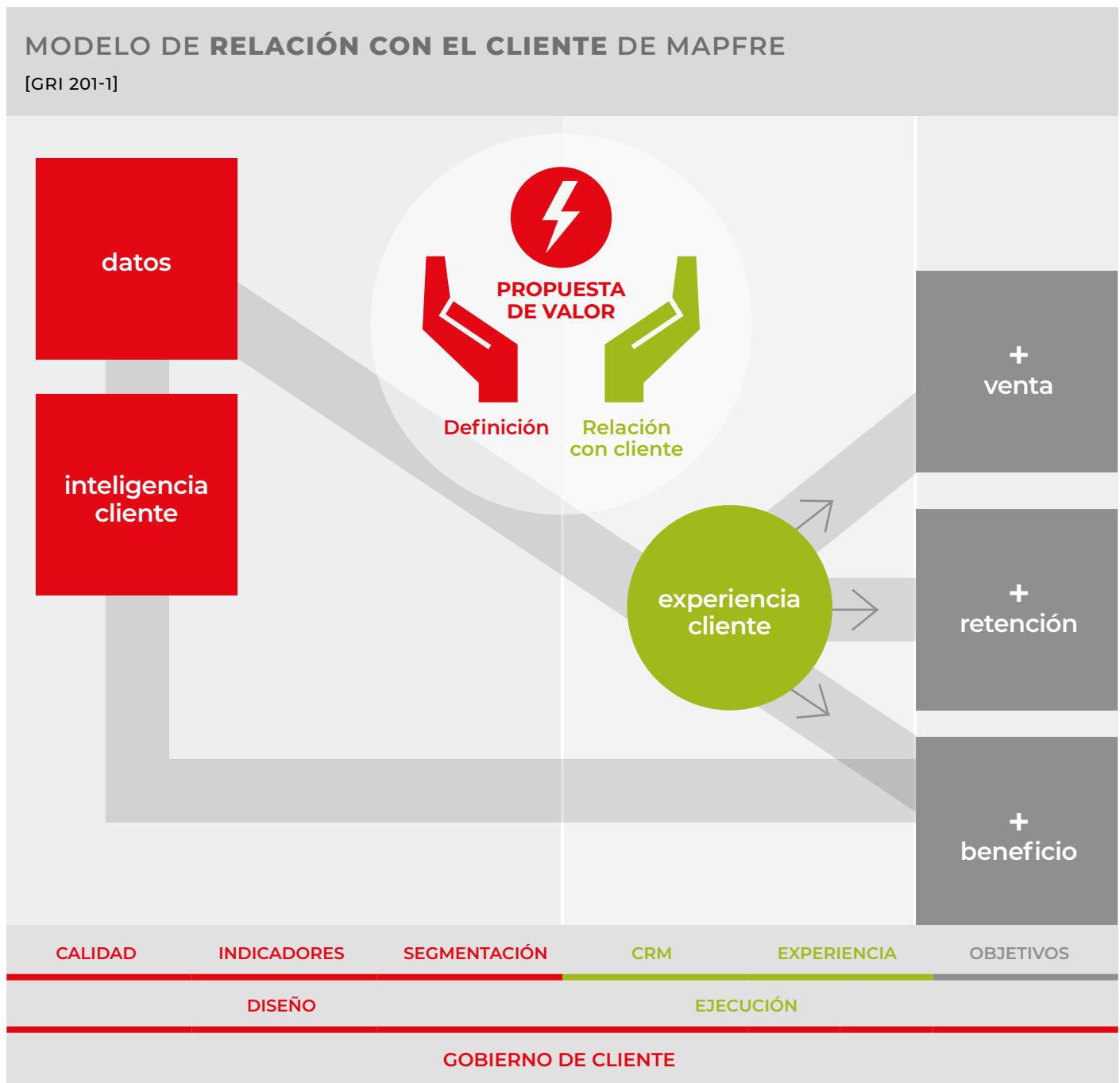
Organizamos nuestra actividad pensando en el cliente, que es el centro del negocio y le estamos acompañando en el proceso de transformación anticipando para ellos las soluciones aseguradoras digitales que van a necesitar.

*¿En qué estamos trabajando para crear valor?*

- Modelo de relación con el cliente
- Negocio digital
- Proveedores
- Calidad



## Modelo de relación con el cliente



El Modelo de Relación con el Cliente, en el que se ha seguido trabajando durante 2018, persigue aumentar las ventas, la retención y por tanto el beneficio, a través un ciclo de actividades que van desde la experiencia del cliente hasta la calidad del dato. Y para dar cobertura a cada una de estas actividades, tanto en la fase de diseño como en la de ejecución de la propuesta de valor, la iniciativa se estructura en cuatro vectores:

— **Calidad de los datos:** permite transformar el dato en información útil para conocer mejor al cliente y construir la propuesta de valor.

— **Segmentación:** posibilita diferenciar entre los distintos tipos de cliente y ofrecerles la propuesta de valor adecuada en base al conocimiento de cada uno de ellos.

— **Customer Relationship Management (CRM):** facilita que la propuesta de valor llegue a los canales de gestión y, por tanto, a los clientes.

— **Experiencia Cliente:** permite escuchar la valoración del cliente y retroalimentar el modelo en un ciclo de mejora continua.

Este modelo busca mejorar la relación con los cerca de 29 millones de clientes que MAPFRE tiene en las operaciones de la unidad de seguros a cierre del ejercicio 2018:

<i>Área Regional</i>	Nº Clientes Particulares	Nº Clientes Empresa
IBERIA	6.655.187	385.694
BRASIL	10.634.497	509.398
LATAM SUR	3.778.893	192.846
LATAM NORTE	882.762	139.732
NORTEAMÉRICA	1.777.665	123.451
EURASIA	3.607.603	117.102

## Omnicanalidad en la distribución y atención al cliente

MAPFRE apuesta por la distribución omnicanal, adaptando su estructura comercial a las distintas legislaciones donde opera. En 2017, se diseñó el Modelo Global MAPFRE de Desarrollo de Redes Agenciales, que ha servido para dar un fuerte impulso a la creación de red propia. En 2018, se ha complementado con el Modelo de Oficina Directa y el Modelo de Oficina Delegada. Asimismo, el modelo de Desarrollo de Redes Agenciales se seguirá consolidando gracias al Aula de Ventas, un espacio virtual donde los equipos comerciales de todo el mundo reciben formación.

Adicionalmente a la red propia, MAPFRE mantiene una fuerte relación con los corredores y brokers, que suponen una parte importante de la distribución de seguros a nivel mundial.

MAPFRE tiene varios acuerdos con bancos e instituciones financieras. En este sentido son especialmente destacables los acuerdos con BANKIA y BANKINTER en España, BANCO DO BRASIL en Brasil, BANK OF VALLETTA en Malta, y BHD en República Dominicana. Asimismo, también cuenta con acuerdos con empresas de servicios y asociaciones que distribuyen productos de MAPFRE a sus clientes y a sus socios (empresas o particulares).

### *Formación total a distribuidores 2018*

	Horas	Asistentes
<b>Formación Comercial</b>		
Multimedia	1.391.682	28.941
Presencial	457.541	26.014
<b>Formación Transversal</b>		
Multimedia	69.574	24.789
Presencial	24.664	6.613
<b>Formación Técnica</b>		
Multimedia	44.924	15.488
Presencial	33.982	8.433

	IBERIA	LATAM	INTERNACIONAL	
<b>OFICINAS</b>				<b>86.564</b> mediadores
Directas y delegadas	3.084	1.629	543	
Bancaseguros	2.329	4.941	-	
<b>MEDIADORES</b>				<b>12.526</b> oficinas
Agentes	9.850	18.106	9.786	
Delegados	2.753	3.952	121	
Corredores	5.311	34.624	2.061	

Un canal creciente y con potencial de desarrollo son los acuerdos de distribución con entidades no financieras, como *retailers*, concesionarios, proveedores de *utilities*, con los que MAPFRE también tiene acuerdos, entre los que destaca, por ejemplo, el que se ha firmado en Centroamérica con el Grupo Monge, de venta de electrodomésticos y muebles.

Especialmente significativo es el acuerdo alcanzado entre MAPFRE y Amazon en España, que incluye la creación de la primera oficina virtual de una empresa de seguros en el marketplace de Amazon o la participación en el programa “Amazon Familia” que la plataforma destina al apoyo y cuidado de las familias. Este acuerdo, cuya fase inicial se llevará a cabo en el mercado español, podría ampliarse posteriormente al resto de mercados internacionales donde MAPFRE está presente.



## Centros de Servicio al cliente

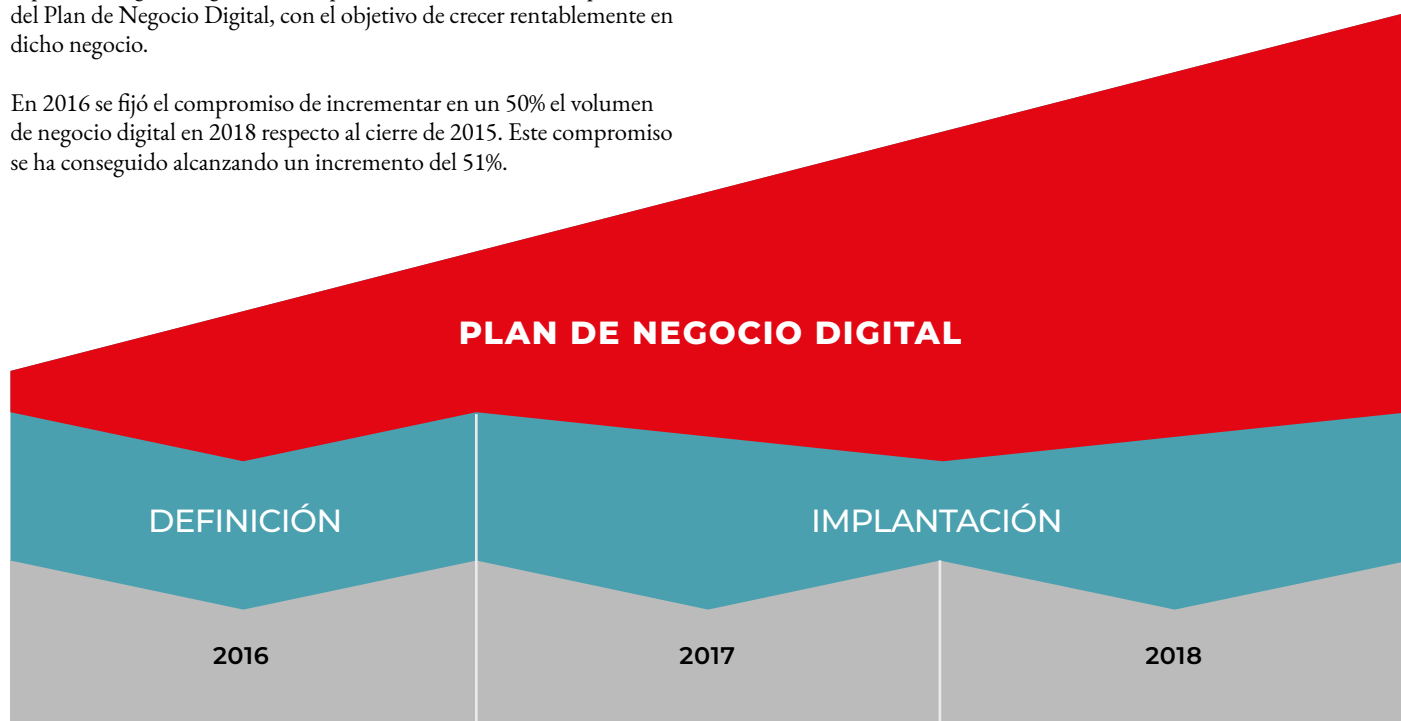
Para dar respuesta a las necesidades de los clientes y garantizar el mejor servicio posible, el Grupo cuenta con los siguientes centros de servicios repartidos por los países donde opera:

<i>Centros de Servicio</i>	Número	Países
Centros propios de peritación y pago rápido	301	15
Centros propios de servicio al automóvil	35	2
Unidades de diagnóstico del automóvil	13	4
Talleres con acuerdos	11.280	25
Talleres propios	10	3
Centros de investigación y desarrollo	7	7
Policlínicos de salud propios	21	3
Clínicas con acuerdos	14.565	18
Clínicas dentales propias	6	1
Centros de gestión de negocio de empresas	44	6

## Negocio digital

MAPFRE ha adaptado la estrategia a la nueva realidad para seguir siendo uno de los líderes aseguradores globales del siglo XXI. Se ha aumentado el peso del negocio digital en sus operaciones, a través de la implantación del Plan de Negocio Digital, con el objetivo de crecer rentablemente en dicho negocio.

En 2016 se fijó el compromiso de incrementar en un 50% el volumen de negocio digital en 2018 respecto al cierre de 2015. Este compromiso se ha conseguido alcanzando un incremento del 51%.



Incrementar un **50%** las **PRIMAS** Negocio Digital

**▲ 50%**



Las líneas de actuación que se han desarrollado son:

— **Estrategia y rendimiento del negocio digital:** se ha definido un marco de referencia para el desarrollo del negocio digital, basado en la modelización del negocio, contemplando las diferentes tipologías de venta de pólizas digitales y sirviendo de guía para las diferentes operaciones de MAPFRE adaptándose según las necesidades y la realidad de la operación.

Así mismo, se ha trabajado en la definición de los indicadores de rendimiento para el negocio digital que permita medir de manera homogénea las diferentes operaciones y ayuden a la toma de decisiones.

Adicionalmente, se ha puesto en marcha la compartición global de buenas prácticas permitiendo replicar el conocimiento entre las diferentes operaciones y su rápida adopción de las mismas.

Finalmente, se ha avanzado significativamente en la digitalización de las operaciones, habiéndose gestionado en 2018 más de 10 millones de transacciones con automatización inteligente. Además, se han desarrollado casos de uso de Big Data Analytics e Inteligencia Artificial como en el avance de valoración predictiva de daños en vehículos, progresando así en la mejora operativa.

— **Marketing digital:** se han realizado acciones que han permitido mejorar el conocimiento de los clientes y ofrecerles en cada momento aquello que necesitan. Para ello, el uso del gestor de campañas digitales ha sido fundamental permitiendo optimizar la inversión en marketing. También se han empezado a llevar a cabo acciones en redes sociales y en otros medios digitales de manera óptima.

— **Técnico digital:** el control de los riesgos y, por tanto, tener medidas para la prevención del fraude en la contratación digital, así como la optimización del precio en las renovaciones son acciones que se han realizado durante este año. Especial mención por los resultados obtenidos merecen los trabajos realizados en VERTI España, que posteriormente se replicarán en el resto de operaciones digitales del Grupo.

— **Venta y retención de clientes:** se han implantado herramientas para la cotización y contratación *online*. Ejemplo de esto son los tarificadores y contratadores “inteligentes” que se han diseñado poniendo al cliente en el centro, con foco en la experiencia de cliente y con una alta capacidad de personalización.

La implantación de modelo ROPO (Research Online Purchase Offline) permite a los clientes realizar la búsqueda de sus seguros o servicios en la red y cerrar la compra en los canales *off-line*. Estas acciones contribuyen a la optimización de los costes de adquisición.

También se ha fomentado el autoservicio con importantes productos y servicios gestionables, a través de plataformas móviles como, por ejemplo, la nueva App Salud en MAPFRE ESPAÑA.

## Nueva App Salud en MAPFRE ESPAÑA



El cliente puede disponer, de una manera más rápida y sin complicaciones, de toda la información de la póliza, gestionar todo tipo de autorizaciones sanitarias, pedir citas médicas o acceder a su cuadro médico completo, entre otras novedades.

— **Comparadores digitales de precio:** se han realizado acciones para la sofisticación en tarificación y suscripción, ofreciendo el mejor precio posible. Se ha trabajado para conseguir un posicionamiento dinámico en los comparadores digitales de precio y todo ello está basado en la construcción y aplicación de metodologías y procedimientos para que MAPFRE compita de manera rentable en los países donde tiene presencia.

Dentro de la Universidad Corporativa y en el aula de Negocio Digital se ha creado un nuevo programa en formación en comparadores de precio dirigido a más de 400 empleados.

## Proveedores

[GRI 102-9, 102-10, 204-1, 308-1, 308-2, 408-1, 409-1, 410-1, 412-3; 412-1, 412-2; LEY 11/2018]

MAPFRE tiene el objetivo garantizar un proceso ético y socialmente responsable en la actuación de todos los intervinientes en la cadena de suministro, todo ello, consiguiendo un adecuado nivel de calidad en las contrataciones y servicio a los clientes, y un incremento del control interno en todas las fases del proyecto.

Para ello, MAPFRE cuenta con una norma de Compras, que tiene por objeto establecer los criterios y principios de obligado cumplimiento que debe observarse en cualquier contratación que se realice en nombre de MAPFRE.

Además, en 2017 se revisó el Código Ético y de Conducta del Grupo que establece un apartado específico para proveedores y empresas colaboradoras que determina el marco en el que se tienen que desarrollar la relación. El código establece un canal específico de denuncias, a través del que podrán dirigirse confidencialmente al Comité de Ética.

El Grupo trabaja con más de 152.000 proveedores, diferenciando entre proveedores de servicio o específicos (aquellos que realizan prestaciones derivadas de los contratos de seguro o de servicios ofrecidos por las empresas aseguradoras del Grupo o sus filiales a sus clientes) y proveedores de soporte o generales (aquellos que no tienen como objeto a los asegurados sino a la empresa y sus actividades de gestión como suministros, firmas de consultoría, impresión, etc.). La siguiente tabla muestra su desglose por número y coste total:

	IBERIA		LATAM		INTERNACIONAL	
	Número de proveedores	Coste (millones €)	Número de proveedores	Coste (millones €)	Número de proveedores	Coste (millones €)
<b>De servicios</b> (Específicos)	64.615	1.609	31.026	668	37.864	517
<b>De soporte</b> (Generales)	3.589	431	8.538	307	6.389	299



Para fortalecer la relación con el proveedor y proporcionar un mejor servicio al cliente, MAPFRE pone a disposición de los proveedores diversos materiales, dossieres formativos, herramientas y cursos *online* y presenciales, que facilitan su labor y aportan conocimientos sobre modificaciones legislativas, desarrollos tecnológicos y otros temas relevantes en el ámbito de la sostenibilidad.



## Modelo de gestión de proveedores de servicio

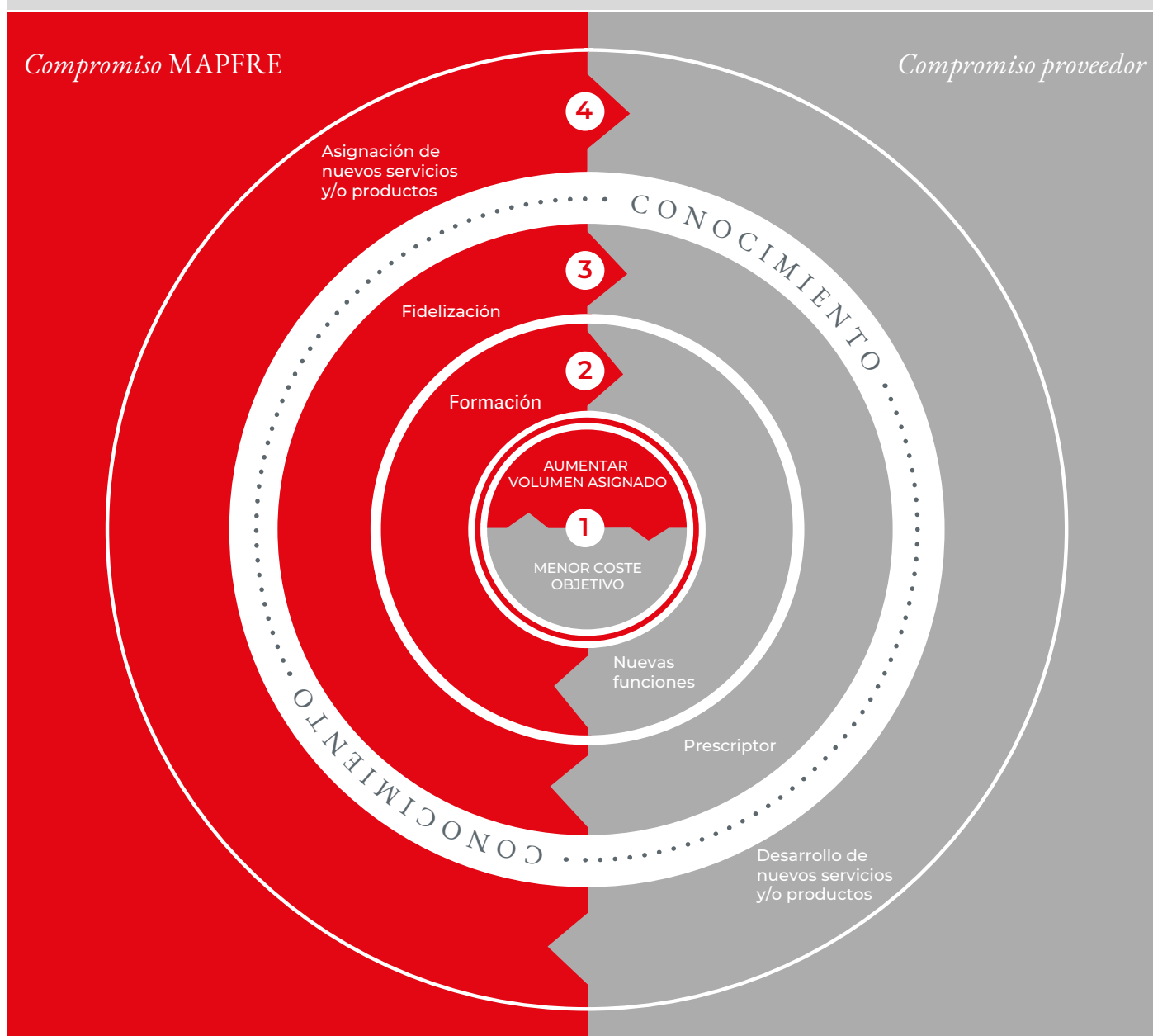
Los proveedores de servicio son, en muchos casos, la parte que interactúa directamente con el cliente en nombre de MAPFRE. Por ello, dada su relevancia, la empresa tiene un modelo específico de gestión de los proveedores de servicio, desarrollado en el marco de la iniciativa estratégica de “Proveedores como Embajadores de Marca”.

El modelo se basa en la aplicación de los principios generales que son la orientación al cliente, la optimización del contacto con cliente, el





compromiso bidireccional, el valor del proveedor, la categorización de proveedores y la optimización del coste.

Este modelo de contribución común implica una continua retroalimentación de los compromisos entre MAPFRE y proveedor, de manera que todo escalado en el modelo implica el establecimiento de nuevos compromisos por ambas partes. Obviamente, estos compromisos están nivelados en función de la categoría de proveedor a la que se haga referencia.

## MODELO DE CONTRIBUCIÓN COMÚN



Categoría del proveedor definido por MAPFRE y compromisos mutuos:

	<i>Compromiso MAPFRE</i>	<i>Compromiso Proveedor</i>
<b>CONOCIDO</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Relación transaccional: colaboración esporádica bajo acuerdo, limitado a la prestación y el pago de servicios</li> </ul>	
<b>RECOMENDADO</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>— <b>Asignación puntual de servicios derivada de necesidades estratégicas y/u operativas</b></li> <li>— <b>Profesionalidad y solvencia en la liquidación de servicios</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Prestación de servicios de calidad y valor añadido</li> <li>— Cumplimiento de los requisitos legales</li> <li>— Adopción y cumplimiento de Responsabilidad Social Corporativa</li> <li>— Integridad en la ejecución de los servicios</li> </ul>
<b>RECOMENDADO+</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>— <b>Voluntad por maximizar la capacidad del proveedor asignándole más servicios</b></li> <li>— <b>Formación técnica y de nuevas funciones</b></li> <li>— <b>Ampliación de la cartera de servicios del proveedor</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Participación del modelo económico de MAPFRE</li> <li>— Integración con los procesos de gestión del servicio de MAPFRE</li> </ul>
<b>EMBAJADOR</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>— <b>Prioridad en la asignación</b></li> <li>— <b>Propuesta de nuevas oportunidades de colaboración</b></li> <li>— <b>Reconocimiento de la contribución al desarrollo de negocio de MAPFRE</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Prescripción de la marca MAPFRE</li> <li>— Participación en la gestión del servicio</li> <li>— Colaboración en el desarrollo de nuevos productos y servicios</li> </ul>

El proyecto Proveedores como Embajadores de Marca se está implementando en la actualidad en 24 países. En 2018, se ha trabajado en impulsar en cada país los proyectos de transformación resultantes de la implantación del modelo, así como para controlar los indicadores de eficiencia y calidad principales del proyecto.

La red de proveedores de servicio MAPFRE dará prioridad a los proveedores denominados “Embajadores” en la asignación de servicios, dado que representan una extensión de la compañía y cuentan tanto con parámetros de calidad superiores como con unos costes más contenidos.

## Homologación ASG de Proveedores

[GRI 308-1, 308-2, 410-1; L.11/2018]

Dentro del marco del Plan de Sostenibilidad del Grupo MAPFRE 2016-2018 se puso en marcha un proyecto para revisar y ampliar la homologación de proveedores tanto de soporte como de servicio en términos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).

Esta homologación implica un proceso inicial de análisis de las prácticas de sostenibilidad de los proveedores que se realiza mediante un cuestionario específico que incluye los siguientes factores de riesgo:

- Seguridad y salud laboral de los trabajadores.
- Derechos Humanos: trabajo infantil y forzoso, derechos laborales básicos, etc.
- Prácticas y sanciones medioambientales.
- Inclusión, diversidad y no discriminación.

Para mejorar el resultado del proceso de homologación ASG que ya se venía aplicando, se han realizado las siguientes acciones:

- En la **homologación de proveedores de soporte**:
  - Se han creado diferentes versiones del cuestionario de homologación, ajustando los niveles de requerimiento de información en función



del tamaño de la empresa con la que se trabaja (desde gran empresa a PYME).

- Se ha incluido como motivo de no homologación de un proveedor de soporte el negarse a firmar o incumplir alguna de las siguientes cláusulas: 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 pueda tener con personas vinculadas a MAPFRE y cláusula de reputación.

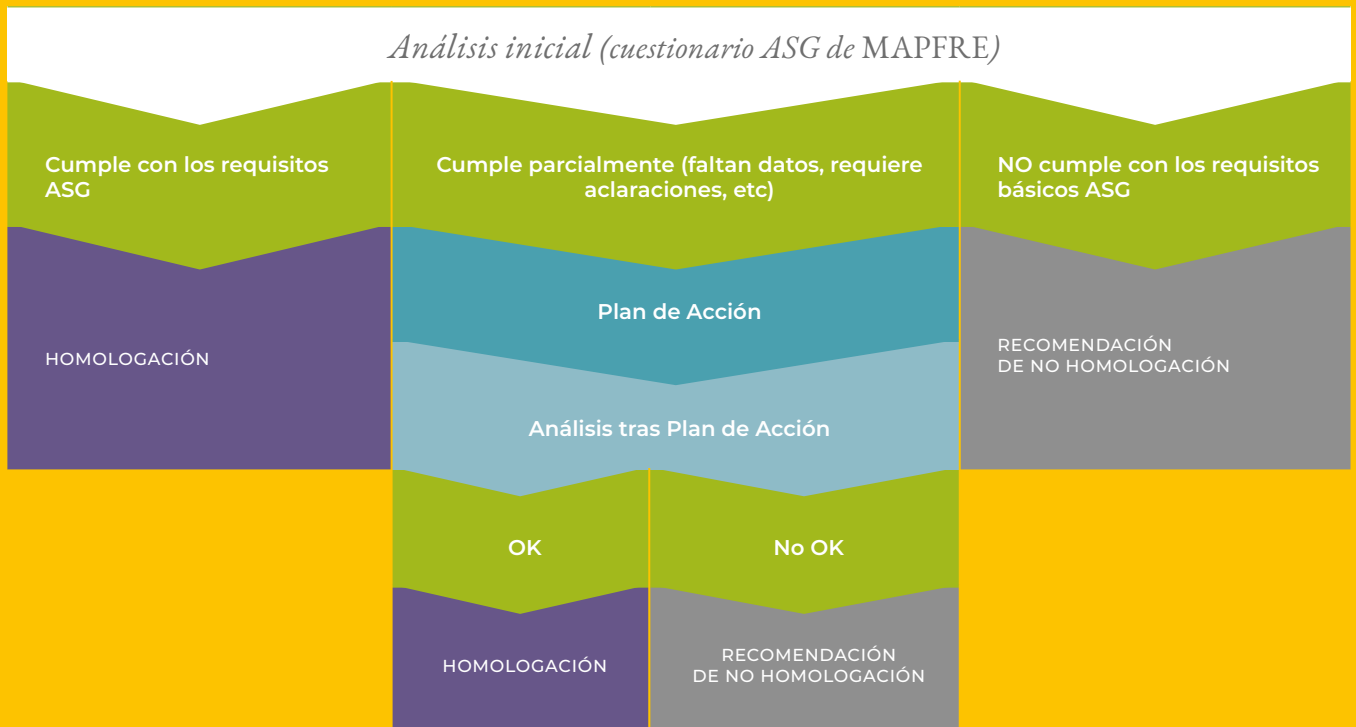
— En la **homologación de los proveedores de servicio**:

- Se han priorizado las categorías de embajadores, recomendado+ y recomendado, por su especial vinculación con MAPFRE. Además, se han ajustado los niveles de requerimiento de información ASG en función de la tipología del proveedor, llegando también al nivel de autónomo y microempresa.

Además, se ha desarrollado una herramienta digital que permite gestionar todo el proceso de homologación ASG.

Una vez finalizado el proceso de homologación ASG, el proveedor (tanto de servicio, como de soporte) recibe la invitación a realizar una formación específica online en materia de Derechos Humanos, a cargo de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Desde octubre de 2017 han sido formados 104 proveedores en esta materia.

## PROCESO BÁSICO DE HOMOLOGACIÓN ASG PARA PROVEEDORES DE SERVICIO



Desde 2017, un total de 6.437 proveedores de soporte y de servicio han sido seleccionados para participar en el proceso de homologación ASG. La siguiente tabla muestra los principales resultados:

HOMOLOGACIÓN ASG		
	N° seleccionados	N° Homologados
De soporte (Generales)	1.394	882
De servicios (Específicos)	5.043	4.384

## Calidad

Con el fin de evaluar la calidad percibida por los clientes, el Observatorio de Calidad MAPFRE aplica un modelo global de medición de la experiencia del cliente MAPFRE que pretende:

- Conocer de forma constante y con una metodología consistente el nivel de satisfacción de cliente en los distintos países y negocios.
- Identificar los aspectos que más impactan en la experiencia de cliente, con el objetivo de mejorarla.
- Dotar a los países de una herramienta que les ayude a definir e implementar acciones, asignando el nivel de prioridad más adecuado.
- Establecer áreas de mejora y aspirar a ser referencia en experiencia cliente, en todos los países y ramos.

Además, el Observatorio de Calidad de MAPFRE es el encargado de realizar todas las mediciones de calidad percibida y entregada, mediante encuestas a los clientes, en todos los países donde el Grupo opera, cubriendo los ramos de seguro y servicios de asistencia, con una periodicidad semestral. Para ello, mediante el análisis del indicador Net Promoter Score (NPS®), se evalúa la satisfacción y los puntos críticos de contacto con el cliente, realizando recomendaciones sobre las principales áreas de mejora.

Los informes del Observatorio de Calidad proporcionan datos sobre el nivel de experiencia del cliente, que ayudan a tomar decisiones a las distintas áreas de negocio.

En 2018 se han realizado la VI y VII Oleadas de medición del NPS relacional, sobre una muestra representativa de las carteras de MAPFRE. Estas oleadas, con más de 140.000 encuestados, han abarcado, cada una, 23 países y ramos, con un volumen del 81,7% del total de primas No Vida particulares del Grupo.

Adicionalmente, el Observatorio mide una vez al año el nivel de experiencia del cliente de los principales competidores de MAPFRE en cada país/ramo. En concreto se analizaron aproximadamente 120 compañías de todo el mundo. Gracias a esto, podemos confirmar que se ha logrado

alcanzar el objetivo fijado para el trienio 2016-2018 de superar en un 70% el volumen de primas medidas en las que el NPS de nuestros clientes es superior a la media del NPS de los competidores analizados. En concreto se ha alcanzado este NPS superior en el 70,4% de las primas particulares No Vida medidas.

Asimismo, en 2018 el Observatorio de Calidad ha realizado la segunda medición del internal NPS (iNPS), sobre el nivel de experiencia del cliente de los servicios de reaseguro prestados por MAPFRE RE a sus compañías cedentes a nivel internacional.

MAPFRE dedica 196 personas, un número relevante de 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.

MAPFRE dispone de la certificación de la ISO 9001 en Brasil, España y Turquía. MAPFRE ASISTENCIA está certificada en dicha norma de calidad en Argelia, Argentina, Bahrain, Brasil, Chile, China, Colombia, Ecuador, Filipinas, Italia, México, República Dominicana, Túnez, Turquía y Venezuela.

## 6.3. Dimensión humana

### SOMOS TALENTO

En MAPFRE somos personas que cuidan de personas y para ello queremos contar con los mejores profesionales para atender a nuestros clientes y desarrollar el negocio. Somos además una empresa de oportunidades, inclusiva, con un modelo de gestión de las personas que promueve el desarrollo del talento y una propuesta de desarrollo profesional que lo enriquezca.

*¿En qué estamos trabajando para crear valor?*

- Modelo de gestión
- Diversidad
- Talento
- Transformación y organización
- Experiencia empleado
- Retos

## Modelo de gestión

[GRI 401-2, 403-1, 403-2, 403-4; 404-1, 404-2, 404-3, 405-1; L11/2018]

La gestión de las personas adquiere una especial relevancia en una compañía global como MAPFRE, presente en los cinco continentes y con empleados de 91 nacionalidades. Una gestión que tiene que acompañar al negocio en su transformación, potenciar el compromiso de los empleados con los valores de la empresa, contribuir al desarrollo de las capacidades técnicas, globales y transformacionales de todos los miembros de la misma y garantizar un entorno de trabajo saludable, diverso y colaborador.

Algunos de los aspectos más relevantes en la gestión son:

- La integración de diferentes generaciones de empleados que conviven en la empresa, aprovechando el conocimiento de cada una de ellas.
- La utilización de las ventajas de las nuevas tecnologías y las redes sociales en los procesos de recursos humanos.
- El refuerzo de la comunicación interna y de la transparencia para hacer llegar a todos los empleados la estrategia, los objetivos y la cultura de MAPFRE.
- El diseño de carreras profesionales y la formación.
- La apuesta por la movilidad funcional y geográfica de los empleados, con el objetivo de contar con equipos globales y polivalentes.

## Datos generales

[GRI 102-7; 102-8; L.11/2018]

GRI 102-7	2018	2017
<i>Plantilla total</i>		
Plantilla a diciembre	35.390	36.271
Plantilla media	35.655	36.716



## Número total de empleados por contrato laboral (permanente o temporal) y por sexo (Tabla 1)

[GRI 102-8; L.11/2018]

Unidad de negocio	FIJOS		TEMPORALES		TOTAL	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Áreas corporativas	626	465	4	9	630	474
Seguro	12.651	15.690	236	345	12.887	16.035
Asistencia	1.857	2.324	219	302	2.076	2.626
Riesgos globales	134	133	1	1	135	134
Reaseguro	188	194	7	4	195	198
<b>TOTAL</b>	<b>15.456</b>	<b>18.806</b>	<b>467</b>	<b>661</b>	<b>15.923</b>	<b>19.467</b>



Número total de empleados por contrato laboral/sexo  
(según estructura del Grupo MAPFRE: Regionales, Unidades de Negocio  
y Servicios Centrales) (Tabla 2)

<i>Distribución organizativa</i>	FIJOS		TEMPORALES		TOTAL	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Áreas corporativas / servicios centrales	809	645	5	9	814	654
IBERIA	4.545	4.824	83	185	4.628	5.009
LATAM	6.261	8.273	174	239	6.435	8.512
INTERNACIONAL	3.653	4.870	198	224	3.851	5.094
Reaseguro	188	194	7	4	195	198
TOTAL	15.456	18.806	467	661	15.923	19.467

Número total de empleados por tipo de contrato laboral  
(a jornada completa o a media jornada), por sexo (Tabla 3)

<i>Unidad de negocio</i>	COMPLETA		PARCIAL		TOTAL	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Áreas corporativas	630	472	0	2	630	474
Seguro	12.436	13.868	451	2.167	12.887	16.035
Asistencia	1.842	1.993	234	633	2.076	2.626
Riesgos globales	135	134	0	0	135	134
Reaseguro	195	195	0	3	195	198
TOTAL	15.238	16.662	685	2.805	15.923	19.467



## Nuevas incorporaciones, edad media, antigüedad media, rotación no deseada del Grupo por sexo (Tabla 4)

	2018		2017	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Nuevas incorporaciones	40,6%	59,4%	43,9%	56,1%
Edad media	40,9	38,9	41,5	39,2
Antigüedad media	11,2	9,9	9,8	9,3
Rotación no deseada*	8,7% **	8,9% **	8,5%	9,1%

\* La rotación no deseada se calcula con la siguiente fórmula: bajas voluntarias sobre plantilla media.

\*\* Consideramos que dentro de un grupo tan grande como este la rotación no deseada se mantiene en niveles bajos.

Gestionar las diferentes generaciones que conviven en la plantilla, ofrecer a los empleados la posibilidad de desarrollar su carrera profesional y personalizar sus opciones, favorecer el trabajo colaborativo y la gestión del conocimiento e integrar las nuevas tecnologías como un instrumento que aporta eficiencia y eficacia son algunos de los retos que MAPFRE tiene planteados para contribuir con su estrategia y alcanzar sus objetivos a través de cuatro ejes: diversidad e inclusión, el continuo reto del talento, transformación y organización y experiencia empleado.

## Diversidad

[GRI 102-8, 102-22, 405-1, 405-2 ; L.11/2018]

Una plantilla diversa **aporta valor a la empresa** ya que fomenta el aprendizaje, aporta experiencia y, a la vez, enriquece el planteamiento y ejecución de los proyectos en los que se está trabajando.

MAPFRE cuenta con una Política de Diversidad e Igualdad de Oportunidades a nivel global aprobada por MAPFRE con fecha 23 de julio de 2015 y existe un compromiso público tanto con la diversidad de género como con la diversidad funcional.

## Diversidad de género

[GRI 405-1]

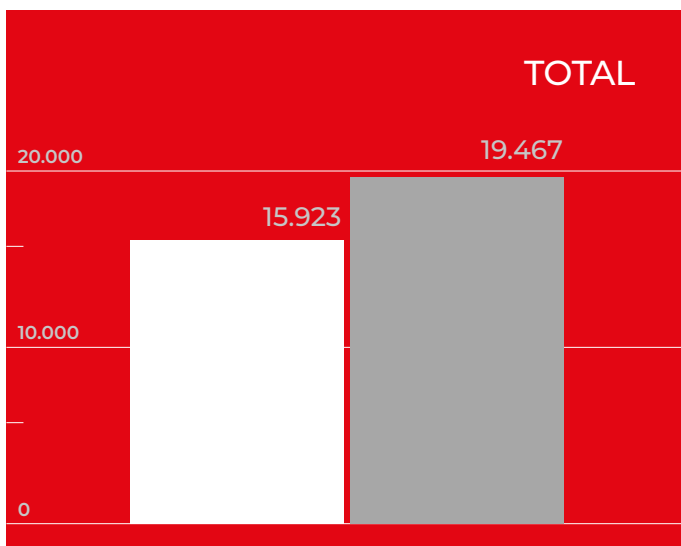
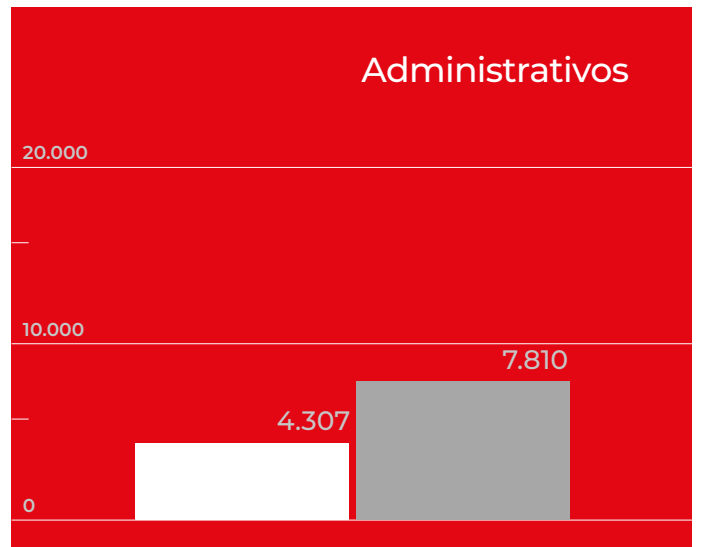
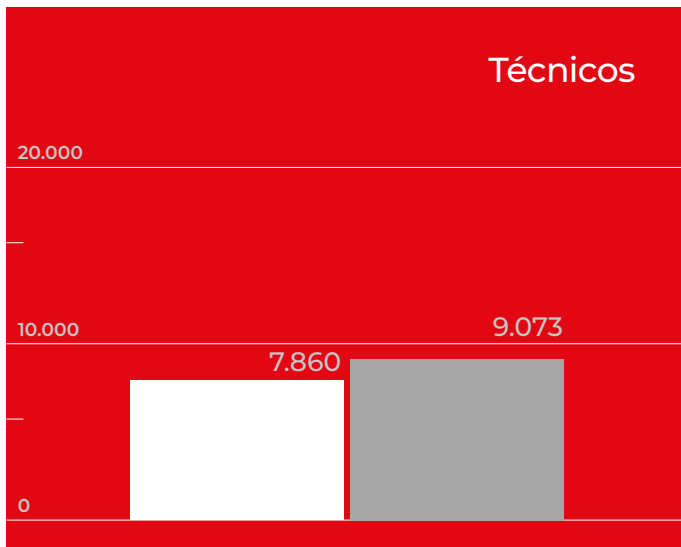
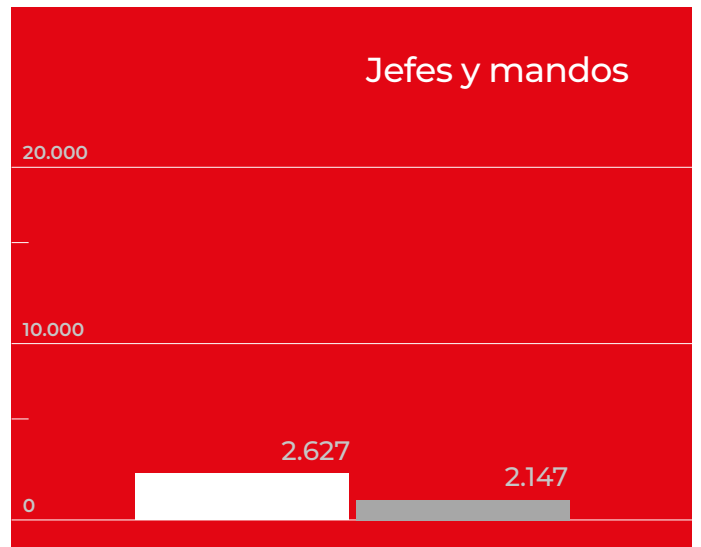
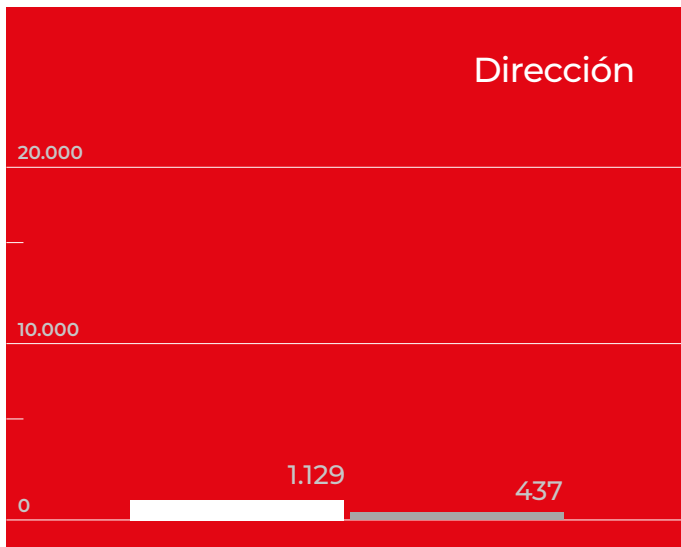
En 2018 se ha alcanzado el objetivo propuesto hace tres años de contar, a nivel global, con un mínimo con 40% de mujeres en puestos de responsabilidad. Existe en todos los países un marco de actuación para potenciar la igualdad en cada uno de los procesos de gestión de personas.

En Brasil, Turquía, Estados Unidos y España se cuenta con redes para impulsar el liderazgo femenino. Son espacios de diálogo inclusivos cuyo objetivo es promover iniciativas en materia de diversidad de género.

	2018	2017
Porcentaje de mujeres en puestos de responsabilidad	40,8 %	38,8%
Número de mujeres en puestos de responsabilidad	2.584	2.161



Distribución de plantilla por nivel de puesto



En 2018:

EL **59,4%** DE LAS NUEVAS INCORPORACIONES A LA PLANTILLA FUERON MUJERES.

**77** MUJERES OCUPAN PUESTOS DE ALTA DIRECCIÓN O PUESTOS EN CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN. EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE **MAPFRE S.A.** CUENTA ENTRE SUS MIEMBROS CON CUATRO MUJERES, LO QUE REPRESENTA EL **28,6%** DE LOS MIEMBROS A 31/12/2018.

EL **13%** DE LOS EMPLEADOS EN PUESTOS DE RESPONSABILIDAD CONSIDERADOS “TOP MANAGEMENT” SON MUJERES, ASÍ COMO EL **39%** DE LOS PUESTOS CONSIDERADOS “JUNIOR MANAGEMENT”.



## Diversidad cultural

En MAPFRE trabajan 35.390 empleados de 91 nacionalidades, lo que otorga una gran diversidad cultural al Grupo y aporta el talento necesario para el negocio. En las áreas corporativas hay 1.104 empleados de 22 nacionalidades.

El Grupo promueve la movilidad internacional, que en 2018 ha supuesto que 111 empleados han cambiado su puesto de trabajo a otro país.

El 74,3% de la alta dirección y directivos que trabajan en las empresas del Grupo son nativos del país en el que desarrollan su actividad.

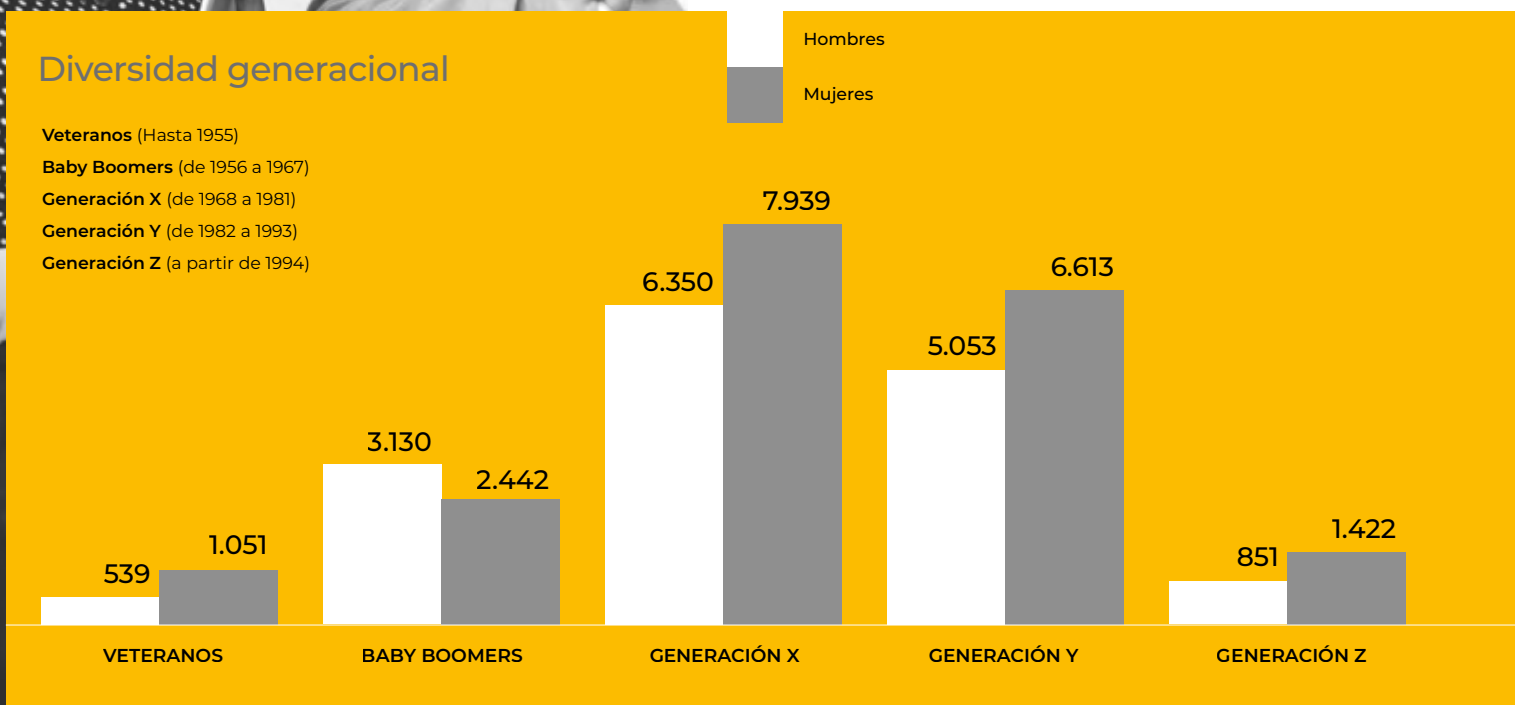
## Diversidad generacional

En MAPFRE conviven distintas generaciones con diferentes formas de entender el trabajo, con valores, expectativas, motivaciones y creencias distintas. Los retos en este ámbito son:

- Generar una cultura integradora y facilitar la transferencia de conocimientos entre generaciones.
- Reconocer y aprovechar sus fortalezas y capacidades para que aporten lo mejor de cada una de ellas.
- Implantar modelos de trabajo que den respuesta a la necesidad de las distintas generaciones.

Se está comenzando a trabajar en el desarrollo de programas específicos para el colectivo de trabajadores senior, atendiendo a tres líneas fundamentales: desarrollo profesional, experiencia empleado y previsión social.

En MAPFRE conviven varias generaciones, según se refleja en el siguiente gráfico:



En el año 2018 continúa el programa global de mentorización, tanto tradicional como inverso, iniciativa que empezó en 2016 y que promueve un proceso de desarrollo entre distintas generaciones.

## Diversidad funcional

MAPFRE apuesta firmemente por la integración laboral de las personas con discapacidad, contando desde el año 2015 con un programa global implantado en todos los países, con medidas para potenciar la verdadera inclusión de este colectivo en la empresa.

	2018		2017	
	Nº	%	Nº	%
<b>Personas con discapacidad en la plantilla</b>	<b>902</b>	<b>2,5%</b>	<b>768</b>	<b>2,1%</b>

Principales actuaciones realizadas en 2018 en materia de discapacidad:

### — Sensibilización:

- 955 empleados formados a través del curso *e-learning* sobre discapacidad en el año 2018 (16.901 empleados han sido formados en los últimos 3 años).
- 150 actividades de voluntariado destinadas a personas con discapacidad.
- 33 charlas y actividades de sensibilización en programas formativos de desarrollo.
- 36 noticias en la intranet y divulgación de estudios realizados por Fundación MAPFRE.

### — Actuaciones para la mejora de la calidad de vida.

- Procedimiento de atención personalizada a empleados a los que les sobrevenga una discapacidad.
- Desarrollo de aplicaciones informáticas con criterios de accesibilidad.

### — Actuaciones de integración laboral.

- En 2018 se incorporaron a la plantilla 125 personas con discapacidad.
- En MAPFRE trabajan actualmente 902 personas con discapacidad en 33 países.
- 23 personas con discapacidad realizaron prácticas en MAPFRE.
- Donaciones por importe de 245.060,32 euros, destinado a acciones de integración laboral de personas con discapacidad.

- Promoción de empleo indirecto a través de contrataciones con centros especiales de empleo o empresas de similares características por importe de 532.986,7 euros.
- En el año 2018 se ha comenzado a colaborar en el proyecto Ágora en América Latina (Colombia, República Dominicana, Chile, Guatemala y Paraguay). Este proyecto tiene por objetivo incorporar al tejido productivo a las personas con discapacidad visual de los países de América Latina y para ello han creado unidades de asesoramiento, formación e intermediación laboral para el acceso al mercado de trabajo de personas.

## Una buena práctica: *Proyecto Inserta*

MAPFRE en España tiene suscrito desde el año 2014 el Convenio Inserta con Fundación Once para la integración laboral de personas con discapacidad.

A raíz de dicho acuerdo en el año 2018 MAPFRE ha sido seleccionada por dicha Fundación para medir y valorar el impacto que el empleo ha tenido sobre la inclusión social de sus empleados con discapacidad. La medición se ha llevado a cabo a través de la metodología IS\_IMPACT, desarrollada por PwC en el marco del proyecto D\_INNOVAR, y financiada por el Fondo Social Europeo.

Las conclusiones de dicho estudio son que la inserción laboral en MAPFRE en España supone una mejora de la inclusión social de las personas con discapacidad valorada en 8.788 euros anuales por persona y un total de 210.912 euros para las 24 personas con discapacidad actualmente empleadas en MAPFRE en España a través del Convenio Inserta.



## Talento

[GRI FS4; L.11/2018]

MAPFRE gestiona el talento, permitiendo a todos los empleados del mundo ser parte de él, y, para ello, tiene implantado un proyecto global en el que se identifican los perfiles necesarios para la estrategia del negocio, el talento de la organización y se definen planes de desarrollo para cada uno de los empleados, garantizando de esta manera los planes de sucesión y relevo directivo, así como la cobertura de las necesidades estratégicas. Durante el año 2018 se han implantado planes de desarrollo para 3.702 empleados, lo que ha supuesto la puesta en marcha de 16.481 acciones de desarrollo.

Se cuenta con la Política de Promoción, Selección y Movilidad aprobada por MAPFRE con fecha 23 de julio de 2015.

Además, se han desarrollado planes de carrera profesional para 1.888 empleados. Entre ellos suscriptores, actuarios, auditores y asesores comerciales. Además, durante el año 2018 se ha desarrollado a 4.169 empleados dentro de los itinerarios formativos de tramitadores, emisores y gestores telefónicos. Estos itinerarios establecen una formación técnica común a nivel global para todos los países.

### Captación de talento externo y el talento joven

Durante el año 2018 se ha avanzado en reclutamiento, configurando una herramienta de gestión digital de los procesos de selección.

En materia de **captación de talento externo** este proyecto ha supuesto el lanzamiento de una nueva *Career page*, primero en España y a partir de 2019 de forma ya global, con funcionalidades adicionales y un diseño más atractivo. Además, se activa el canal de *referral* como una fuente adicional de captación, haciendo partícipes a los empleados de la empresa del proceso. Este nuevo sistema estará conectado a las redes sociales permitiendo una gestión más fluida de los procesos y un impacto mayor.

Durante el año 2018 se han publicado 1.030 procesos de selección y aumentado de 121.291 seguidores a 180.207.

MAPFRE sigue apostando por el **talento joven**, impulsando el programa global para realizar prácticas en la empresa Crece con Nosotros, y en 2018 se han lanzado dos nuevos programas de *trainees*.

— **Plan Global de Becarios:** que cuenta con 328 acuerdos con universidades, escuelas de negocio e instituciones universitarias y en 2018 se incorporaron 1.073 estudiantes a realizar sus prácticas en diversas áreas y 28 países de la organización.

— **Programas de Trainees:** su principal objetivo es la incorporación de recién graduados, con un alto nivel de preparación y alto potencial. En 2018 se han desarrollado dos iniciativas de *Trainees* (Actuarial Global y Simbiosis en España) y ha incorporado 30 jóvenes de cuatro nacionalidades, que se unen a los 78 empleados seleccionados de otros programas en los últimos años.

## Movilidad interna

[GRI 202-2, 404-2; L.11/2018]

La movilidad sigue siendo clave en el desarrollo de los empleados y clave para incrementar su empleabilidad, por eso se sigue apostando por ella, con un compromiso público dentro del plan estratégico. En el año 2018 se ha superado el objetivo marcado de tener un porcentaje de movilidad global superior al 10,5 % de la plantilla y alcanzando en 2018 un porcentaje de 12,11% de movilidad interna, lo que supone 4.318 empleados:

— De las 6.986 vacantes publicadas, 1.780 se han cubierto por movilidad interna y el 53,3% han supuesto una promoción.

— A través de la movilidad geográfica tanto carreras internacionales, movilidad global, como traslados temporales, 23 países han podido contar con profesionales de otros 22 países. Actualmente, hay 266 directivos y empleados trabajando fuera de su país de origen.

Además, los empleados de MAPFRE pueden participar, a través de la movilidad temporal denominada Task Force, en la puesta en marcha de nuevos negocios o en proyectos transversales de transformación, por medio de la acción inmediata y coordinada de un equipo especialista. Esta movilidad fomenta el desarrollo de los empleados, el incremento de la empleabilidad y el desarrollo de habilidades globales gracias a la experiencia internacional. Este año han participado en proyectos de task force 22 empleados.

### Planes de carrera y planes de desarrollo

[GRI 404-2; L.11/2018]

Durante el año 2018 se han desarrollado planes de carrera profesional para 1.888 empleados. El plan de carrera se define para su aplicación a nivel global y tienen como objetivo el desarrollo y promoción de los colectivos estratégicos de la compañía. A finales de 2018 hay implantados los siguientes planes de carrera:

<i>Colectivo</i>	Nº empleados
Actuarios	278
Auditores	190
Técnicos comerciales	1.249
Suscriptores especializados	171

Otra de las principales iniciativas de desarrollo desplegadas este 2018, ha sido la puesta en marcha de los Planes de Desarrollo Individual de Talento. Estos planes ayudan a nuestros empleados con los conocimientos y habilidades necesarias, según las necesidades del negocio. Los planes cuentan con acciones de formación, *mentoring*, movilidad, reconocimiento y compensación.

Durante 2018  
se han definido

# 3.702

planes de desarrollo  
individual

<i>Planes de desarrollo individual</i>		% sobre el total
MAPFRE España	1.076	29,1%
NORTEAMERICA	396	10,7%
BRASIL	334	9,0%
LATAM NORTE	454	12,3%
LATAM SUR	559	15,1%
EURASIA	325	8,8%
Áreas Corporativas	273	7,4%
Unidad de Reaseguro	68	1,8%
Unidad de Riesgos Globales	71	1,9%
Unidad de Asistencia	146	3,9%
<b>TOTAL</b>	<b>3.702</b>	<b>100</b>

## Aprendizaje y gestión del conocimiento

[GRI 404-1, 404-2; L.11/2018]

La formación en MAPFRE es un pilar clave. El Grupo promueve el aprendizaje y la gestión del conocimiento técnico de los empleados a través de la Universidad Corporativa MAPFRE, poniendo el foco en la estrategia y objetivos del negocio.

En el año 2018 se ha definido el modelo de gestión del conocimiento en MAPFRE. Se ha creado la taxonomía que identifica los conocimientos por materias, y se ha definido el soporte tecnológico que posibilitará compartir conocimiento entre todos los empleados de MAPFRE en el mundo.

**La Universidad Corporativa** despliega desde 2014 todas las acciones de aprendizaje a nivel global a través de sus 16 Escuelas, 10 Aulas de Conocimiento y un InnoLAB. Está presente en todos los países en los que MAPFRE opera y facilita formación en los tres idiomas corporativos y en cinco idiomas locales.

<i>Escuelas técnicas</i>	<i>Aulas</i>	InnoLAB
	Aula del Consejero	
Escuela de Seguros	Aula de Vida	
	Aula de Empresas	
	Aula de Negocio Digital	
Escuela de Clientes y Desarrollo Comercial	Aula de Ventas	
	Aula de Clientes	
Escuela de Operaciones		
Escuela de Finanzas	Aula de Inversiones	
Escuela Actuarial		
Escuela de Auditoría		
Escuela de Recursos Humanos		
Escuela de Tecnología y Procesos		
Escuela de Estrategia y M&A		
Escuela Legal		
Escuela de Reaseguro		
Escuela de Liderazgo		
Escuela de Desarrollo Profesional		
Escuela de Cultura y Políticas Globales		
Escuela de Idiomas		
Escuela de Habilidades	Aula de Comunicación	
	Aula de Habilidades Digitales	

Algunos datos relevantes:

- Durante este año se ha impartido formación al 100% de la plantilla, a través de 1.467.368 horas de formación, lo que supone 41,5 horas de formación media por empleado.

En 2018:

**41,5**

horas de formación media  
por empleado

## Horas de formación por nivel de puesto

TOTAL:

# 1.467.368

horas



79.284

173.258

850.446

364.380

DIRECTIVOS

JEFES Y MANDOS

TÉCNICOS

ADMINISTRATIVOS

- Se han desarrollado más de 74 programas globales de carácter técnico y transversal.
- Se han invertido 15.462.601 euros, suponiendo 437 euros de inversión media por empleado.
- En el año 2018 se han creado el Aula de Ventas y el Aula de Clientes dentro del pilar de orientación al cliente. Dentro de pilar transformación digital se ha lanzado el Aula de Conocimientos Digitales. Además, para impulsar la excelencia en la gestión técnica y operativa se ha creado el programa global de seguros para todos los empleados, junto con el programa global técnico del negocio de Vida y el programa global de negocio digital y experiencia cliente digital.
- Además, y dentro de Cultur, se ha creado y comenzado a impartir en el año 2018 el programa de cultura en un mundo digital.
- La formación técnico-comercial representa el 81,30% del total de la formación impartida.

Además, en la Gestión del Aprendizaje en MAPFRE, se está poniendo el foco en medir la transferencia de conocimientos al puesto de trabajo, de diferentes programas formativos de Negocio que se imparten a nivel global.

La medición de la transferencia de conocimientos al puesto de trabajo, se centra en la utilización efectiva de los conocimientos, destrezas, habilidades y actitudes aprendidos como consecuencia de las acciones formativas realizadas. Esta evaluación normalmente la realizan los responsables de Área o Departamento, respecto a la formación que reciben sus colaboradores.

En total, en todas las entidades de MAPFRE, se cumplimentaron 3.207 cuestionarios por parte de responsables de asistentes a dichos programas, siendo el porcentaje de respuestas con valoración de al menos, 4 sobre 6 en el grado de aplicación de los conocimientos al puesto, del 85,44%.

### Itinerarios formativos

Los itinerarios establecen una formación técnica común a nivel global para todos los países en español, inglés y portugués. Durante el año 2018 se ha incluido a 4.169 empleados dentro de los itinerarios formativos para tramitadores, emisores y gestores telefónicos.

### Autoaprendizaje

Se ha continuado con la implantación y refuerzo de la herramienta de **Autoaprendizaje**, que ofrece a los empleados contenidos de formación a través de catálogos abiertos para que, en función de sus inquietudes, diseñen su propia *ruta de aprendizaje*. En 2018 han accedido más de 1.400 empleados a los cerca de 203 recursos formativos disponibles registrando un total de 5.176 autoinscripciones.

### Programas de mentorización

A lo largo del año 2018 se ha continuado desarrollando el programa de *mentoring*, tanto tradicional como inverso, como forma de desarrollo y colaboración, y transmisión de conocimiento entre los equipos. El *mentoring* no solo permite mejorar en el desarrollo sino transmitir la cultura de la empresa y los comportamientos de colaboración, respeto y escucha.

- **Mentoring tradicional**, donde el mentor (perfil senior) transmite su conocimiento, experiencia y cultura al mentee (perfil junior). En el año 2018 se ha contado con 215 mentores y 263 *mentees*.
- **Mentoring inverso**, donde el mentor (perfil junior digital) apoya al mentee (perfil senior) en el desarrollo de habilidades digitales, uso de herramientas tecnológicas y plataformas colaborativas, conocimientos en tendencias digitales y uso de redes sociales. En el año 2018 se ha contado con 64 mentores y 75 *mentees*.

## Transformación y organización

### El reto digital

El Reto Digital es la iniciativa estratégica que nace en MAPFRE a mediados del año 2017 para impulsar la transformación y el cambio que precisa la organización para adaptarse a los nuevos requerimientos digitales, dotando al entorno de trabajo de flexibilidad, de herramientas que permitan el trabajo colaborativo, del desarrollo de perfiles digitales y nuevas formas de liderazgo.

# #retoDigital

El futuro está en MAPFRE

El desarrollo de esta iniciativa se ha articulado a través de cuatro pilares:

- **Entorno de trabajo**, donde se ha avanzado en el horario flexible y el trabajo en remoto, la movilidad tecnológica y los espacios físicos abiertos y colaborativos. A finales de 2018 14.216 empleados en la organización cuentan con un horario flexible, 5.846 pueden trabajar en remoto y cuentan con movilidad tecnológica y 10.586 ya trabajan en espacios físicos abiertos y colaborativos.
- **Trabajo colaborativo y gestión del conocimiento**. A lo largo del año 2018 se han creado las comunidades dentro de la intranet corporativa contando con 113 comunidades activas donde se relacionan 3.024 empleados de forma continua. Hay comunidades de expertos y de proyectos. Además, se han identificado 708 términos en la taxonomía para la gestión del conocimiento y 1.248 expertos para la definición y dinamización del mismo. Se ha creado en la intranet corporativa un buscador que ya es exitoso en el 73% de las búsquedas.
- **Cultura en un mundo digital**. Se han definido tres comportamientos para todos los empleados: colabora, innova y agiliza. Estos tres comportamientos se están impulsando en toda la organización a través de distintas acciones de comunicación y aprendizaje, entre ellas un curso *e-learning* que a finales de 2018 ya han realizado 14.627 empleados. A los líderes de equipos se suman a estos tres comportamientos dos más: respeta y comunica.
- **Nuevas formas de retribuir y reconocer**. Se ha definido un nuevo sistema de evaluación global, que se desplegará en el primer semestre de 2019. Este sistema cuenta con objetivos, acciones específicas trimestrales ligadas a los objetivos y resultados clave (metodología

OKR), *feedback* continuo y evaluación de los nuevos comportamientos. Además, a lo largo del año 2018 se ha desplegado un nuevo sistema de bonus por proyecto y nuevos planes de reconocimiento.

Para el desarrollo de la iniciativa se han constituido oficinas de gestión del cambio y se ha desarrollado un plan de comunicación global. En el año 2018 se ha puesto en marcha la app Personas, que ya tienen implantada 169 empleados y que en el año 2019 será desplegada en los principales países. Esta app permite una interlocución más ágil y rápida con la empresa.

### Retribución y reconocimiento

[GRI 102-35, 102-36, 102-37; 102-38, 201-3, 401-2, 404-3, 405-2 ; L.11/2018]

MAPFRE cuenta con una política global de remuneraciones aplicable a todas las sociedades del Grupo, que persigue establecer retribuciones adecuadas de acuerdo con la función y puesto de trabajo y en el desempeño de sus profesionales, así como actuar como un elemento motivador y de satisfacción que permita alcanzar los objetivos marcados y cumplir con la estrategia de la empresa.

La Política de Remuneraciones del Grupo MAPFRE aprobada por el Consejo de Administración de MAPFRE S.A. con fecha 21 de diciembre de 2016 garantiza la igualdad y la competitividad interna y externa en cada uno de los mercados. La estructura retributiva se compone de los siguientes elementos:

- Retribución fija.
- Retribución variable ligada a objetivos. Como una de las formas de retribución variable, contando con programas de retribución a largo plazo e incentivos plurianuales a nivel global para más de 200 directivos con objeto de incrementar la implicación con la compañía en un contexto de nuevos retos.
- Programas de reconocimiento.
- Beneficios sociales.
- Otros complementos.

A efectos de determinar el porcentaje que representa la retribución variable sobre la retribución fija se han establecido los siguientes porcentajes *target* óptimos de retribución variable sobre retribución fija para cada nivel de puesto.

Nivel de puesto	% retribución variable sobre retribución fija
Directores	40%
Jefes y mandos	30%
Técnicos	20%
Administrativos	10%

La asignación y liquidación de la retribución variable anual se realiza a través del modelo de dirección por objetivos, de implantación global, que determina para cada nivel de puesto el peso de las diferentes categorías de objetivos:

A todos los empleados que tienen asignada una retribución variable por objetivos en el mundo se les comunica esta distribución de pesos de objetivos por tipos en función del nivel del puesto que ocupan. De este modo se consigue alinear a cada persona con los objetivos estratégicos, los de MAPFRE en su conjunto, o de su región o país, asignando un peso creciente de este tipo de objetivos cuanto mayor es la responsabilidad del puesto, y dando en el caso de los equipos técnicos y administrativos un mayor peso relacionado con las funciones específicas con las que contribuyen a los objetivos generales.

MAPFRE DPO 2018		OBJETIVOS GRUPALES				OBJETIVOS INDIVIDUALES
Nivel de puesto	* BSC global	Área corporativa / unidad de negocio / territorial / regional	País / empresa / departamentos corporativos	Área / departamento		
Presidente	100%					
Comité Ejecutivo	60%	40%				
Alta Dirección	40%	30%	30%			
Dirección	10%	10%	40%	40%		
Jefes y mandos	5%	5%	30%	60%		
Técnicos y administrativos	5%	5%	10%	20%	60%	

\* BSC se refiere a metas relacionadas con el Plan Estratégico de MAPFRE a nivel global. Con carácter general se aplica el beneficio después de impuestos y minoritarios de MAPFRE S.A.

Para MAPFRE, valorar y reconocer el esfuerzo individual de cada empleado es clave, y la evaluación del desempeño es el proceso a través de la cual se valora y reconoce objetivamente la contribución individual de cada empleado con la estrategia, se identifica el talento interno y se conocen las fortalezas y las áreas de desarrollo de los empleados.

#### [GRI 102-37]

MAPFRE cuenta con un proceso global y estandarizado de evaluación del desempeño, en el que participaron 31.287 empleados en 2018, que representan el 88,4% de la plantilla. En el año 2019 se implantará el nuevo modelo de evaluación continua que cuenta con objetivos concretos, acciones específicas ligadas a dichos objetivos, *feedback* continuo y evaluación de otros nuevos comportamientos.

A lo largo de 2018 MAPFRE ha desarrollado la metodología de cálculo para el análisis de las diferencias salariales por razón de género. En una primera fase, MAPFRE ha tenido en consideración el total de la plantilla del Grupo en España (30,9% de la plantilla), tomando como referencia

la mediana de la retribución fija de hombres y mujeres. Para hallar la brecha salarial ajustada –*equal pay*– se han considerado factores objetivos como el nivel de puesto, familia profesional o antigüedad en la empresa. En 2018, la brecha ajustada de acuerdo con estos factores objetivos es de un 5,67% (retribución fija).

Esta diferencia, que tiene su origen en el contexto sectorial del seguro, un sector tradicionalmente masculino, se traduce en una mayor antigüedad media de los hombres frente a las mujeres. Se trata por tanto de una diferencia de género heredada que MAPFRE combate mediante una política retributiva y un modelo de proceso de selección que garantiza la plena igualdad que se reforzarán con planes de acción específicos para cada país en el que se detecten áreas de mejora. Adicionalmente, MAPFRE realizará también este análisis en Alemania, Brasil, EE.UU., Italia, México, Perú, Puerto Rico y Turquía, que, junto con España, representan más del 70% de la plantilla de Grupo.

Consultar en la Nota 2 y la Nota 3 la información sobre la remuneración media.



## Organización

Fomentar la cultura de trabajo en equipo y el trabajo colaborativo, todo a través de una organización ágil es uno de los objetivos de MAPFRE. Para ello, cuenta con un único mapa de puestos y mapa de funciones global que ayudan a la definición de los perfiles estratégicos y los conocimientos de la organización. Además, se está trabajando a nivel global en la flexibilización horaria y la movilidad tecnológica.

Durante el año 2018 se ha comenzado a trabajar en el proyecto de estructuras dinámicas que permite a la organización adaptarse de forma ágil a las necesidades de la empresa. También se trabaja en metodologías ágiles en proyectos y en nuevas iniciativas de negocio. En el año 2018, 950 personas trabajan con metodologías ágiles y 50 proyectos son desplegados a través de ellas. También se ha puesto en marcha la iniciativa de intraemprendimiento MAPFRE innova de la que se da información en el apartado “Innovación” de la Dimensión Intelectual.

## Experiencia Empleado

[GRI 403-1, 403-2, 404-3, 403-4]

A lo largo del año 2017 se creó a nivel corporativo el área de experiencia empleado que incluye las funciones de bienestar y salud, voluntariado, acciones para mejora del clima interno y comunicación interna a empleados.

Con el objetivo de personalizar y segmentar la oferta a los empleados y de esta manera mejorar su experiencia, se inició el proyecto de HR-Analytics que pretende, vía modelización, enriquecer la gestión de los recursos humanos. En el año 2017 se obtuvo el primer modelo predictivo para identificar aquellos puestos y empleados con mayor probabilidad de rotación, y se definieron los parámetros y palancas para trabajar sobre cada una de las situaciones. Durante el año 2018 se ha desarrollado el modelo predictivo de retribuciones.

## Conciliación y bienestar

[GRI 401-2, 401-3]

El cuadro de arriba refleja el número de empleados que en 2018 se han beneficiado de algunas de las medidas de conciliación relacionadas con tiempo de trabajo.

Para facilitar el bienestar y la conciliación de la vida laboral y personal de los empleados, MAPFRE ofrece una amplia serie de beneficios sociales.

<i>Medidas de conciliación de vida laboral y personal</i>	Nº de empleados beneficiados
Horario laboral flexible	14.216
Trabajo a tiempo parcial	2.975
Jornada laboral reducida	1.012
Teletrabajo	1.085
Permisos retribuidos y no retribuidos	18.332
Permiso parental	808
Permiso maternal	1.024
Excedencias por motivos personales o estudios	52
Programa de integración de empleados tras un permiso de larga duración	58

<i>Tipo de beneficio social</i>	% de empleados que han disfrutado el beneficio social respecto a los empleados con derecho
Seguro de salud	96,1
Sistemas de previsión social/ seguro de vida	96,8
Bonificaciones en seguros	66,1
Premio de permanencia en la empresa	23,0
Ayuda escolar para hijos	40,2
Premio de natalidad	4,0
Préstamos	19,2

En 2018 se han destinado

**176,6**

millones de euros a beneficios sociales

Todos los beneficios se ofrecen a los empleados, con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2018 a beneficios sociales ha sido de 176,6 millones de euros.

También se facilitan ayudas a empleados para situaciones especiales, normalmente derivadas de problemas de salud. En 2018 el importe de estas ayudas ha ascendido 130.301,53 euros. Asimismo, se han concedido ayudas económicas a empleados jubilados por importe de 543.343,64 euros.

MAPFRE cuenta con una Política de Salud y Bienestar y Prevención de Riesgos Laborales, aprobada por MAPFRE con fecha 23 de julio de 2015, cuyos principios generales son:

**1. Conseguir un entorno de trabajo saludable y de bienestar** que permita a todos los empleados desarrollar su trabajo en las mejores condiciones físicas, psíquicas y sociales.

**2. Alcanzar un nivel óptimo en la seguridad laboral** más allá del mero cumplimiento de la normativa en materia de prevención de riesgos laborales.

[GRI 403-1, 403-4 ; L.11/2018]

Además, asume un modelo de prevención en el que los trabajadores pueden participar activamente en todo aquello que pueda afectar a su seguridad y salud en el trabajo, para lo cual dispone de los cauces representativos establecidos legalmente. Un total de 28.340 empleados, un 80,1% 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 esta materia. Algunos de los principales asuntos tratados en estos comités son:

- Planes de evacuación y control de emergencias
- Periodicidad y contenido de los reconocimientos médicos a empleados
- Sistemas de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo
- Retorno tras bajas de larga duración
- Estudios específicos de puestos de trabajo
- Planes de vigilancia de la salud

Más allá de la prevención de riesgos laborales, se trabaja en la promoción de la salud en un sentido amplio, concibiendo la empresa como un importante agente promotor de la salud. Por ello, desde el año 2014 se trabaja en base a un modelo de Empresa Saludable, creado de acuerdo con las actuales directrices a nivel internacional, en el que se identifican y trabajan los factores de riesgo que, a nivel estadístico, causan la mayor parte de la muerte, enfermedad y sufrimiento en el mundo, para procurar rebajar su incidencia entre los trabajadores.



El número de bajas por maternidad en el año 2018 ha sido de 1.024 y el número de bajas por paternidad 808. El 77,3% de las mujeres y el 91,5% de los hombres que disfrutaron esta baja regresan al trabajo. De las 1.181 bajas por maternidad y paternidad del año 2017, 846 siguen en plantilla lo que supone una tasa de retención del 71,6%.

## Algunos datos relevantes del ejercicio:

	2018		2017	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Número de accidentes laborales*	169	256	214	225
Número total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	496.030	1.289.852	501.981	1.348.571
Número de horas perdidas por accidente laboral	40.628	63.889	30.907	46.717
Porcentaje de horas perdidas sobre total de horas teóricas	2,00%	4,20%	2,00%	4,30%

\* Los datos de España sólo consideran los accidentes que han causado baja laboral e incluyen el periodo de baja previo a la maternidad

**Tasa de regreso al trabajo:** (cifra total de empleados que han regresado al trabajo después de un permiso parental/ Cifra total de empleados que deben regresar al trabajo después del permiso parental)\*100. **Tasa de retención:** (cifra total de empleados retenidos 12 meses después regresar de un permiso parental/Cifra total de empleados que regresan después del permiso parental en el periodo del informe)\*100.

Para más información sobre los datos de siniestralidad, ver la Nota 5 de este documento.

Una de las líneas clave del modelo de empresa saludable es la formación en materia de la salud y hábitos saludables y de la prevención de riesgos laborales. Por ello, en este ejercicio:

- Los empleados han recibido un total de 28.362,4 horas de formación específica.
- Durante la semana del 4 al 8 de junio de 2018, se celebró la cuarta edición de la Semana MAPFRE de la Salud, en 30 países, lo que representa un 87,87% de la plantilla. Se organizaron 743 actividades para empleados y familiares: 48 de ellas en el ámbito del entorno laboral, 231 en promoción de la salud, 254 en actividad física y alimentación, 87 en bienestar mental y 123 en entorno personal.
- Se han puesto en marcha varias campañas globales con contenidos comunes a través de la Intranet a disposición de todos los empleados de MAPFRE. La selección de estos temas se ha realizado teniendo en cuenta datos y recomendaciones de la OMS (la campaña de salud psicoemocional “Piensa en positivo”; la campaña de sensibilización sobre donación de médula ósea; y la campaña de información y prevención del ictus).

— Se han preparado una serie de cuadernillos de autoayuda que se han puesto a disposición de los empleados a través de la Intranet. Las temáticas elegidas han sido: el cuidado a cuidadores de personas mayores o dependientes, el duelo, las rupturas, separaciones y divorcios, así como temas relacionados con la salud de la mujer.

Para conocer más información sobre las campañas realizadas en el Grupo, consultar la Nota 4 de la información complementaria.

### Clima interno: Encuestas de clima organizacional

La aplicación de la encuesta de GPTW (Great Place to Work) se realiza en el conjunto de los empleados de MAPFRE cada dos años, pero en algunos países como Brasil, Costa Rica, Guatemala, México y Perú se realiza con periodicidad anual.

MAPFRE ha sido reconocida como Best Workplace en Brasil, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua y de forma general en América Latina y Centro América y Caribe. En el caso de Brasil además ha sido reconocida como empresa Best Workplace for Women.

En el año 2018 se han establecido las bases para el desarrollo de un sistema de medición del ciclo de vida del empleado, Employee Net Promoter Score, con el fin de conocer su satisfacción e identificar áreas de mejora

en la experiencia del empleado en los distintos momentos en los que este interactúa con la empresa.

Como parte de nuestra estrategia de gestión de la experiencia de empleado vamos a incorporar además una nueva encuesta que permite identificar el nivel de compromiso de los empleados.

## Voluntariado

[413-1, 413-2]

MAPFRE cuenta con un Programa de Voluntariado Corporativo integrado en las estrategias de Recursos Humanos y de Sostenibilidad, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Dicho programa se desarrolla en 28 países a través de Fundación MAPFRE.

Durante el 2018 han participado más de 7.840 voluntarios, entre empleados y familiares, y se han desarrollado más de 1.600 actividades en todo el mundo relacionadas con educación, nutrición, salud, ayuda en emergencias, entre otras, impactando directamente en más de 111.000 personas. Más del 16 % de la plantilla global ha tenido una experiencia de voluntariado.

MAPFRE cuenta con unos órganos de impulso y seguimiento del Voluntariado Corporativo, el Comité de Voluntariado Corporativo y el Grupo de Trabajo, integrados por representantes de la dirección de MAPFRE procedentes de áreas corporativas, áreas regionales y unidades de negocio, y con participación de Fundación MAPFRE.



En 2018 se ha celebrado por segundo año consecutivo, el Día Global del Voluntariado de MAPFRE en el que, bajo el lema “Todos unidos por el Medio Ambiente”, han participado casi 1.600 voluntarios de 25 países en 58 actividades con temática medioambiental. Se plantaron más de 1.700 árboles y se recogieron más de 35 toneladas de basura.

Además del Programa de Voluntariado Corporativo, los empleados colaboran con otros proyectos sociales como es el Euro Solidario. En enero de 2017 nace la iniciativa del Euro Solidario en España. Esta iniciativa ofrece la oportunidad a los empleados de España de donar un euro mensual de su nómina a un proyecto social elegido por ellos, con el compromiso de que, por cada euro donado, MAPFRE aporta otro más.

Hasta la fecha se ha donado un total de 228.953 euros a proyectos sociales; 94.292 euros a los beneficiarios de la primera edición del año 2017 - Debra “Piel de mariposa” y Sociedad San Vicente de Paul, y 124.072 euros a los beneficiarios de la segunda edición del año 2018 —Asión y Fundación Cris—. A finales de 2018, los dos nuevos proyectos seleccionados como beneficiarios de la siguiente edición han sido Fundación Aladina y Asociación Provincial de Autismo de Cuenca, que ya han recibido la primera donación de 10.586 euros. Casi el 50% de la plantilla colabora cada mes con este proyecto, que es sin duda una gran aportación a la sociedad de todos nuestros empleados para ayudar a quienes más lo necesitan.

## Retos

En 2019 comienza un nuevo ciclo en la estrategia de MAPFRE. Para hacer seguimiento de la misma, a finales del año 2018 hemos definido un nuevo Balanced Scorecard, que va a permitir medir el cumplimiento de los objetivos que derivan de las líneas estratégicas de RR.HH. vinculadas al continuo reto del Talento, la Diversidad e Inclusión, la Transformación y Organización y, de manera transversal, la Experiencia de Empleado.

**Casi 1.600 voluntarios  
de 25 países  
en 58 actividades  
con temática  
medioambiental**

**Se plantaron  
más de 1.700 árboles  
y se recogieron  
más de 35 toneladas  
de basura**



## 6.4. Dimensión intelectual



### SOMOS INNOVACIÓN

Ser innovadores es garantizar también que somos sostenibles, que seguiremos liderando el seguro, aunque el mundo se transforme. Tenemos un Modelo de Innovación que desarrolla la capacidad interna de la compañía, pero que también incorpora las soluciones disruptivas que están en el mercado.

*¿En qué estamos trabajando para crear valor?*

- Innovación
- Ciberseguridad
- Marca y reputación



## Innovación

La misión de la innovación en MAPFRE es evolucionar su propuesta de valor buscando crear elementos de diferenciación frente a la competencia, y ser parte activa de la disrupción con una actitud de anticipación y respuesta. En este sentido, las prioridades de la organización en términos de innovación emanan de su estrategia y tienen al cliente (considerando los diferentes segmentos) en el centro.

Con el fin afrontar el cambio fundamental que se está viviendo en la industria aseguradora, se tiene que dinamizar la organización, haciéndola más ágil y eficiente. En 2018 se ha puesto en marcha un conjunto de plataformas de transformación e innovación, MAPFRE Open Innovation (MOi), que supondrá destinar anualmente en torno a 100 millones de euros a la innovación-transformación y que, junto con la inversión anual de más de 600 millones de euros en tecnología, otorga capacidades muy relevantes para asumir estos nuevos desafíos.

Para articular el nuevo modelo de la innovación abierta de MAPFRE se han adecuado las funciones de innovación y establecido órganos de gobierno con mecanismos de comunicación ágil y eficiente, tanto a nivel interno como externo.

Las partes funcionales del MOi se resumen a continuación:

La **Innovación Estratégica** tiene como objetivo proponer soluciones bajo una metodología en el corto y medio plazo, con retornos razonables y objetivos perfectamente medibles, que abordan retos estratégicos que permiten a la organización diferenciarse. El Área de Innovación Estratégica apoya el desarrollo de todos aquellos proyectos de innovación locales que desarrollen las Oficinas de Innovación, coordinando su desarrollo y las colaboraciones internas con los diferentes actores de negocio y transversales dentro de la organización, así como externas con el ecosistema emprendedor. Para ello, se ponen en marcha varias líneas de actuación con ámbito global, para que la innovación opere sin fronteras y dando herramientas para posicionar a MAPFRE como líder en innovación.

Las líneas de actuación de Innovación Estratégica se centran en cuatro pilares:

- Establecimiento de Centros de Conocimiento a nivel global en tendencias actuales que afectan directa o indirectamente al negocio.
- Despliegue de un Radar de StartUps y Case Builder con el fin de construir puentes entre la empresa y el ecosistema emprendedor para aprovechar esta innovación en la parte de la cadena de valor donde sea más eficiente.
- Gestión de un portfolio global de innovación y la introducción de metodologías de trabajo con el objetivo de que la agilidad, flexibilidad y cambio sean el denominador común en el desarrollo de proyectos, adquiriendo un pensamiento de diseño con foco en el cliente, para implementar soluciones innovadoras dando respuestas a los retos del negocio.
- Puesta en marcha del programa de intraemprendimiento, MAPFRE innova, que es un proceso participativo de innovación abierto a los empleados del Grupo, con el objetivo de encontrar las mejores soluciones posibles para retos de amplio espectro, propiciando la generación de ideas cualificadas y con encaje estratégico, impulsando la cultura de innovación mediante una inmersión guiada y el desarrollo de prototipos y tests con posibles clientes, y a la vez identificando talento interno, que es el mayor activo de la compañía. En 2018 MAPFRE innova fue lanzado en tres países: España, EE.UU. y Perú, dando la posibilidad de participación a casi 14.500 empleados, se recibieron 450 ideas de las que se han seleccionado nueve para convertirlas en proyectos de innovación con la ayuda de expertos.





## La Innovación Disruptiva nace con la voluntad de construir un modelo de relación con los agentes externos a la organización que permita a MAPFRE importar innovación y acelerar sus capacidades de transformación.

La visión de Innovación Disruptiva se centra en:

— La Aceleradora, *insur\_space* MAPFRE, que facilita una interacción directa con StartUps selectas y relevantes. Es la apuesta por un modelo de innovación abierto no invasivo, es decir, apoya a las *StartUps insurtech* en el desarrollo de proyectos ligados con algún elemento de la cadena de valor de nuestra organización y alineados con nuestras prioridades estratégicas, con el objetivo principal de introducir innovación en MAPFRE proveniente del ecosistema emprendedor. Fue inaugurada en noviembre de 2018 con la participación de 19 StartUps de diferentes partes del mundo, habiendo revisado más de 1.700 StartUps a nivel global, 300 de ellas recibidas como respuesta a la solicitud *online* realizada por MAPFRE.

— Participación en vehículos de inversión que permiten tener un conocimiento más amplio de la innovación disruptiva en *insurtech*, así como estar en una posición favorable durante su éxito. A través del Venture Capital nos convertimos en inversores de Capital Riesgo, invirtiendo en el capital de compañías *insurtech* tanto a nivel nacional como internacional y colaborando de forma activa en el proceso de selección, inversión, desarrollo y desinversión de las sociedades. MAPFRE realizó una inversión de 25 millones de euros en 2018, en el Venture Capital Alma Mundi.

— La relación con universidades y escuelas de negocio es la vía para atraer talento a la organización como garantía de éxito a futuro, estableciendo acuerdos de colaboración con universidades y/o escuelas de negocio que permitan captar, desarrollar y fidelizar talento. Adicionalmente, la relación con universidades se extenderá al desarrollo de proyectos de investigación conjunta en asuntos que sean considerados de interés para MAPFRE.

Para gobernar el sistema de innovación se ha creado un Comité de Innovación y Transformación presidido por el presidente de MAPFRE y formado por el Chief Innovation Officer y altos ejecutivos del Grupo, que establece los pasos a seguir, aprueba los proyectos más relevantes y se responsabiliza de la ejecución de los mismos.

En MAPFRE, la innovación ha sido parte de nuestro ADN durante mucho tiempo. Con los cambios establecidos en 2018 y la visión de consolidación de este modelo de innovación abierta en los próximos años, se afrontan los cambios fundamentales de la industria y se adapta a las nuevas realidades de la sociedad, con el fin de mantenerse líder en los mercados en los que opera.

### Nuevos productos y servicios lanzados en 2018

[GRI 102-2]

Para MAPFRE es crucial estar cerca del cliente adaptándose a sus necesidades, por ello desarrolla nuevos productos y servicios para ofrecer una mayor variedad de soluciones a las crecientes y cambiantes demandas de los clientes.

En 2018 se han lanzado 26 servicios nuevos enfocados a mejorar la relación con el cliente, así como de sus expectativas, tales como apps y mejoras en las webs de clientes.

Asimismo, se han lanzado a lo largo del año los siguientes productos que complementan y adaptan la oferta comercial del grupo.

Ramo	Nº Productos
Vida Riesgo	5
Vida Ahorro	13
Autos	4
Seguros Generales	6
Riesgos Individuales	1
Salud y Accidentes	3
Asistencia a Personas	1
Energías Renovables (Global Risk)	1
Otros No Vida	1
Otras Actividades	11
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>46</b>

Por otra parte, MAPFRE tiene en su cartera productos y servicios dirigidos a colectivos de bajo nivel de renta y productos y servicios medioambientales. Ver Nota 7 de este documento.

## Ciberseguridad

[GRI 102-33, 102-34, 418-1 ; L.11/2018]

A la cada vez mayor dependencia que empresas y particulares tienen de los sistemas de información y las comunicaciones se ha añadido un fenómeno de disrupción tecnológica que impacta en gran parte de los ámbitos que conforman nuestra sociedad: la ciberseguridad.

En este contexto, MAPFRE entiende la ciberseguridad como un elemento clave y prioritario, identificando como elemento crítico la protección de:

- La información de terceros (clientes, empleados y resto de grupos de interés) que estos le ceden para que desarrolle su actividad y les proporcione, llegado el momento, los servicios contratados.
- La información propiedad de MAPFRE sobre la que se sustenta su ventaja competitiva y/o su valor de marca.
- Los sistemas tecnológicos y la información que soportan los procesos de negocio.

Las líneas estratégicas que articulan la actuación en materia de ciberseguridad son:

<i>Protección frente a los ciberriesgos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Evaluación y mejora de los mecanismos de prevención, detección y respuesta frente a ciberataques.</li> <li>— Evolución continua de los mecanismos de protección de sistemas de información y redes de comunicaciones.</li> <li>— Evaluación y mejora de los mecanismos de recuperación frente a desastres.</li> </ul>
<i>Privacidad proactiva</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Adecuación temprana a la regulación de aplicación en materia de privacidad en las diferentes geografías en las que opera.</li> <li>— Centralización y concentración de capacidades en la Oficina Corporativa de Privacidad y Protección de Datos (OCPPD).</li> </ul>
<i>Cultura de ciberseguridad y privacidad</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Acciones de concienciación y sensibilización para empleados, clientes y otros grupos de interés.</li> <li>— Acciones de formación y capacitación para empleados y mediadores.</li> </ul>
<i>Ciberseguridad y privacidad desde el principio</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Integración de la ciberseguridad y la privacidad en el ciclo de vida de las nuevas iniciativas de la compañía, garantizando la protección desde el diseño y por defecto, incluyendo la realización de análisis de impacto en la privacidad de los nuevos tratamientos y la correspondiente implantación de controles y medidas.</li> <li>— Evaluación de ciberseguridad y privacidad en los procesos de compra de soluciones tecnológicas y en la contratación de servicios tecnológicos.</li> </ul>

Las líneas de actuación contemplan la protección de la información cuando esta se recoge, transmite, almacena o procesa, y posibilitan la actuación diligente en el establecimiento de medidas preventivas y en la detección y respuesta a ciberataques o eventos de interrupción de negocio.

Además, incluyen mecanismos destinados a identificar de manera temprana y a dar seguimiento y respuesta a los factores externos

MAPFRE aprovecha sus capacidades en materia de ciberseguridad para obtener valor añadido en términos de negocio, a través de actuaciones como la digitalización de procesos, la lucha tecnológica contra el fraude o la definición y suscripción de productos de ciberriesgos.

fundamentales susceptibles de modificar las necesidades de protección de los diferentes activos:

- **Ciberamenazas**, con las cada vez menores barreras de entrada para los atacantes, y la aparición más frecuente de vulnerabilidades sistémicas y/o de “día cero” y ataques avanzados.

- **Cambios regulatorios o normativos**, como el Reglamento General de Protección de Datos o las nuevas leyes de seguridad, privacidad o protección de datos en diferentes países donde MAPFRE está presente, así como la creciente demanda y exigencia, por parte de los grandes clientes, en relación a la protección de la información en general, y de los datos personales cedidos a MAPFRE en particular.
- **Iniciativas de negocio**, asociadas a las necesidades de agilidad y a la utilización de nuevas tendencias tecnológicas involucradas en la transformación digital de las compañías.

Por otro lado, MAPFRE aprovecha sus capacidades en materia de ciberseguridad para obtener valor añadido en términos de negocio, a través de actuaciones como la digitalización de procesos utilizando capacidades de firma electrónica, la lucha tecnológica contra el fraude o la definición y suscripción de productos de ciberriesgos.

Para llevar a cabo la estrategia en esta materia, MAPFRE cuenta con capacidades avanzadas destinadas a aumentar la “ciberresiliencia” del Grupo. Estas capacidades incluyen:

- **Personal altamente especializado y acreditado** (MAPFRE cuenta con un total de 171 certificaciones personales en materia de ciberseguridad, con un total de 71 empleados certificados), encargado tanto de identificar, definir, diseñar y, en su caso, implantar y operar tanto los distintos controles de seguridad como las herramientas tecnológicas destinadas a proteger los activos digitales; así como de incorporar requisitos, controles y funcionalidades de ciberseguridad (incluyendo privacidad) en las nuevas iniciativas de la compañía.
- **Tecnologías específicas de monitorización**, detección y protección ante incidentes de seguridad, integradas en la plataforma tecnológica corporativa.
- **Herramientas**, metodologías y especialistas dedicados a revisar y evaluar de manera continua el nivel de ciberseguridad, dando cobertura a todos los activos y actores involucrados (sistemas de información, personas, etc.) e identificando deficiencias y ausencias de control de forma temprana.
- **Un Centro de Control General (CCG-CERT)**, integrado en la red FIRST y en el grupo CSIRT.es, que recibe alertas de amenazas globales y ataques para la monitorización continua (24 horas, 7 días) tanto de la información alojada en la plataforma tecnológica de MAPFRE como aquella de su propiedad accesible en sistemas de terceros, permitiendo la detección temprana de eventuales ciberincidentes y la respuesta ágil a los mismos.
- **Planes**, actualizados y entrenados de forma sistemática, de respuesta a incidentes y situaciones de crisis.

Específicamente en lo relativo a la protección de la privacidad de los datos que le confían los clientes y resto de grupos de interés, MAPFRE dispone de un Comité Corporativo de Privacidad y Protección de Datos, un DPO (Data Protection Officer) Corporativo y un área específica encargada de velar por el cumplimiento de las regulaciones existentes en materia de privacidad y protección de datos de carácter personal. En este ámbito, a lo largo de 2018 se ha venido trabajando intensamente en:

- **La adecuación al Reglamento Europeo de Protección de Datos**, con una actuación articulada a través de diferentes grupos de trabajo transversales, tanto a nivel corporativo como específicos de entidades y negocios concretos.
- **La adecuación temprana a la Ley de Protección de Datos de Brasil.**
- **La consolidación de la Oficina Corporativa de Privacidad y Protección de Datos (OCPPD)**, cuya misión es ser el punto de referencia de todas las actividades relacionadas con la privacidad y la protección de datos en MAPFRE aportando una visión única y global de la materia y fomentando la homogeneidad de todos los procesos y criterios relacionados con esta materia y mejorando su eficiencia.

A lo largo de 2018, se ha abierto un expediente sancionador a MAPFRE ESPAÑA por materias relacionadas con Privacidad y Protección de Datos de Carácter Personal. También en este año se han comunicado dos incidentes de seguridad a la Autoridad de Control en cumplimiento de lo establecido en el Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD).

La actuación de MAPFRE en materia de ciberseguridad se encuentra integrada en el modelo corporativo de seguridad, basado en la gestión de riesgos y en la protección integral de los activos tangibles e intangibles, a través del establecimiento de medidas asociadas, tanto al valor de los citados activos como al conjunto de los elementos que interactúan con los mismos (personas, sistemas de información, instalaciones y procesos).

## Marca y reputación

El posicionamiento de la marca se define a partir de la propia estrategia empresarial de la compañía, de su Visión y de sus Valores.

Por ello, confianza y globalidad, los dos conceptos diferenciadores de nuestra Visión, deben llenarse de contenido de una forma general, para después poder adaptarse a las particularidades de cada mercado. Dichos contenidos se construyen mediante acciones como publicidad, comunicación o patrocinios, tanto en el ámbito convencional como en el digital. Un ejemplo de esto son las distintas actividades realizadas en torno a los tres grandes patrocinios corporativos: el equipo MAPFRE en la Volvo Ocean Race, Rafael Nadal y la Federación Española de Tenis y el equipo Renault de F-1. Con todas las acciones realizadas, se consigue aumentar la notoriedad, esto es el conocimiento de la marca en cada mercado, y su reconocimiento y apreciación.

Fruto de estas acciones, MAPFRE ha sido reconocida como la cuarta marca más empática del IBEX 35 según el estudio Top Empathic Brands 2018, realizado por la consultora SUMMA. Este informe analiza, entre otras variables, el uso de la inteligencia emocional y la habilidad de escuchar y entender de verdad a los públicos.

Además, MAPFRE es la 31ª compañía aseguradora más valiosa del mundo según el ranking que elabora la consultora internacional Brand Finance. En este ranking se analizan las 100 aseguradoras más valiosas desde el punto de vista de reconocimiento de la marca y los valores que mejor fidelizan. En este mismo ranking, MAPFRE se sitúa como la 9ª

marca más valiosa de España. En este informe, MAPFRE ha experimentado un crecimiento de un 17%, alcanzando los 2.794 millones de euros.

Teniendo en cuenta que la marca es cómo una compañía se muestra, y la reputación cómo es percibida, MAPFRE es consciente de que la reputación es un elemento intangible que aporta valor a las empresas.

Respecto a la reputación, entre el “público general” MAPFRE utiliza la metodología “Reptrak” perteneciente a Reputation Institute. Con este informe se mide mensualmente la reputación, tomando en cuenta siete dimensiones (oferta, innovación, trabajo, integridad, ciudadanía, liderazgo y finanzas) que facilitan la posterior gestión de los atributos de la marca. MAPFRE ha finalizado el año con un nivel de reputación global Fuerte, según esta metodología.

Por otra parte, en el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERC) MAPFRE se ha situado en España en 2018 entre las diez empresas con mejor reputación y la primera del sector asegurador. En Argentina, México, Panamá y Perú, la compañía se encuentra entre las 100 mejores. Además, en MERC Talento, MAPFRE en España asciende hasta la novena posición siendo un año más la primera en su sector y en Perú y Argentina se mantiene entre las 100 empresas mejor valoradas en esta clasificación.

Además, MAPFRE S.A. ha obtenido el distintivo “Igualdad en la Empresa”, que concede el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad de España, tras una amplia evaluación de todas las medidas de igualdad, y MAPFRE ESPAÑA mantiene la certificación como Empresa Familiarmente Responsable (EFR).

MAPFRE ha sido reconocida como Best Workplace en Brasil, México, Perú, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, y de forma general en América Latina incluyendo Ecuador. En el caso de Brasil además ha sido reconocida como empresa Best Workplace for Women.

Por otra parte, MAPFRE ha sido premiada por sexto año consecutivo como la aseguradora más reconocida por el estudio que realiza la empresa Randstad, y la publicación *Actualidad Económica* sitúa nos sitúa en la posición número 11 del ranking de mejores empresas para trabajar en España.

Por último, es importante destacar que MAPFRE pertenece a CORPORATE EXCELLENCE, una plataforma compuesta por un grupo relevante de multinacionales, dedicada a promover y medir la gestión de la marca y la reputación corporativa como valores estratégicos para las compañías. Esto permite compartir buenas prácticas y conocer las tendencias en la materia. Además, en 2018 se ha creado un grupo de trabajo de reputación a nivel global, que ha comenzado a trabajar en el modelo de gestión que se seguirá en los próximos años.





## 6.5. Dimensión natural

### SOMOS ECOEFICIENCIA

MAPFRE es una empresa comprometida con su entorno. Cuidamos nuestra huella ambiental, tenemos una estrategia de acción frente al cambio climático y tenemos un compromiso firme por la biodiversidad.

*¿En qué estamos trabajando para crear valor?*

- Modelo estratégico medioambiental
- Estrategia de acción frente al Cambio Climático
- Preservación de la Biodiversidad

## Modelo Estratégico Medioambiental

[GRI FS1, FS3, FS4, FS9; L.11/2018]

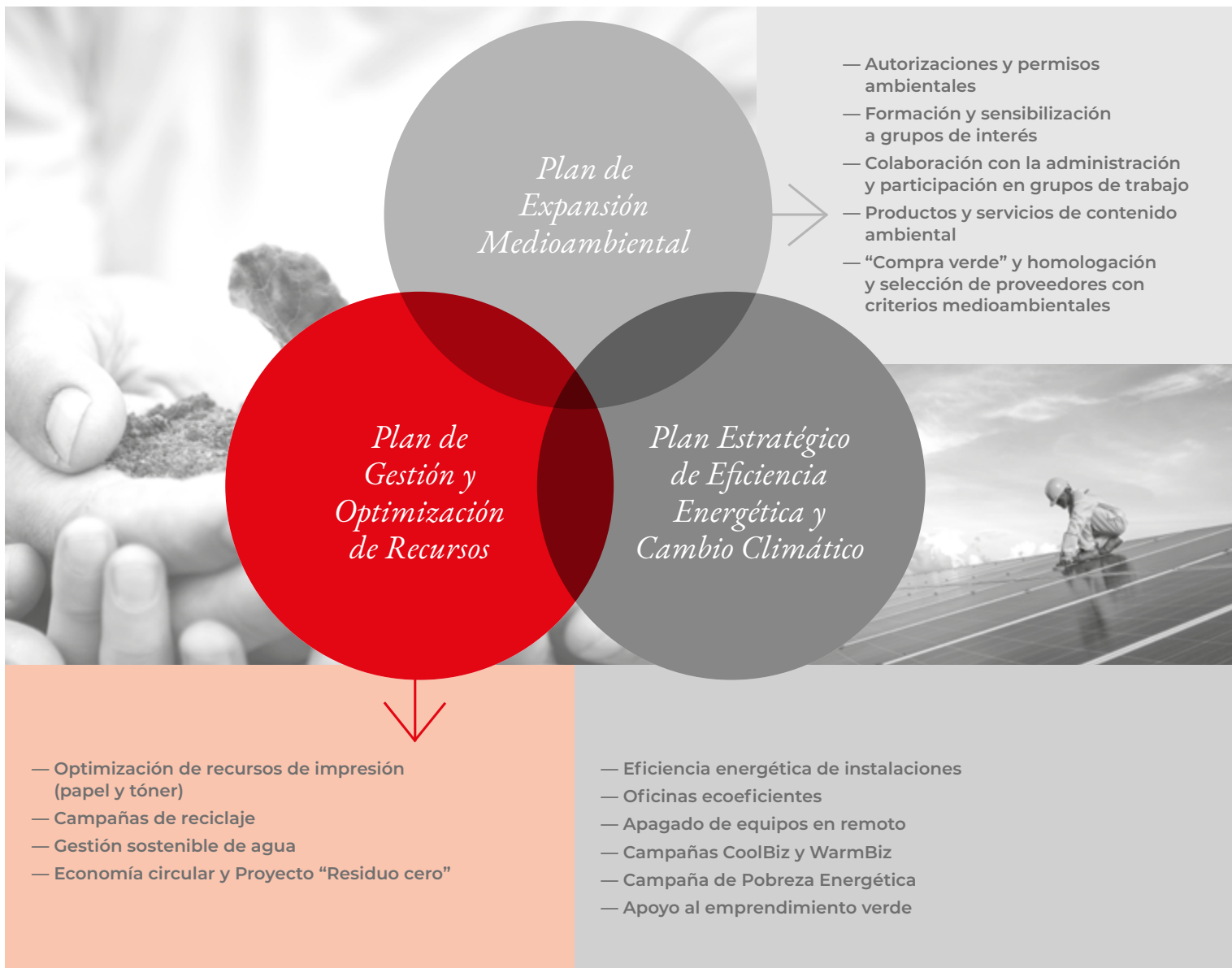
MAPFRE cuenta con una Política Medioambiental aprobada por el Consejo de Administración de MAPFRE S.A. con fecha 13 de diciembre de 2018 que se implementa en todas las entidades, principalmente a través del triple Sistema Integrado, diseñado conforme a los estándares internacionales ISO 14001, ISO 50001 e ISO 14064 de Gestión Medioambiental, Energética y de Huella de Carbono (SIGMAYE).

Este sistema constituye el marco común para gestionar todos los aspectos asociados a la sostenibilidad ambiental, incluidos los energéticos y las emisiones de gases de efecto invernadero y de él se derivan los planes ambientales que recogen las actuaciones del Grupo encaminadas a la minimización de los impactos ambientales, energéticos y de huella de carbono.

Volumen de primas gestionado mediante el triple Sistema Integrado Corporativo de Gestión Medioambiental, Energética y de Huella de Carbono (SIGMAYE).

# 60,73%

Entre los criterios que se tienen en cuenta a la hora de seleccionar los planes y programas para cada una de las entidades del Grupo se encuentran el entorno socioeconómico del país, el tamaño de la entidad en términos de volumen de negocio, la singularidad de los edificios existentes, el número de empleados, los requerimientos ambientales legales y el grado de implantación de la función de Seguridad y Medio Ambiente.



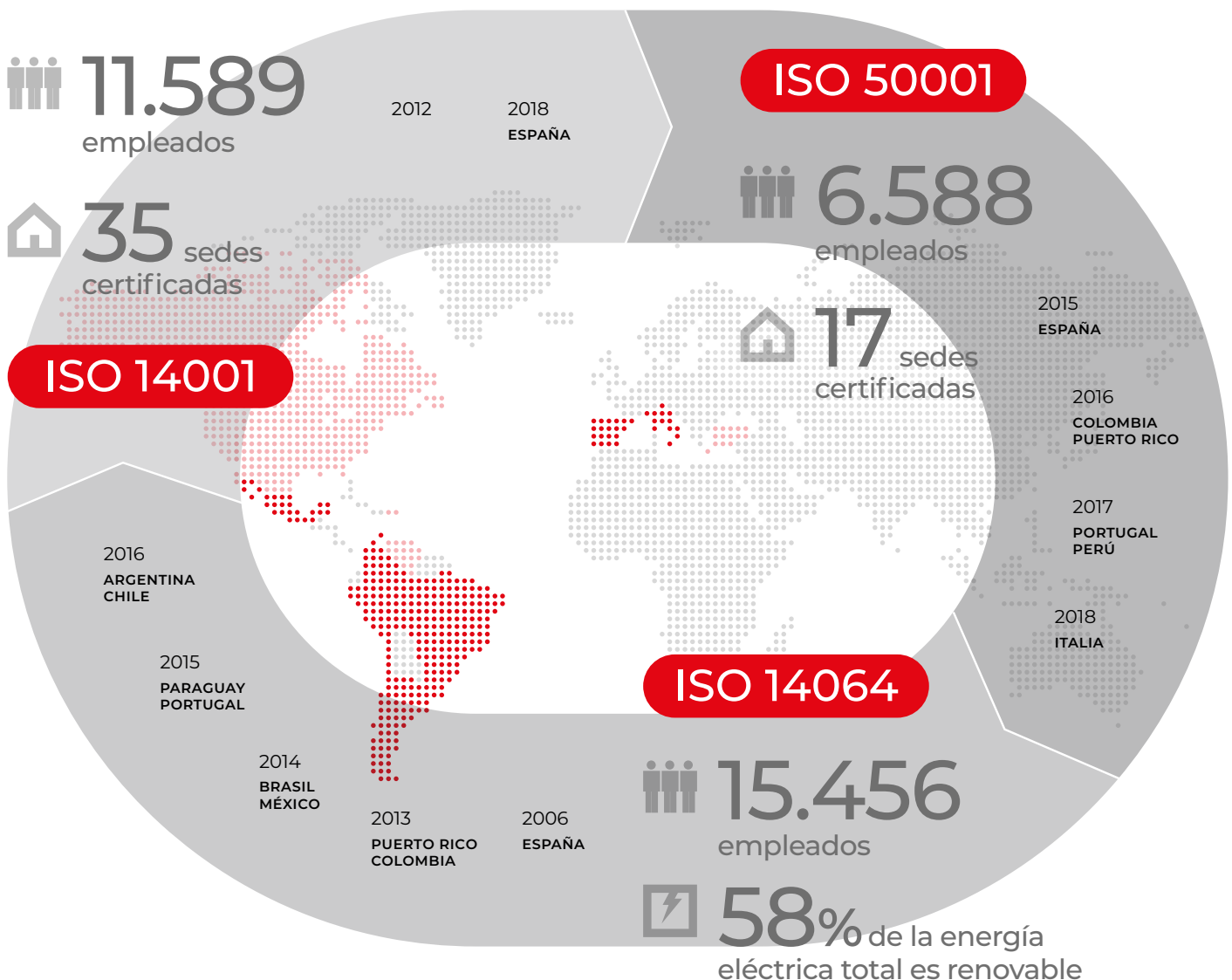


La siguiente tabla muestra la evolución del SIGMAYE en sus diferentes vertientes, durante los últimos tres años.

	2018	2017	2016
Empleados bajo certificado de gestión ambiental (ISO 14001)	11.589	11.369	10.620
Empleados bajo certificado de gestión energética (ISO 50001)	6.588	4.885	4.233
Empleados bajo verificación de la huella de carbono (ISO 14064)	15.546	12.701	12.720

El 60,73% del volumen de primas de la compañía se gestionaron en 2018 mediante este sistema.

## Evolución y principales hitos del Triple Sistema Integrado Corporativo de Gestión Medioambiental, Energética y de Huella de Carbono (SIGMAYE)





# 60,73%

volumen de primas  
gestionado SIGMAYE



# 60+

EARTH HOUR

# 12 países

se unieron a  
La Hora del Planeta



# 32,75%

empleados sujetos a control  
medioambiental



# 154.297 kWh

ahorro gracias a  
la Campaña CoolBiz



# 2.627

horas de formación  
ambiental



# 32.434,62

m<sup>3</sup> de ahorro de agua  
en España



# 9 sedes internacionales

con certificación  
de construcción sostenible



Participación de

# 1.586

voluntarios de

# 25

países en  
el Día Mundial del  
Voluntariado Ambiental

## Estrategia de acción frente al cambio climático

[GRI 201-2; 302-1, 302-2, 302-3 302-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, FS2, FS5: L.11/2018]

La contribución a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, que genera la organización durante el desarrollo de su actividad, es tanto un reto como una oportunidad para el Grupo, constituyendo un elemento clave de su actuación en materia de responsabilidad ambiental.

La voluntad de desempeñar un papel relevante en este desafío requiere de una estrategia a corto, medio y largo plazo, que minimice los riesgos relevantes identificados y promueva la ejecución de las oportunidades detectadas, para lo cual se realiza de manera permanente un análisis de las tendencias climáticas y del contexto global. Son relevantes para el Grupo los siguientes riesgos relacionados con el clima:

— **Riesgos físicos:** frecuencia e impacto de fenómenos meteorológicos agudos y crónicos.

Reducción de TmCO<sub>2</sub>  
respecto a la línea base

# 51%

— **Riesgos de transición:** evaluación de la presión regulatoria actual y emergente e inestabilidad de las bases legales; cambio de las tendencias en el mercado; presión y desempeño de los grupos de interés en términos reputacionales.

MAPFRE cuenta con un Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático, con el horizonte temporal de 2020, que establece la reducción del 20% de toneladas de CO<sub>2</sub> respecto a la huella de carbono del Grupo en 2013 (reducción de 14.710.519 kWh y 9.924 toneladas de CO<sub>2e</sub>, respecto al año base 2013). Dicho plan ha llegado a su consecución tres años antes de lo previsto. A cierre de 2018 se ha conseguido una reducción de emisiones en los nueve países dentro del alcance del 51% respecto a la línea base establecida.



(\*) Alcance:

**Países incluidos:** España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU., México, Puerto Rico y Turquía. **Categorías incluidas:** Alcance 1 (gas natural, gasóleo edificios, combustible vehículos de empresa); Alcance 2 (electricidad); Alcance 3 (consumo de papel, emisiones evitadas por reciclado de papel y viajes de empresa realizados en MAPFRE España).

La consecución de los objetivos del plan ha llevado a la compañía a asumir nuevos compromisos. Se han definido objetivos a corto, medio y largo plazo, con un horizonte temporal a 2050, año en el que el Grupo persigue alcanzar la neutralidad en emisiones de CO<sub>2</sub>. No obstante, el Grupo está estudiando la posibilidad de adelantar dicha fecha.

Estas actuaciones, vinculadas a la transparencia y desempeño del Grupo en esta materia han posibilitado que la organización CDP haya reconocido al Grupo MAPFRE como compañía líder a nivel mundial en actuación contra el cambio climático.

En 2018, MAPFRE se ha unido al proyecto piloto de UNEP FI de la ONU, junto a 15 aseguradoras líderes, para evaluar el impacto que tiene el cambio climático e incorporar las recomendaciones de la Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) en el sector asegurador. Este grupo de trabajo está desarrollando una serie de herramientas para evaluar los riesgos, proporcionar información relevante a los inversores sobre los efectos de este fenómeno global y ayudar en la transición a comunidades y economías bajas en carbono y resistentes al clima.

Por otro lado, la Huella de Carbono ocasionada por las actividades del Grupo incluye tanto las emisiones directas como indirectas.

Se reportan los siguientes gases de efecto invernadero: CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFCS, PFCS, SF<sub>6</sub>, NF<sub>3</sub>, para los tres alcances recogidos en el Protocolo GHG, así como en la Norma ISO 14064:

<i>TmCO<sub>2eq</sub></i>	2018**	2017**	2016*
Alcance 1	10.330,06	13.271,93	13.445,24
Alcance 2 (market based)	16.214,91	15.495,87	19.267,39
Alcance 2 (local based)	35.900,94	28.719,05	31.399,33
Alcance 3***	26.435,20	28.351,99	29.380,26

\* 2016: Datos para España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU., México, Puerto Rico, Turquía, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá, Guatemala, Ecuador, República Dominicana, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela, Portugal, Filipinas y Malta.

\*\* 2017 y 2018: Datos para España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU., Italia, México, Puerto Rico, Turquía, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá, Guatemala, Ecuador, República Dominicana, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela, Portugal, Filipinas, Malta y Alemania.

\*\*\* Los datos de alcance 3 de 2016 y 2017 han sido modificados en este último informe, al incluirse nuevas categorías.

## Indicadores de Desempeño

CONCEPTO	UNIDAD	GRI	2018	2017	2016
Emisiones por empleado	TmCO <sub>2</sub> /empleado	[GRI 305-4]	1,59	1,67	1,83
Emisiones por actividad	TmCO <sub>2</sub> /prima	[GRI 305-4]	2,78	2,95	3,23

Para mayor detalle de información sobre consumos y gestión de residuos consultar la Nota 6 del anexo de este documento.



## Preservación de la biodiversidad

[GRI 304-2, FS4, L.11/2018]

Las consecuencias del cambio climático sobre los ecosistemas han promovido que el Grupo asuma un firme compromiso con la conservación del medio ambiente y la preservación de la biodiversidad para lo cual, bajo el lema “Sin diversidad biológica no hay diversidad económica”, estando adscritos al Pacto por la Biodiversidad de la Iniciativa Española Empresa y Biodiversidad y realizando distintas actividades que contribuyan a dicha conservación.

Por ello que MAPFRE ha asumido un firme compromiso con la conservación del Medio Ambiente y la preservación de la biodiversidad y participa en diversas iniciativas para la protección de los océanos y la vida marina:

Día del voluntariado corporativo: “Todos unidos por el Medio Ambiente”

# 1.720

árboles plantados

# 35

Tm de basura recogida



Destaca en 2018, la participación del Barco MAPFRE en la Volvo Ocean Race, uniéndose a la campaña promovida por Naciones Unidas #MaresLimpios, que bajo el lema “Cambia el rumbo de los plásticos”, ha transformado las escalas de la regata en siete cumbres oceánicas con el objetivo de generar conciencia y compromiso, así como presentar soluciones a la contaminación de los océanos por plástico.

Este hecho ha promovido la reducción del uso de botellas de plástico en MAPFRE en España.



Además, la compañía se ha sumado por segundo año a la iniciativa “100 Empresas por los bosques”, contribuyendo a la preservación de la biodiversidad y regeneración de la vegetación, mediante la reforestación de dos hectáreas en el Parque Natural de Doñana.



También es destacable la colaboración, por cuarto año, con la ONG WWF ESPAÑA en la conservación de la diversidad biológica, contando con la participación de los empleados que eligen cada año la especie y el hábitat a proteger.



Los voluntarios de MAPFRE, en el día del voluntariado corporativo, han realizado actividades ambientales destinadas a la reforestación, limpieza de playas y riberas y adecuación de infraestructuras públicas, dando como resultado la plantación de más de 1.700 árboles y la recogida de más de 35 Toneladas de basura.

A través del desarrollo de estas iniciativas, se continúa desarrollando la ejecución de los compromisos asumidos en la preservación de los recursos naturales, de interés común para la humanidad, dada su importancia para la vida, el bienestar social y el desarrollo económico. Es determinante la participación de los empleados en el logro de los objetivos medioambientales y su conocimiento, principalmente, de aquellos vinculados a procesos en los que su interacción es directa. Entre dichos

procesos destaca la ecoeficiencia y el consumo responsable, donde la contribución de los empleados es crítica para minimizar el consumo de los recursos utilizados, y la gestión adecuada de los residuos generados, todos ellos aspectos indispensables para lograr la descarbonización de la economía, así como a la contribución de MAPFRE a la economía circular y colaborativa (ver Nota 6, vertidos y residuos, y Nota 7, productos medioambientales).





## 6.6. Dimensión social y relacional



### SOMOS COMPROMISO

Este es el atributo que mejor nos define, no solo con nuestros grupos de interés, sino también con la sociedad y las personas con las que nos relacionamos. Hemos asumido los retos de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

*¿En qué estamos trabajando para crear valor?*

- Gestión de la relación con los grupos de interés:
  - Los grupos de interés
  - Canales de relación con grupos de interés
- Compromisos internacionales relacionados con la sostenibilidad, asumidos por MAPFRE
  - Agenda 2030 de Naciones Unidas y Derechos Humanos
- Nuestra Huella: Valor Social, Valor Compartido



## Gestión de la relación con los grupos de interés

[GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 103-1, 103-2; L.11/2018]

### Los grupos de interés

MAPFRE considera grupos de interés a todas aquellas personas, colectivos y organizaciones con intereses legítimos que puedan verse afectados de forma directa o indirecta por las decisiones o actividades que adopte la empresa, y que, en sentido inverso tendrán posibilidad de influir en la capacidad de la empresa para alcanzar sus metas y su sostenibilidad en el largo plazo.

La visión de MAPFRE es ser la aseguradora global de confianza y tiene como misión actuar como un equipo que trabaja para avanzar constantemente en el servicio y para desarrollar la mejor relación con Clientes,

Distribuidores, Proveedores, Accionistas y la Sociedad en general, fundamentando su actuación en los valores que la caracterizan como empresa: solvencia, integridad, vocación de servicio, innovación para el liderazgo y compromiso de equipo.

Por tanto, la estrategia de MAPFRE con los diferentes grupos de interés ya se aborda desde la propia definición de la misión y visión de MAPFRE, siendo el objetivo construir relaciones de confianza a largo plazo basadas en el compromiso y el diálogo y desarrolladas desde la integridad, la responsabilidad y la transparencia, contribuyendo con todo ello al modelo de creación de valor sostenible que persigue el grupo.

El mapa que se presenta a continuación es una referencia básica a los grupos de interés más relevantes para MAPFRE:



## Canales de relación

[GRI 102-43, 102-44, 407-1 ; L.11/2018]

En la gestión de la relación con los grupos de interés intervienen múltiples factores, entre otros, disponer de canales de relación adecuados. A continuación, se destacan algunos de los más relevantes que MAPFRE tiene establecidos con sus grupos de interés estratégicos.

<i>Canales de relación</i>		GRUPOS DE INTERÉS INCLUIDOS EN LA MISIÓN DE MAPFRE					
		Accionistas, inversores y socios	Clientes y asegurados	Distribuidores, mediadores, colaboradores	Empleados	Proveedores	Sociedad
Encuestas y consultas	Encuesta de materialidad						
	Great Place To Work (GTPW)						
	Otras encuestas y consultas						
Presencial	Órganos de participación o representación						
	Reuniones periódicas						
	Conferencias						
	Red de oficinas						
Buzones de correo electrónico	Buzones genéricos y públicos						
	Específico para el grupo de interés						
	Buzón de quejas y reclamaciones						
	Buzón/canal denuncias						
Web / portales online	Corporativa y de países						
	Específico para el grupo de interés						
	Oficina internet						
	Intranet corporativa						
	Otras herramientas online						
	Apps para el móvil						
Revistas y boletines	Corporativos						
	Específico para el grupo de interés						
Teléfono	Específico para el grupo de interés						
Redes sociales	Redes sociales						

Aplica  No aplica 

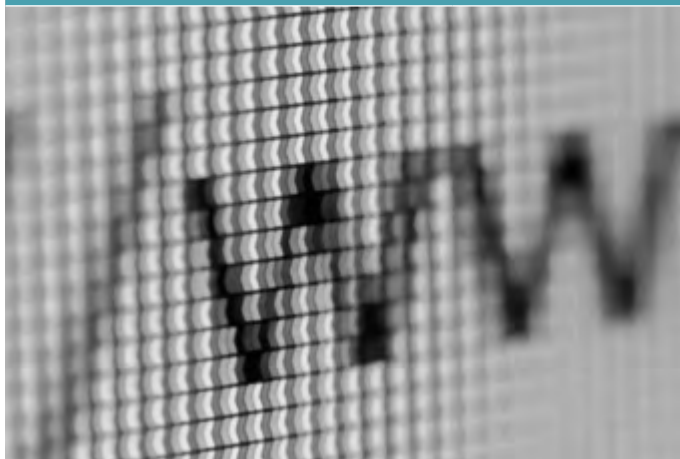
## Canales de relación con inversores y accionistas

Entre las iniciativas desarrolladas en el año 2018 para mejorar la relación con los accionistas e inversores destacan:

- En el marco del plan “MAPFRE Accionistas, un valor único” durante este año se han realizado encuentros en Madrid y Barcelona para explicar a los accionistas la evolución del negocio y atender a sus preguntas y comentarios.
- En colaboración con Club MAPFRE se ha lanzado “Te cuidamos Accionista”, que permite a los accionistas con, al menos, 1.000 títulos, beneficiarse de las ventajas de este programa de fidelización.
- Un boletín trimestral en la página web con información actualizada sobre MAPFRE, los resultados y las principales noticias corporativas.
- La sección “Accionistas e inversores” de la página web se ha reestructurado y se ha creado el “Espacio Accionistas”, dentro del cual, se han incluido nuevos contenidos como “Equity Story” que ofrece una visión global del desempeño de la compañía, el “Transcrip” de las presentaciones de resultados trimestrales, una sección sobre las emisiones de deuda y una agenda con los eventos y citas más relevantes para el inversor.

### *Resumen de la actividad de comunicación con accionistas e inversores en 2018*

CANAL DE RELACIÓN	Nº de Interacciones
El servicio telefónico de accionistas (Número gratuito 900 10 35 33)	1.079 consultas
La página web corporativa y la dirección de correo electrónico: <a href="mailto:relacionesconinversores@mapfre.com">relacionesconinversores@mapfre.com</a>	254 peticiones atendidas
El foro electrónico de accionistas	192 visitas 118 visitas únicas



## La sección “Accionistas e inversores” de la página web se ha reestructurado y se ha creado el “Espacio Accionistas”

### *Resumen de la actividad de comunicación con los mercados financieros en 2018*

CANAL DE RELACIÓN	Nº de acciones realizadas	Nº de participantes
Conferencias	18	168
Reuniones con inversores	56	147
Reuniones con analistas	119	165
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>480</b>

## Canales de relación con asegurados y clientes

Conocer y entender las necesidades de los clientes es uno de los pilares estratégicos de MAPFRE. Por ello, se pone a disposición de este grupo de interés canales de comunicación entre los que cabe destacar:

- La red de oficinas para la atención presencial y personal a nuestros clientes y asegurados:
  - Oficinas propias: 5.256 (directas y delegadas)
  - 7.270 oficinas de bancaseguros
  - Más de 86.500 delegados, agentes y corredores
- Más de 50 centros de atención telefónica (contact center) en todo el mundo.
- El Portal MAPFRE y la Oficina Internet de MAPFRE, tanto en su versión web como la app para el móvil, son herramientas digitales a través de las cuales pueden consultar y gestionar los datos personales y contratos, comunicar y gestionar siniestros, solicitar y aportar documentación, solicitar contacto, etc.
- El canal de quejas y reclamaciones accesible vía web/email, dirección postal y a través formularios disponibles en las oficinas.

## Canales de relación con los empleados y los representantes de los trabajadores

[102-41, 402-1, 403-1, 407-1]

— **Canales de relación con empleados:** se mantiene un diálogo permanente y directo con los empleados, reportando información sobre todos los aspectos relevantes, escuchando sus opiniones y solicitando su participación activa a través de distintos canales como:

- La intranet corporativa, donde, además de todas las noticias relacionadas con el Grupo y el negocio, se dispone de buzones de contacto, blogs, foros, espacios de opinión y el asistente virtual @Ane, que responde a las consultas de los empleados y les presta ayuda para usar los distintos recursos y funcionalidades que permite la intranet.
- La encuesta de clima organizacional Great Place To Work, que permite a los empleados dar su opinión sobre múltiples ámbitos relacionados con su puesto de trabajo y la compañía.
- La encuesta de materialidad, que tiene como finalidad conocer los aspectos relacionados con la sostenibilidad que consideran importantes.

— **Canales de relación con los representantes de los trabajadores:** el 65% de la plantilla está representada por representantes legales de los trabajadores, porcentaje sensiblemente superior a la media de representatividad en los diferentes países del mundo. Cabe destacar que en países como Alemania, España e Italia MAPFRE cuenta con un porcentaje de plantilla representada que alcanza el 91,68%, 96% y 97,84% respectivamente.

Dado que la negociación colectiva no se estructura igual en todos los países MAPFRE no cuenta con Convenio Colectivo aplicable en varios países por no darse las condiciones legales, sociales o de tipo de negocio o sector que permitan su implantación. Por ello, En MAPFRE hay 20.818 empleados cubiertos por convenios colectivos en 14 países: Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, España, Francia, Grecia, Italia, Malta, Perú, Portugal, Uruguay y Venezuela.

No obstante, es de destacar la cobertura por Convenio Colectivo que MAPFRE tiene en los países que se indican a continuación en los cuales la cobertura por Convenio alcanza a un alto porcentaje de la plantilla.

<i>País</i>	% empleados con convenio colectivo
Alemania	91,50
Argentina	78,02
Australia	100,00
Brasil	99,63
España	100,00
Francia	85,00
Grecia	100,00
Italia	98,08
Portugal	87,89
Uruguay	100,00
Venezuela	100,00

La relación entre la empresa y la representación legal de los trabajadores se lleva a cabo a través de los siguientes canales:

- Órganos de participación de la empresa con los representantes legales de los trabajadores y Comisiones formales.
- Reuniones periódicas acordadas por ambas partes.
- Contacto directo a través de teléfono o correo electrónico que favorece la fluidez de la relación y la negociación continua.

Por otra parte, la representación legal de los trabajadores se comunica con los empleados a través de cuentas de correo electrónico específicas o espacios en la intranet, visitas a los centros de trabajo y medios y espacios para reuniones o asambleas que la empresa facilita para la comunicación y el diálogo con los empleados.

En el año 2018 los principales acuerdos de negociación colectiva alcanzados con la representación legal de los trabajadores han sido (i) en España, Convenio MAPFRE Grupo Asegurador 2018-2021, (ii) en Argentina, Acuerdo salarial 2018; (iii) en Francia, Internal Regulation, Equality man and women Plan; (iv) México, Revisión, negociación, Firma y Depósito del Contrato Colectivo de Trabajo y (v) Alemania, Organization in the Company. Todos estos acuerdos regulan cuestiones relativas a condiciones de trabajo, retribución, organización de la empresa, formación, igualdad y salud y prevención de riesgos laborales, entre otras.

## Canales de relación con distribuidores

Con el objetivo de desarrollar la mejor relación con los distribuidores, se tienen disponibles distintos canales específicos, entre los que destacan:

- Herramientas online que facilitan y agilizan los procesos y gestiones comerciales.
- Portales de corredores con recursos y operativas que favorecen la actividad comercial.
- Encuentros y videoconferencias.

## Canales de relación con proveedores

Para fortalecer la relación y comunicación con los proveedores se pone a su disposición varios canales específicos entre los que destacan:

- Plataformas web y portales específicos, como la plataforma de Compras Corporativa y Sygris, una plataforma cuyo objeto es gestionar la relación con proveedores.
- Responsables de proveedores y grupos de trabajo específicos que gestionan la relación con los mismos.
- Boletines específicos.



## Organismos reguladores y supervisores Marco Institucional

### Relaciones con gobiernos y autoridades

MAPFRE desarrolla sus actividades empresariales con pleno respeto a la normativa vigente, a los organismos reguladores y a todas las autoridades de los países en los que opera, manteniéndose siempre neutral con respecto a las distintas opciones políticas.

Las actuaciones de MAPFRE se adecuan a los principios de actuación ética, transparente y socialmente comprometida, como reconocimiento de la función y responsabilidad que corresponde a las entidades privadas en el adecuado desarrollo y progreso de las comunidades donde opera.

### Colaboración con organizaciones sectoriales y empresariales

Por tanto, y más allá de del cumplimiento estricto de las leyes y contratos y de las obligaciones que de ellos se derivan, MAPFRE colabora y participa en organizaciones empresariales y sectoriales que le ayudan a conformar una visión más integral y global del entorno en el que opera la industria aseguradora, sus impactos, riesgos y oportunidades, al tiempo que le permite conocer las claves de una realidad económica y social cada vez más compleja e interconectada.

Esta colaboración con el entorno institucional permite establecer un diálogo ordenado e inclusivo con determinados grupos de interés en temas materiales para todas las partes implicadas en su actividad y le permiten, por tanto, una mayor aportación de valor al construir las relaciones con los grupos de interés en general, y con las autoridades y organismos regulatorios en particular.

Para ello, promueve en todo momento la estricta observancia de los Principios institucionales, los valores y el Código Ético y de Conducta del Grupo. En particular, la referencia a la integridad entendida como exigencia de actuación ética, socialmente responsable y generadora de compromisos a largo plazo, se proyecta como un valor esencial a la hora de organizar MAPFRE sus relaciones institucionales.

Las principales asociaciones empresariales y sectoriales, fundaciones, Cámaras de Comercio, y otras organizaciones sin ánimo de lucro a través de las cuales el Grupo MAPFRE desarrolla su actividad institucional son las siguientes:

<i>Entidad</i>	PAÍS
Cámara de Comercio de España	España
Confederación Española de Organizaciones Empresariales - CEOE	
Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras - UNESPA	
FEDEA. Fundación de Estudios de Economía Aplicada	
Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones - ICEA	
Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones - INVERCO	
Fundación IDIS (Instituto Desarrollo Integración Sanidad)	
Confederación Española de Autónomos -CEAT	
Confederación Española de Jóvenes Empresarios	
Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica – CEAPI	
Fundación Iberoamericana Empresarial	
Cámara de Comercio Brasil-España	
Cámara de Comercio Americana en España	
Asociación Empresarial España Asean - ASEMPEA	
Cámara de Comercio Hispano-Turca	Brasil
Federação Nacional de Seguros Gerais FENSEG	
Federação Nacional de Capitalização-FENACAP	
Federação Nacional de Saúde Suplementar-FENASAÚDE	
Federação Nacional de Previdência Privada e Vida-FENAPREVI	
Federação Nacional das Empresas de Resseguros-FENABER	México
Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros	
Massachusetts Insurance Federation Inc.	Estados Unidos
Ohio Insurance Institute	
Insurance Association of Connecticut	
New York Insurance Association	
National Association of Mutual Insurance Companies (NAMIC)	
Puerto Rico Association of Insurance Companies	Puerto Rico
Puerto Rico's Chamber of Commerce	
Insurance Association of Turkey - TSB	Turquía
Ticaret Odasi Aidati	
Associazione Nazionale Imprese Assicurazione –ANIA	Italia
Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft-GDV	Alemania
Industrie und Handelskammertag - IHK	



Adicionalmente, MAPFRE es socio de las siguientes organizaciones sectoriales de ámbito europeo y global:

### Entidad

Institute of International Finance (IIF)
CCO Forum
CRO Forum
Pan-European Insurance Forum (PEIF)
The Geneva Association
European Financial Services Roundtable (EFR)
International Insurance Society
Global Reinsurance Forum-GRF

El gasto correspondiente a contribuciones de las entidades sectoriales e institucionales citadas fue de alrededor de 2,99 millones de euros en 2018.

### Canales de relación comunes a todos los grupos de interés: presencia en redes sociales

MAPFRE cuenta con una comunidad en redes sociales de 2.366.161 usuarios, un 15,06% más que el año anterior. En 2018, se han publicado más de 15.125 contenidos en las diferentes redes sociales y los usuarios han interactuado 13.790.643 veces con los perfiles de MAPFRE. Solo en Facebook, se ha llegado a alcanzar más de 800 millones de usuarios y los contenidos se han visto más de 1.070 millones de veces, lo que ha generado un engagement del 1,211%.

**2.366.161**  
seguidores en redes sociales

▲ **15%**

	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	YOUTUBE	LINKEDIN	TOTAL
Seguidores	1.978.182	124.802	39.024	23.828	200.325	2.366.161
Posts	6.078	7.216	1.579	252	–	15.125
Interacciones*	13.301.222	87.672	277.691	24.058	–	13.690.643

\*Se han tomado las interacciones propias de cada red.



## Casos de éxito:

### **BOT CORPORATIVO**

Ha registrado 4.500 interacciones. La información para periodistas es la temática que más solicitudes ha recibido, en concreto, las notas de prensa. Dentro de la información para accionistas, lo más consultado ha sido el valor de la acción.

### **RESPUESTAS AUTOMÁTICAS RAFA NADAL**

Bot que ofrece respuestas automáticas con información de los partidos en los que juega Rafa Nadal. Se han recogido 1.700 menciones de 564 autores únicos y alrededor de 1.038 interacciones.

### **BOT FUNDACIÓN MAPFRE**

El Bot de Fundación MAPFRE Cultura ofrece información básica sobre cómo disfrutar de las exposiciones y ha registrado un total de 52 interacciones desde octubre. La información para actividades educativas es la temática que más solicitudes ha recibido.

### **KPI ECONÓMICO**

Para medir económicamente la presencia de la marca en redes sociales se ha creado un KPI económico, que representa la inversión que hubieras necesitado hacer para conseguir las impresiones que has conseguido. El valor económico de la presencia de MAPFRE en Facebook es de 2.509.800 euros.

## Compromisos internacionales relacionados con la sostenibilidad, asumidos por MAPFRE

[GRI 102-12, 102-13; L.11/2018]

### Iniciativas Internacionales de referencia suscritas por MAPFRE



### *Global Compact de Naciones Unidas:*

Supone la integración en la gestión de sus diez principios de actuación, relacionados con los derechos humanos, reconocidos en la Carta Internacional de Derechos Humanos, Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la Lucha contra la Corrupción. En 2018, el Informe de Progreso de MAPFRE ha obtenido la máxima calificación "advanced".

MAPFRE se adhiere en 2004 a esta iniciativa y forma parte de la Red Española del Pacto Mundial.

### *Iniciativa Financiera del programa ambiental de Naciones Unidas (UNEPFI):*

Desarrolla y promueve vínculos entre el medio ambiente, la sostenibilidad y el desempeño financiero, identificando y promoviendo la adopción de las mejores prácticas medioambientales y de sostenibilidad en todos los niveles de las operaciones de la institución financiera.

### *Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI):*

Principios específicos para la industria aseguradora, orientados a incorporar en la gestión del negocio, como riesgo y como oportunidad, aspectos medioambientales; aspectos sociales y aspectos de gobierno corporativo. Dentro de este marco, MAPFRE está adherida al compromiso general de la industria aseguradora de apoyo a la reducción del riesgo de desastres de Naciones Unidas (United for disaster resilience).

### *Paris Pledge for Action:*

El compromiso para lograr un clima seguro y estable en el que el aumento de temperatura se limite por debajo de los 2°C y para tomar medidas de forma inmediata para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero hasta un nivel seguro.

### *Principios de Inversión Responsable (PRI) de Naciones Unidas:*

Tiene como objetivo entender el impacto que las cuestiones ambientales, sociales y gubernamentales tienen en las inversiones, y asesorar a los signatarios para integrar estos asuntos en su toma de decisiones.

En esta línea, el grupo ha decidido ir alineando progresivamente estos principios en su política de inversión.

MAPFRE es signataria de los Programas Carbon Disclosure, Water Disclosure y Carbon Action pertenecientes a la Iniciativa CDP (anteriormente Carbon Disclosure Project).

## Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 de Naciones Unidas y Derechos Humanos

[GRI 406-1, 407-1, 408-1, 409-1, 410-1, 411-1, 412-1, 412-2, 412-3, 413-1, 413-2 ; L.11/2018]

MAPFRE reafirma públicamente su compromiso con la Agenda 2030 de Naciones Unidas, entendiéndolo además que el respeto a los derechos humanos es uno de los aspectos imprescindibles para el desarrollo sostenible y, de hecho, están presentes en cada uno de los Objetivos de la Agenda. Una agenda que se basa en la prosperidad, el planeta y las personas.

### Compromisos con los Derechos Humanos

MAPFRE está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2004 y está comprometida con que los diez principios que lo integran sean respetados en el seno de su organización y compartidos con sus colaboradores más cercanos.

Ello implica que, dentro de su ámbito de influencia, actúa decididamente en favor de la defensa de los derechos humanos contenidos en la “Carta Internacional de Derechos Humanos”, y establece los mecanismos de control adecuados, para que ninguna de las empresas integradas en su grupo sea responsable, por acción o por omisión, de cualquier forma de vulneración de esos derechos, todo ello, teniendo en cuenta el marco de los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas.

Igualmente, y en lo que respecta a los principios relacionados más específicamente con la protección de los derechos de los trabajadores, la adhesión de MAPFRE al Pacto Mundial compromete al Grupo directamente con el respeto, la defensa y la protección de los Derechos Humanos en los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y en la Declaración de Principios Fundamentales y Derechos del Trabajo. Por ello, MAPFRE se obliga, y las personas que la integran deben contribuir a que estas obligaciones se cumplan y de forma estricta, a:

- Evitar prácticas discriminatorias o que menoscaben la dignidad de las personas.
- Rechazar el trabajo infantil y el trabajo forzoso u obligatorio.
- Respetar la libertad sindical, de asociación y negociación colectiva de sus empleados, así como el papel y las responsabilidades que competen a la representación de los trabajadores de acuerdo con la legalidad vigente en cada país.
- Ofrecer un empleo digno.
- Implantar procedimientos de supervisión, que permitan identificar con la debida diligencia posibles situaciones de riesgo de vulneración de los derechos humanos, y establecer mecanismos para prevenir y mitigar dichos riesgos.

La protección de los derechos humanos se encuentra vinculada a la normativa interna del Grupo, aprobada al más alto nivel de la organización, y de forma expresa se contiene en los Principios Institucionales,

Organizativos y Empresariales de MAPFRE, en el Código Ético y de Conducta y en la Política de Responsabilidad Social Corporativa. Pero también se encuentra reforzada a través de la adhesión a las iniciativas internacionales de referencia a las que MAPFRE pertenece o asume de forma expresa (*consultar página 62 de este informe y la Nota 8 de la información complementaria*).

MAPFRE hace todo lo que está a su alcance para implicar a los grupos de interés que se relacionan con la compañía, especialmente a los proveedores y a los contratistas en este compromiso.

Por otra parte, el Comité de Ética de MAPFRE es el órgano encargado de garantizar la aplicación del Código Ético, así como de la supervisión y el control de su cumplimiento. En 2018 este Comité no ha recibido denuncias en materia de derechos humanos, según lo establecido en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE. Por otra parte, durante 2018 se recibieron cuatro denuncias de acoso, que dieron lugar a la puesta en marcha del protocolo correspondiente, todas las denuncias han sido resueltas (ver apartado Código Ético y de Conducta).

Además, en relación con la política de Responsabilidad Social Corporativa, el Comité Corporativo de Sostenibilidad es el órgano que asume, dentro de sus competencias, el seguimiento del cumplimiento de la política y de la estrategia de sostenibilidad.

### Medidas adoptadas para garantizar el respeto a los derechos humanos

Además de garantizar y vigilar el cumplimiento de la normativa interna, en el que también participa el Área de Cumplimiento del Grupo, MAPFRE dispone de mecanismos de diligencia debida, que facilitan el seguimiento y evaluación en materia de Derechos Humanos, entre otros:

- En 2016, se implantó la autoevaluación de impacto, tomando como base la Guía de implantación de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas, elaborada por la Red Española del Pacto Mundial.
- El estudio de materialidad, que se realiza anualmente, tiene un apartado específico sobre Derechos Humanos. En 2018, “**El cumplimiento y el respeto a los Derechos Humanos**” se considera un tema material y la percepción que tienen los grupos de interés consultados (colaboradores, proveedores, distribuidores y clientes) acerca de cómo MAPFRE está trabajando en ello, es muy alta. (Ver apartado 7.4)
- Canal de Denuncias Financieras y Contables accesibles a empleados y diferentes canales para denuncias éticas derivadas del incumplimiento del Código Ético y de Conducta, disponibles para empleados y proveedores. (ver página 63)
- Canales y medios específicos para la protección de los derechos y la gestión de las reclamaciones de los clientes. (ver página 63)
- Análisis de riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) tanto en el negocio como para las inversiones sostenibles e informe de RepRisk, que ayuda a identificar, evaluar y monitorizar los riesgos de conducta empresarial y ASG relacionados, entre otros, con los

derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción. (ver página 68 y siguientes)

- Sistemas y procedimientos internos establecidos para detectar situaciones de corrupción, prevención del fraude y prevención de blanqueo de capitales. (ver página 60)
- En el ámbito de la gestión de personas, MAPFRE cuenta con mecanismos específicos que garantizan la igualdad y no discriminación en el empleo, en el desarrollo y en el salario, entre otras: proceso global y estandarizado de evaluación del desempeño, encuestas de satisfacción laboral y clima, evaluaciones de desarrollo y un protocolo de acoso implantado en el Grupo. (Ver Dimensión humana, página 93 y siguientes)
- En relación con la seguridad y salud en el trabajo, el modelo de prevención de MAPFRE es participativo, cuenta con cauces representativos establecidos legalmente y comités de salud y seguridad conjuntos dirección-empleados, que han sido establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre esta materia.
- Además, MAPFRE cuenta con un modelo de empresa saludable, en el que se identifican y trabajan los factores de riesgo que, a nivel estadístico, causan la mayor parte de la muerte, enfermedad y sufrimiento en el mundo para procurar rebajar su incidencia entre los trabajadores (ver Nota 4)
- MAPFRE cuenta con un sistema de gestión ambiental diseñado conforme a los estándares internacionales ISO 14001, ISO50001 e ISO 14064.
- MAPFRE cuenta con procesos específicos de homologación para proveedores, entre los que se incluyen los aspectos relacionados con los derechos humanos, la no discriminación y el cumplimiento de la normativa ambiental y laboral.
- MAPFRE favorece la comunicación y el diálogo de los empleados con los representantes legales de los trabajadores, facilitando medios específicos, entre otros, cuentas de correo electrónico específicas o espacios en la intranet, visitas a los centros de trabajo y medios y espacios para reuniones o asambleas.

Para más información, consultar Nota 8 del cuadro resumen de cumplimiento de los principios del Pacto Mundial y las medidas de diligencia debida de MAPFRE.

Por otra parte, MAPFRE asume como parte de su compromiso la implicación de sus grupos de interés y, por ello, trata de concienciar y formar en este ámbito. Desde 2017, dispone de un curso *online* específico diseñado por la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, para formar a los empleados y también a los proveedores con los que MAPFRE trabaja. En 2018, se han formado más de 5.900 empleados y 104 proveedores

Además, MAPFRE mantiene una política de diálogo permanente, abierta y honesta con sus grupos de interés, así como cualquier otro grupo que pueda verse afectado por el impacto de la actividad de la compañía.

## Agenda 2030 de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible





El seguro es un “sector clave para el crecimiento sostenible”, y por ello, MAPFRE está plenamente comprometida” con la hoja de ruta de Naciones Unidas, así como con el cumplimiento y el impulso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Las líneas de trabajo de MAPFRE en relación a los ODS se enmarcan en el plan de Sostenibilidad del Grupo 2016-2018, que durante este periodo se han centrado en:

- **La identificación de ODS de acción prioritaria para MAPFRE**, siguiendo las recomendaciones de Naciones Unidas, y, teniendo en cuenta el plan estratégico y el plan de Sostenibilidad de MAPFRE, se identificaron nueve ODS más vinculados con la actividad de la compañía.

En 2018 se ha trabajado en las metas de la Agenda, identificando aquellas en las que, como empresa, más se puede contribuir. No obstante, se tiene el firme propósito de seguir avanzando en la identificación de indicadores que nos permitan presentar en los próximos años un informe específico de contribución y su alineamiento con el próximo plan de Sostenibilidad 2019-2021.

## ODS de acción prioritaria para MAPFRE

				
<b>Metas ODS:</b>				
1.1., 1.2., 1.3., 1.4., 1.5., 1.a	3.1., 3.5., 3.6., 3.8., 3.a	4.3., 4.4., 4.5., 4.7.	5.1., 5.5., 5.c	8.2., 8.3., 8.5., 8.6., 8.8
				
<b>Metas ODS:</b>				
9.2., 9.3., 9.b	11.2., 11.3., 11.5., 11.b	13.1., 13.2., 13.3	17.16., 17.17	

- **La difusión y conocimiento de la Agenda 2030:** se ha trabajado la difusión interna y externa de los ODS, a través del programa Companies4SDGs, apoyado por la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, en colaboración con la iniciativa IMPACT2030. Y cada mes se ha publicado en la intranet global una noticia dedicada a un ODS concreto, con un vídeo y una infografía sobre la contribución de MAPFRE a dicho objetivo y, lo más importante, con recomendaciones para que los empleados también puedan sumarse a la Agenda 2030, y se les ha invitado a participar con ideas y sugerencias. Todos estos contenidos se han trasladado también a las redes sociales, a través de los perfiles corporativos de MAPFRE.

## Divulgación de la Agenda 2030 en números

### EN LA INTRANET GLOBAL:

 **21** **15**  
noticias publicadas infografías

 **+1.500**  
likes

 **+12.000**  
páginas vistas

### EN LAS REDES SOCIALES:

 **35**  
publicaciones

 **+700**  
interacciones

**+100.000**  
impresiones

La cuarta edición del Concurso de Creatividad de MAPFRE “Retrato de un Mundo Sostenible” ha premiado las mejores fotografías realizadas por empleados de MAPFRE en 20 países, relacionadas con los objetivos de desarrollo sostenible.

Además, el último número de 2018 de la revista interna *El Mundo de MAPFRE* ha dedicado un reportaje repasando el trabajo de MAPFRE en los ODS a lo largo de todo el año, incorporando algunos de los hitos más destacables.

## Nuestra huella: valor social, valor compartido

[GRI 201-1; L11/208]

En nuestro compromiso con la sostenibilidad, a continuación, destacamos los principales hitos de huella del Grupo MAPFRE en los aspectos económico, social y ambiental a lo largo de 2018:

### Huella económica



Generamos impacto económico directo desde la actividad aseguradora a través del constante flujo de transacciones realizadas entre las que destacamos las siguientes cifras:

CONCEPTO	2018
Prestaciones pagadas <sup>1</sup>	17.083,6
Pago a proveedores <sup>2</sup>	5.588,5
Sueldos y salarios y otros <sup>3</sup>	1.491,9
<b>SUBTOTAL ACTIVIDAD</b>	<b>24.164,0</b>
Dividendos <sup>4</sup>	863,1
<b>SUBTOTAL ACCIONISTAS</b>	<b>863,1</b>
Pagos netos por impuestos sobre beneficios	529,3
Seguridad Social	237,2
<b>SUBTOTAL ADMINISTRACIONES PÚBLICAS</b>	<b>766,5</b>
Intereses pagados	57,3
<b>SUBTOTAL FINANCIACIÓN</b>	<b>57,3</b>
<b>TOTAL</b>	<b>25.850,9</b>

Cifras en millones de euros

1. Prestaciones pagadas y gastos relacionados del seguro directo y reaseguro aceptado.
2. Incluye el pago por comisiones y por otros servicios de la actividad.
3. El importe de sueldos y salarios ascendió a 1.257,8 millones de euros en 2018 (1.234,9 millones de euros en 2017).
4. Pagos por dividendos realizados en el ejercicio.

CONCEPTO	2018
Fondos gestionados de terceros <sup>5</sup>	37.747,6
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>43.977,0</b>
Inversiones financieras <sup>1</sup>	41.246,0
Renta fija	36.517,5
Emitida por gobiernos	27.595,9
Otros títulos de renta fija	8.921,6
Otras inversiones financieras	4.728,5
Inversiones inmobiliarias <sup>6</sup>	1.243,6
Otras inversiones	1.487,4

Cifras en millones de euros

5. Provisiones técnicas de Vida, fondos de pensiones, fondos de inversión y carteras gestionadas antes de ajustes por contabilidad tácita.

6. Excluidos los inmuebles de uso propio.

## Pagos netos por impuestos sobre beneficios por país:

CONCEPTO	2018
<b>IBERIA</b>	<b>(191,8)</b>
España	(189,4)
Portugal	(2,4)
<b>BRASIL</b>	<b>(223,4)</b>
<b>LATAM NORTE</b>	<b>(8,2)</b>
México	(0,7)
Panamá	0
Rep. Dominicana	(4,1)
El Salvador	(1)
Honduras	(2)
Guatemala	0,1
Costa Rica	(0,4)
Nicaragua	(0,1)

CONCEPTO (continuación)	2018
<b>LATAM SUR</b>	<b>(41,1)</b>
Colombia	(14,5)
Argentina	(7)
Chile	(2,2)
Perú	(8,3)
Uruguay	(4,2)
Paraguay	(4,5)
Ecuador	(0,5)
<b>NORTEAMÉRICA</b>	<b>(18,3)</b>
Estados Unidos *	(18)
Verti USA	0
Puerto Rico	(0,3)
<b>EURASIA</b>	<b>(3,5)</b>
Turquía	(1,3)
Malta	(2)
Alemania	3,5
Italia	0
Filipinas	0
Indonesia	(3,6)
China	0
<b>TOTAL SEGUROS</b>	<b>(486,3)</b>
<b>GLOBAL RISKS</b>	<b>(1,7)</b>
<b>ASISTENCIA</b>	<b>(10,5)</b>
<b>MAPFRE RE</b>	<b>(82,6)</b>
<b>HOLD, ELIM, Y OTRAS</b>	<b>51,8</b>
<b>MAPFRE VENEZUELA</b>	<b>0</b>
<b>MAPFRE S.A.</b>	<b>(529,3)</b>

Cifras en millones de euros



## Huella medioambiental



### Certificaciones ambientales

- **11.589 empleados** bajo certificado ambiental ISO 14001.
- **6.588 empleados** bajo certificado de gestión energética ISO 50001.
- **15.546 empleados** bajo verificación de la huella de carbono ISO 14064.
- **9 sedes internacionales** disponen de certificación de construcción sostenible.

### Huella de carbono

- **Hemos reducido la huella de carbono un 51%** con respecto a la línea base establecida en 2013.

### Productos y servicios con coberturas medioambientales

- Más de **57.300 pólizas** en vigor con coberturas relacionadas con aspectos medioambientales.
- **160.000 pólizas** con cobertura gratuita de responsabilidad medioambiental.
- **108.195 hectáreas** de cultivos y bosques sostenibles aseguradas.
- **34.326 MW** asegurados procedentes energías renovables eólica y solar.
- **41 grúas híbridas y eléctricas** forman parte de nuestra red de proveedores.
- **124 puntos de carga** para vehículos eléctricos instalados.

### Formación y sensibilización medioambiental

- **18.055 empleados** han recibido formación en medioambiente.
- **1.600 voluntarios plantaron** más de **1.700 árboles** y recogieron más de **35 toneladas de basura** en la segunda edición del día del Voluntariado de MAPFRE con el lema “Todos unidos por el medioambiente”.

## Biodiversidad y ecosistemas terrestres

- **2º año** que la compañía se ha sumado a la iniciativa “100 empresas por los bosques”
- **4º año** de colaboración con la ONG WWF España para la conservación de la diversidad biológica.
- Campaña **#MaresLimpios** promovida por Naciones Unidas y a la que se unió el barco de MAPFRE durante la Volvo Ocean Race.

## Huella social



### Empleo directo e indirecto

- **96,8% de empleados** con contrato fijo.
- **152.000 proveedores** con los que MAPFRE mantiene relación comercial y de servicios.
- **86.564 agentes**, delegados y corredores trabajan con MAPFRE.
- **5.266 proveedores** homologados de los 6.437 seleccionados para el proceso de homologación ASG.

### Flexibilidad y conciliación

- **40,2% de los empleados** disfrutan de un horario flexible
- **2,9% de empleados** con jornada reducida
- **5,2% de empleados** disfrutan de permisos parentales
- **16,5% de empleados** con posibilidad de movilidad tecnológica (trabajo en remoto).
- **1.805 empleados** desempeñan su labor mediante teletrabajo.
- **12,1% de empleados** han podido acceder a distintos puestos a través de procesos de movilidad interna.
- **176,6 millones de euros** han sido invertidos en beneficios sociales para los empleados.

## Formación y talento

- El **100% de la plantilla** ha recibido formación a través de **1.467.368 horas** que suponen una media de 41,5 horas por empleado y una inversión de 15.462.601 euros.
- **5,3% de empleados** para los que se ha desarrollado un plan de carrera.
- **3,9% de empleados** han accedido a la herramienta de auto-aprendizaje para diseñar su propia ruta de aprendizaje y han realizado 5.176 auto-inscripciones en alguno de los 203 recursos formativos disponibles.
- **328 acuerdos con Universidades**, escuelas de negocio e instituciones universitarias.
- **1.076 estudiantes** han realizado prácticas en el Grupo durante este año.
- **64 proveedores** han realizado formación en Derechos Humanos.

## Salud y bienestar

- **288.362,4 horas** dedicadas a la formación de los empleados en salud y bienestar.
- **743 actividades** realizadas en 30 países realizadas en la IV Semana MAPFRE Objetivo Salud 2018.
- Más de **416 evaluaciones** de riesgos laborales.
- **9.968 reconocimientos médicos** realizados.
- Múltiples **campañas, iniciativas, charlas, capacitaciones**, etc., relacionadas con la promoción de la salud y prevención de enfermedades, el entorno laboral y personal, el bienestar mental, la actividad física y la alimentación. (*Información detallada en el apartado 7.4. Nota 4*).

## Diversidad

- **55% de la plantilla** actual de empleados son mujeres.
- **40,8% de puestos de responsabilidad** están ocupados por mujeres.
- **245.060,32 euros** han sido invertidos en acciones de integración laboral.
- **532.886,7 euros** en contrataciones con centros especiales de empleo o empresas análogas.
- **2,5% de empleados** con discapacidad forman parte de la plantilla.

- **47,8% de empleados sensibilizados** y formados a través del curso *e-learning* sobre discapacidad.
- **150 actividades** de voluntariado han estado destinadas a personas con discapacidad.
- Empleados de **91 nacionalidades** forman parte del Grupo.
- **5 generaciones** (Veteranos, Baby Boomer y las Generaciones X, Y y Z) conviven en el MAPFRE.
- **279 mentores y 139 mentees** forman parte del programa global de mentorización tradicional e inverso que promueve un proceso de desarrollo e intercambio de conocimientos entre generaciones.

## Innovación

- **100 millones de euros** invertidos en innovación y transformación.
- **600 millones de euros** anuales invertidos en tecnología.
- Creación del nuevo modelo de innovación **MOi** para potenciar la innovación estratégica.
- Lanzamiento de **insur\_space** para potenciar la innovación disruptiva.
- **14.500 empleados que han aportado 450 ideas** han participado en **MAPFRE innova**, programa de intra-emprendimiento lanzado en tres países.
- **46 nuevos productos** lanzados.

## Voluntariado corporativo

- **7.800 voluntarios** han desarrollado más de 1.600 actividades a lo largo de este año, impactando directamente en más de 11.000 personas.
- **16% de la plantilla global** ha tenido alguna experiencia de voluntariado.
- **225.953 euros donados a proyectos sociales** gracias al nacimiento del programa “Euro Solidario” que nació en 2017 en España.

Para completar la labor social que MAPFRE desarrolla a través de Fundación MAPFRE, consultar el *Informe Anual de Fundación MAPFRE 2018*, disponible en su página web.



# 7 Información complementaria

# 7.1. Bases de preparación y presentación del informe

[GRI 102-11, 102-32, 102-45, 102-46, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-53, 102-54, FS9]

## Acerca de este Informe

### Informe Integrado

Este Informe se ha elaborado de conformidad con la opción Exhaustiva de los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI), del suplemento sectorial financiero de GRI (cuyo índice de contenidos se acompaña como anexo al presente informe) y las recomendaciones del marco de información publicado por el Consejo Internacional del Informe Integrado (IIRC).

Además, el informe da respuesta a los requerimientos de información de la Directiva 2014/95 EUA de divulgación de información no financiera y diversidad, así como sus respectivas trasposiciones en España (Ley 11/2018 de 28 de diciembre) y en Italia (D Lgs 254/16 NFI). También incluye la información exigida para el Estado de Información No Financiera Consolidado, y que forma parte del Informe de Gestión Consolidado de MAPFRE S.A.

Se han tomado en consideración las Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados, información que es pública y que puede consultarse íntegramente en la página web corporativa de MAPFRE.

El Informe permite tener una visión completa de MAPFRE, su implantación, su modelo de negocio, los retos y riesgos a los que se enfrenta, y su desempeño social, ambiental, económico y de gobierno. Constituye la aproximación a la creación de valor económico y social, que ha permitido seguir profundizando y establecer una mayor relación entre el modelo de negocio y el efecto en los recursos descritos.

Este informe ha sido analizado por el Comité de Auditoría y Cumplimiento y formulado por el Consejo de Administración de MAPFRE S.A. en su reunión celebrada el 6 de febrero de 2019.

### Perímetros de información

El Informe Integrado corresponde a MAPFRE S.A. y sus sociedades filiales y participadas, y se han tomado en consideración los perímetros de información establecidos en los informes utilizados como base para su elaboración.

Las Medidas Alternativas del Rendimiento (MAR) utilizadas en el Informe, que corresponden a aquellas medidas financieras no definidas ni detalladas en el marco de la información financiera aplicable pueden consultarse en la dirección de la página web: <https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/informacion-financiera/medidas-alternativas-rendimiento.jsp>

Algunas de las cifras incluidas en este Informe se han redondeado. Por lo tanto, podrían surgir discrepancias en las tablas entre los totales y las cantidades listadas debido a dicho redondeo.

### Materialidad, relevancia e inclusividad

El presente Informe Integrado incluye toda aquella información relevante para MAPFRE y para los grupos de interés. En 2018 se ha realizado un estudio en 13 países que ha permitido identificar aquellos temas de mayor interés para la empresa y sus grupos de interés en términos de sostenibilidad.

Los temas relevantes en el ámbito medioambiental, social y de gobernanza quedan cubiertos por los asuntos materiales y la información contenida en este informe integrado.

Para más información al respecto ir al apartado 7.2 de este documento.

Asimismo, existen aspectos relevantes cuya información no se presenta completa en el cuerpo de este informe. Estos se encuentran plenamente desarrollados e incluidos en:

- El apartado “Notas” de este mismo informe.
- Informe de Cuentas Anuales Consolidadas, Informe de Gestión Consolidado. 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)
- Informe Anual de Gobierno Corporativo. Publicado en la página web corporativa [www.MAPFRE.com](http://www.MAPFRE.com)
- Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros de sociedades anónimas cotizadas. Publicado en la página web corporativa [www.MAPFRE.com](http://www.MAPFRE.com)

### 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 estos a lo largo del ejercicio. No obstante, las personas interesadas en consultar o completar la información aportada en este documento pueden contactar con MAPFRE 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)
- Portal Corporativo de MAPFRE: [www.MAPFRE.com](http://www.MAPFRE.com)

## Verificación externa

La información cualitativa y cuantitativa de los indicadores dan respuesta a los nuevos estándares de GRI y han sido verificados externamente por la firma KPMG Asesores S.L, incluyendo la información aportada para las actividades de MAPFRE Asistencia, MAPFRE Global Risks, MAPFRE RE y MAPFRE Seguros realizadas en Alemania, Brasil, Colombia, España, EE.UU., Italia, México, Perú, y Turquía para la unidad de Seguros así como las unidades de Asistencia, Global Risks y Reaseguro que suponen en su conjunto el 98,93 % 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.

## 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.

# 7.2. Materialidad

[GRI 102-15, 102-21, 102-43, 102-44, 102-47, 102-49, 103-1, 103-2, 103-3, 412-1, FS5]

La materialidad es un proceso a través del cual la empresa determina qué asuntos, desde la perspectiva de la sostenibilidad, pueden impactar más en su actividad, teniendo en cuenta en el proceso a los grupos de interés que pueden verse afectados o que pueden impactar sobre dichos asuntos. El resultado de este proceso es lo que se llama “temas materiales”.

Para MAPFRE la materialidad cumple con una doble función, por una parte es requerimiento para la elaboración del *reporting* anual y, por otra parte es una herramienta que contribuye en la operativa interna de gestión de la sostenibilidad (alineamiento de los asuntos materiales con la estrategia de sostenibilidad y el plan de sostenibilidad del Grupo).

MAPFRE tiene establecido un proceso interno desde 2014 que se somete a mejora continua. Además, se solicita su revisión a GRI, que cada año otorga el Sello MDS (Materiality Disclosures Service), que figura en el Índice de Contenidos GRI (ver pág. 146 de este informe).

El proceso de materialidad se desarrolla en tres fases:

### Fase 1. Preparación del estudio de materialidad 2018

— Se ha revisado el listado de asuntos para la consulta, teniendo en cuenta las siguientes fuentes:

- Externas, entre otras, Agenda 2030, Pacto Mundial de Naciones Unidas, el Informe 2018 de Riesgos Globales del World Economic Forum, estudios sectoriales publicados durante el año, Directiva Europea 2014/95 sobre divulgación no financiera y diversidad y las demandas de información de los Índices Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y FTSE4Good.

- Internas como el Plan de Sostenibilidad del Grupo 2016-2018 vigente y el Plan estratégico de la compañía.

— Se han validado un total de 23 asuntos para su consulta a los grupos de interés.

— Se ha determinado ampliar el alcance del estudio (ver fase 2).

Fruto de este ejercicio de revisión se han validado los asuntos materiales y relevantes del ejercicio 2017.

### Fase 2. Ejecución: esta fase consta a su vez de tres procesos claves

— **Análisis interno de la compañía del listado de asuntos inicial (valoración interna):** el análisis interno tiene carácter bianual. En el proceso de valoración interna de 2017 se incluyó la variable “madurez”, mediante la cual se analizaron los asuntos tomando en cuenta las líneas y planes estratégicos de cada área y su grado de desarrollo.

**Dado que no se han producido cambios** relevantes que pudieran afectar a los temas ASG de la compañía durante el análisis de materialidad, se considera que la valoración es válida y estable. Por ello, en 2018 se han validado los temas iniciales, que se han sometido a la consulta externa.

— **Análisis externo a grupos de interés:** en 2018 el proceso de valoración externa se ha desplegado para empleados, clientes, distribuidores y proveedores en un total de 13 países invitados a participar (9 más que en 2017) y que conjuntamente representan el 66,5% del volumen de negocio: Argentina, Brasil, Colombia, España, Italia, México, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Turquía y Venezuela.

La encuesta de análisis externa mide dos variables diferentes y complementarias. Por un lado, **la importancia** del tema para el grupo de interés concreto y, en segundo lugar, **la percepción** que esos grupos tienen acerca de cómo la compañía está abordando el tema. Esta información resulta muy útil para la gestión de sostenibilidad, ya que permite desarrollar planes y acciones de mejora a lo largo del año.

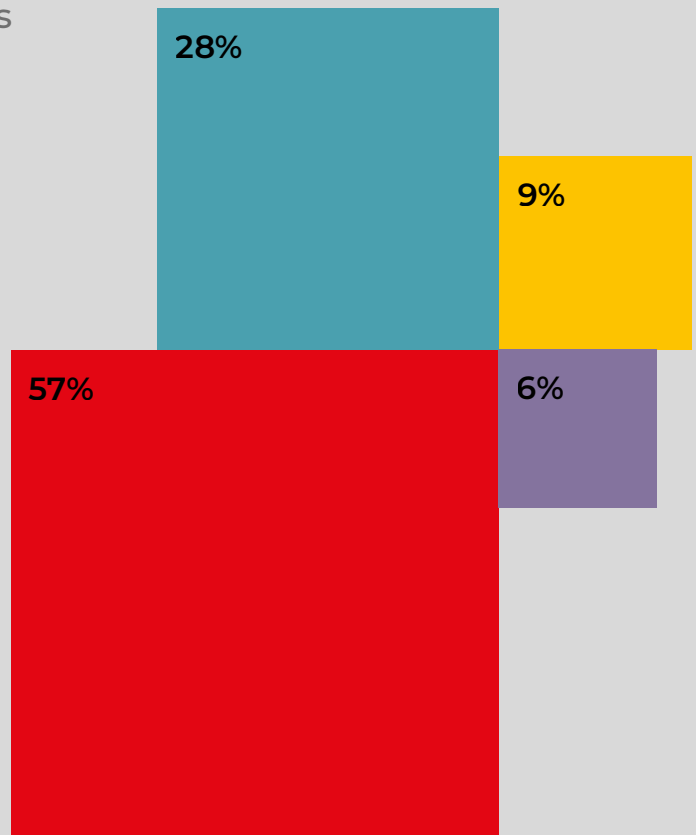
El proceso de consulta externa ha sido realizado por CBI, mediante la metodología de cuestionario *online*; su participación garantiza, un año más, el anonimato y la confidencialidad de las respuestas. Este año se han registrado un total de 652.620 valoraciones, lo que se considera una muestra ampliamente representativa, dividida de la siguiente manera.

## Distribución de las valoraciones externas por grupo de interés

TOTAL:

# 652.620

valoraciones registradas



### Fase 3. Análisis y presentación de resultados

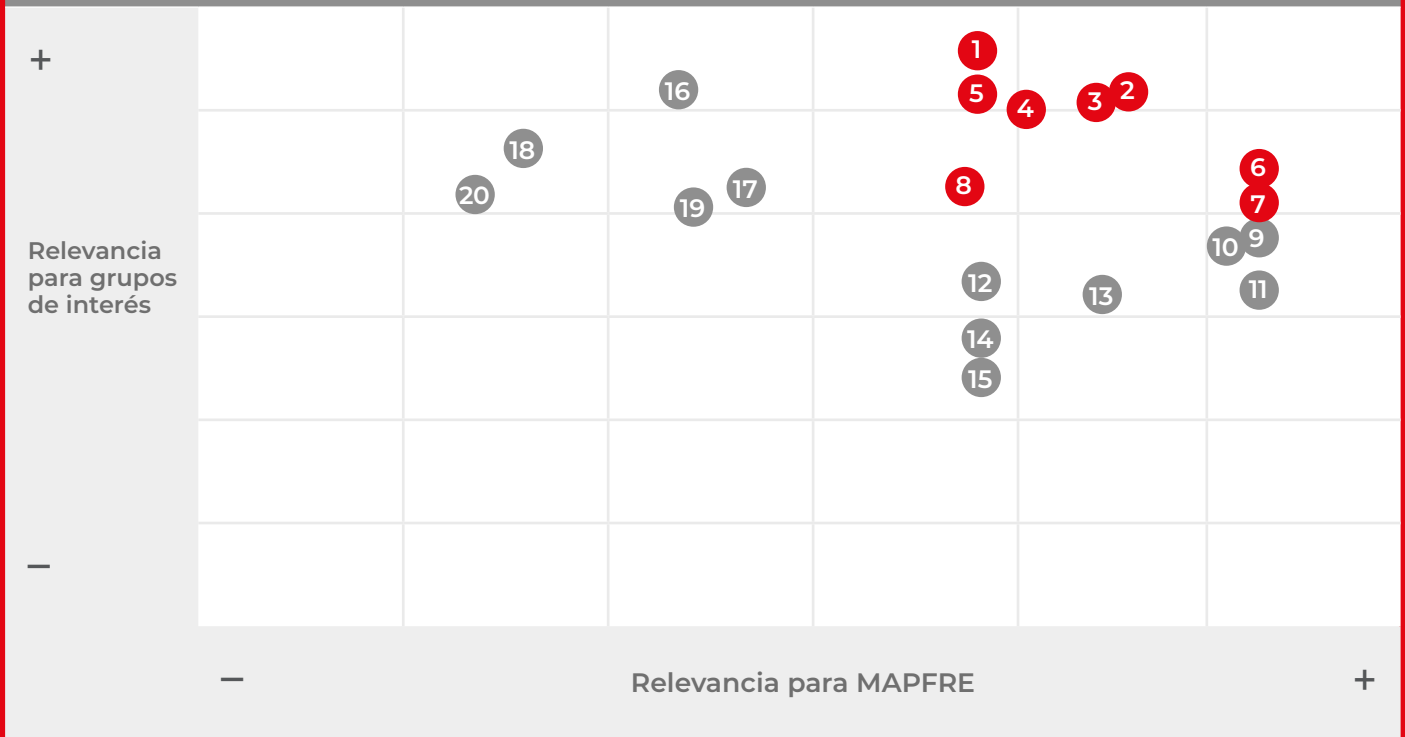
#### MAPFRE considera tres niveles de resultados en el estudio

- **Tema material:** aquellos en los que existe coincidencia en el alto nivel de valoración y consideración de los temas, tanto para MAPFRE como para los grupos de interés consultados.
- **Tema relevante:** son aquellos que pese a no ser de máxima prioridad (como son los temas materiales) para la compañía o sus grupos de interés, se trata de temas importantes que requieren gestión y seguimiento continuo, ya que pueden afectar a la compañía o a los grupos de interés.
- **Tema no material:** aquellos temas que han obtenido las valoraciones más bajas, tanto por la empresa como por los grupos de interés.

En este informe se presentan los datos de forma agregada, los temas materiales y relevantes 2018 (**matriz global de materialidad**) y la percepción que los grupos de interés tienen acerca de cómo MAPFRE está trabajando en estos temas. No obstante, para cada uno de los países que participan en el estudio, se tiene su propia matriz y estudio de percepción.



## Matriz de Materialidad



### Materialias

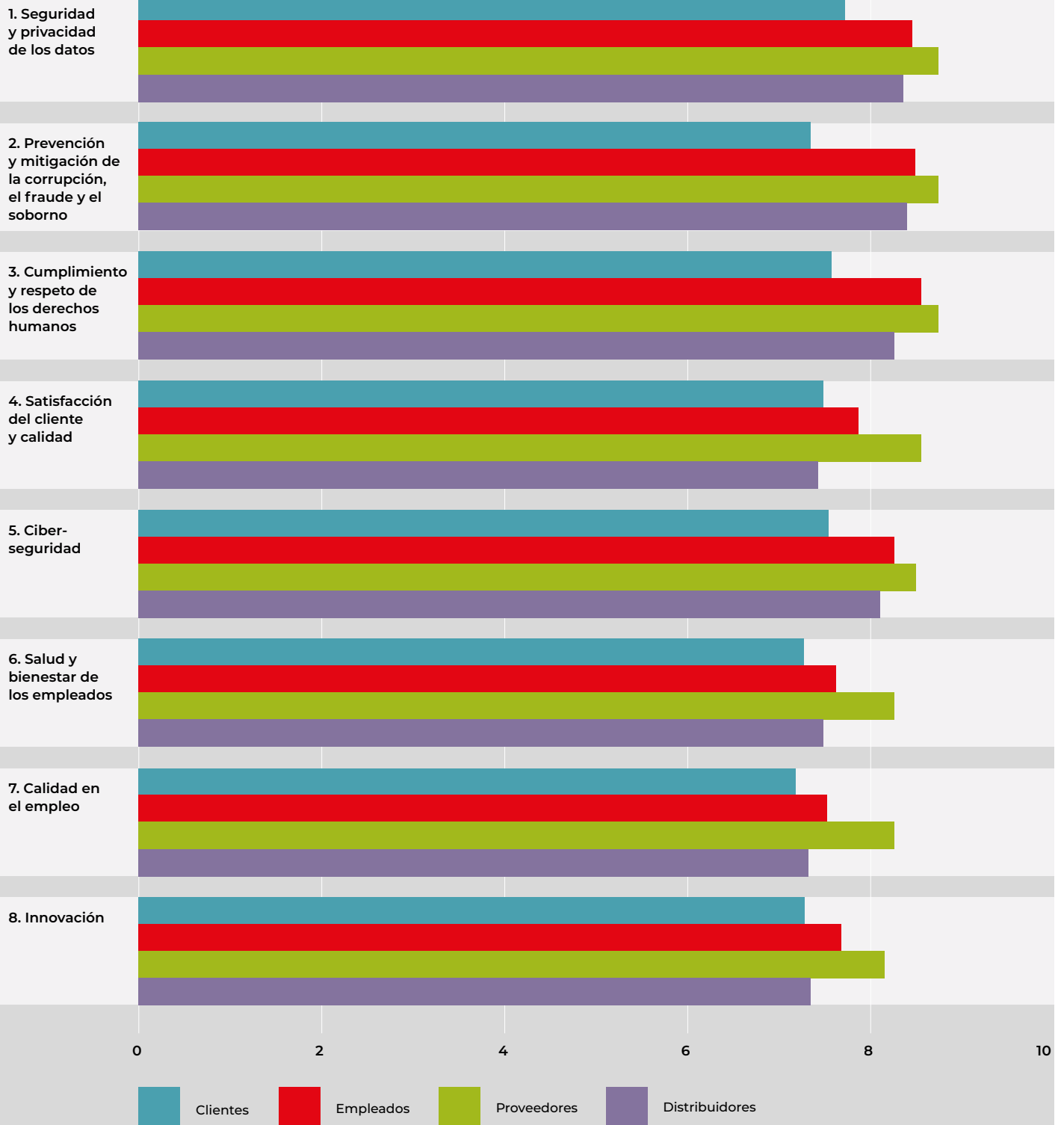
- 1 Seguridad y privacidad de los datos
- 2 Prevención y mitigación de la corrupción, el fraude y el soborno
- 3 Cumplimiento y respeto de los derechos humanos
- 4 Satisfacción del cliente y calidad
- 5 Ciberseguridad
- 6 Salud y bienestar de los empleados
- 7 Calidad del empleo
- 8 Innovación

### Relevantes

- 9 Desarrollo profesional y talento
- 10 Mecanismos ágiles de reclamación
- 11 Promoción de la igualdad de oportunidades y gestión de la diversidad
- 12 Gestión eficiente de vertidos y residuos
- 13 Agente de desarrollo económico, social y medioambiental
- 14 Cambio climático
- 15 Huella de carbono
- 16 Obligaciones tributarias
- 17 Ética e integridad de empleados y órganos de gobierno
- 18 Transparencia y honestidad en las comunicaciones
- 19 Ética e integridad en proveedores
- 20 Relación fluida y honesta con sus grupos de interés

En la siguiente tabla se muestran los asuntos materiales ordenados de mayor a menor relevancia y la percepción que tienen de los grupos de interés en base a una escala de 1 a 10:

## Percepción de temas Materiales



## Evolución de la materialidad 2017-2018

Se mantienen estables los temas materiales relacionados con la seguridad y privacidad de datos, la ciberseguridad, la prevención de la corrupción el fraude y el soborno, el cumplimiento y respeto a los derechos humanos y la satisfacción del cliente.

Aparece un nuevo tema material en 2018: la Innovación. Este asunto estaba considerado como relevante en 2017.

“Los consumos energéticos y emisiones” deja de ser un tema material, para convertirse en un tema relevante. En este sentido y como se puede observar en la matriz de materialidad, los asuntos “Cambio Climático”, “Huella de carbono” y “Gestión eficiente de vertidos y residuos” son temas relevantes que MAPFRE ha valorado con más importancia que los grupos de interés consultados. De hecho, son temas que forman parte del Plan de Sostenibilidad del Grupo 2016-2018 y del Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático 2020.

### Tabla de localización de temas materiales en el informe

En el presente informe se tratan con detalle los temas identificados como materiales. En la siguiente tabla se muestra la localización donde se da cobertura a estos siete temas.

<i>Tema Material</i>	CAPÍTULO DE LA MEMORIA DONDE SE DA RESPUESTA AL TEMA
1. Seguridad y privacidad de los datos	4.2. Ética y Sostenibilidad – Política de Responsabilidad Social / Comportamiento ético: principales medidas de cumplimiento y prevención: Seguridad 6.4. Dimensión Intelectual: Ciberseguridad
2. Prevención y mitigación de la corrupción, el fraude y el soborno	4.2. Ética y Sostenibilidad – Política de Responsabilidad Social / Plan de sostenibilidad / Comportamiento ético: principales medidas de cumplimiento y prevención: Cumplimiento – Control Interno – Prevención del fraude y la Corrupción – Auditoría Interna
3. Cumplimiento y respeto de los derechos humanos	4.2. Ética y Sostenibilidad – Política de Responsabilidad Social / Plan de sostenibilidad / Comportamiento ético: principales medidas de cumplimiento y prevención 6.6. Dimensión Social y Relacional – Gestión de la relación con Grupos de interés – compromisos internacionales relacionados con la sostenibilidad, asumidos por MAPFRE – Compromisos con los Derechos Humanos - Agenda 2030 de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible 7.4. Nota 8: Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE
4. Satisfacción del cliente y calidad	4.2. Ética y Sostenibilidad –Plan de sostenibilidad 6.2. Dimensión Productiva – Calidad
5. Ciberseguridad	6.4 Dimensión Intelectual: Ciberseguridad
6. Salud y bienestar de los empleados	6.3. Dimensión Humana – Diversidad e Inclusión / Experiencia Empleado 7.4. Nota 4: Salud y Bienestar
7. Calidad en el empleo	6.3. Dimensión Humana – Diversidad e Inclusión / Experiencia Empleado / El continuo Reto del talento 7.4. Nota 1: Altas y Bajas
8. Innovación	3.2. Estrategia 6.4. Dimensión Intelectual: Ciberseguridad

## 7.3. Índice de Contenidos GRI

[GRI 102-55]

Los datos que dan respuesta a los indicadores GRI y a los requerimientos de Directiva 2014/95 EUA de divulgación de información no financiera y diversidad, así como sus respectivas trasposiciones en España (Ley 11/2018 de 28 de diciembre) y en Italia (D Lgs 254/16 NFI) han sido obtenidos mediante Sygris, la herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social implantada en el Grupo.



Para el Materiality Disclosures Services, GRI ha revisado que el índice de contenidos de GRI sea claro, y que las referencias para los Contenidos 102-40 a 102-49 correspondan con las secciones indicadas del reporte.

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 101. Fundamentos 2016</b>			
<b>GRI 102. Contenidos generales 2016</b>			
<b>1. Perfil de la organización</b>			
<b>102-1. Nombre de la organización</b>	MAPFRE		✓
<b>102-2. Actividades, marcas, productos y servicios</b>	2. Grupo MAPFRE. <b>Pág. 5</b> 3. Modelo de Negocio, Estrategia y evolución. <b>Pág. 21</b> 3.4. Evolución de los negocios. <b>Pág. 30</b> 6.1 Dimensión Financiera. <b>Pág. 74</b> 6.4. Dimensión Intelectual – Innovación: Nuevos productos y servicios lanzados en 2018. <b>Pág. 113</b> 7.4. Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales. <b>Pág. 181</b>	Ley 11/2018: Información general ODS 8, 9, 11	✓
<b>102-3. Ubicación de la sede</b>	Madrid	Ley 11/2018: Información general	✓
<b>102-4. Ubicación de las operaciones</b>	2. Grupo MAPFRE. <b>Pág. 5</b> 2.2. Implantación. <b>Pág. 10</b>	Ley 11/2018: Información general	✓
<b>102-5. Propiedad y forma jurídica</b>	2. Grupo MAPFRE. <b>Pág. 5</b>	Ley 11/2018: Información general	✓
<b>102-6. Mercados servidos</b>	2.2. Implantación. <b>Pág. 10</b> 3. Modelo de Negocio, Estrategia y evolución. <b>Pág. 21</b> 3.4. Evolución de los negocios. <b>Pág. 30</b> 6.1. Dimensión Financiera. <b>Pág. 74</b>	Ley 11/2018: Información general ODS 8, 17	✓
<b>102-7. Tamaño de la organización</b>	2.2. Implantación. <b>Pág. 10</b> 2.3. Principales magnitudes. <b>Pág. 14</b> 6.1. Dimensión Financiera. <b>Pág. 74</b> 6.3. Dimensión Humana – Datos generales. <b>Pág. 93</b>	Ley 11/2018: Información general ODS 8, 17	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
102-8. Información sobre empleados y otros trabajadores	6.3. Dimensión Humana – Datos generales. <b>Pág. 94</b> / Gestión de la diversidad. <b>Pág. 96</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Relativas al personal: empleo ODS 8 10	✓
102-9. Cadena de suministro	6.2 Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b>	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores ODS 8	✓
102-10. Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	3.4.1. Información general – Hechos relevantes. <b>Pág. 30</b> 6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b>		✓
102-11. Principio o enfoque de precaución	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b> 5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b>	Ley 11/2018: Cuestiones ambientales: información general	✓
102-12. Iniciativas externas	6.6. Dimensión social y Relacional / Compromisos con la sostenibilidad. <b>Pág. 132</b> 6.4. Dimensión Intelectual – Marca y reputación. <b>Pág. 115</b>	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: compromiso con el desarrollo sostenible: acciones de asociación o patrocinio Principios 1-10 Pacto Mundial ODS 16, 17	✓
102-13. Afiliación a asociaciones	6.5 Capital social y Relacional, Canales de relación con grupos de interés: organismos reguladores y supervisores. <b>Pág. 129</b> ; Compromisos con la sostenibilidad. <b>Pág. 132</b>	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: compromiso con el desarrollo sostenible: acciones de asociación o patrocinio ODS 17	✓
<b>2. Estrategia</b>			
102-14. Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	1. Carta del presidente. <b>Pág. 3</b> 3.1. Modelo de negocio. <b>Pág. 21</b> 4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b>	Ley 11/2018: Información general	✓
102-15. Impactos, riesgos y oportunidades principales	2.4. Marco Regulatorio y entorno. <b>Pág. 18</b> 3.3. Perspectivas de futuro. <b>Pág. 28</b> 5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b> / Riesgos y oportunidades ASC. <b>Pág. 70</b> 7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b>	Ley 11/2018: Información general	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>3. Ética e integridad</b>			
<b>102-16. Valores, principios, estándares y normas de conducta</b>	3.1. Modelo de negocio. <b>Pág. 23</b> 4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b> 4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b> / Código ético y de conducta. <b>Pág. 61</b>	Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos; Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno: medidas de prevención  ODS 16, 17	✓
<b>102-17. Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas</b>	4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b> / Código Ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b> / Canales de denuncias. <b>Pág. 63</b>  6.6. Dimensión social y relacional: Medidas adoptadas para garantizar el respeto a los Derechos humanos. <b>Pág. 133</b>  7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de DDHH de MAPFRE. <b>Pág. 187</b> <a href="https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/negocio-responsable/definicion-objetivos-responsabilidad-social/codigo-etico/">MAPFRE.com https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/negocio-responsable/definicion-objetivos-responsabilidad-social/codigo-etico/</a>	Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos, Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno: medidas de prevención  Principios 1-10 Pacto Mundial  ODS 16, 17	✓
<b>4. Gobernanza</b>			
<b>102-18. Estructura de gobernanza</b>	2. Grupo MAPFRE. <b>Pág. 5</b> 4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b> 4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b>	ODS 16	✓
<b>102-19. Delegación de autoridad</b>	4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b> 4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b> Apartado C.2.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).	Principios 1-10 Pacto Mundial	✓
<b>102-20. Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales</b>	4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b> 4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b> Apartado C.2.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).	Principios 1-10 Pacto Mundial	✓
<b>102-21. Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales</b>	7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b>	Principios 1-10 Pacto Mundial  ODS 16	✓
<b>102-22. Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités</b>	4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b> 6.3. Dimensión Humana – Diversidad. <b>Pág. 96</b>	ODS 5, 16	✓
<b>102-23. Presidente del máximo órgano de gobierno</b>	4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b>		✓



ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>102-24. Nominación y selección del máximo órgano de gobierno</b>	Apartados C.1.16., C.1.5. y C.1.6. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).	ODS 5, 16	✓
<b>102-25. Conflictos de intereses</b>	Apartado D.6. y A.1. a A.8 del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).	ODS 16	✓
<b>102-26. Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia</b>	4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b> Apartado C.2.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). Título I, Capítulo II del Reglamento del Consejo de Administración de MAPFRE : "Funciones y Competencias del Consejo".		✓
<b>102-27. Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno</b>	Apartado C.1.35. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).		✓
<b>102-28. Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno</b>	Apartado C.1.17. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración de MAPFRE publicado en la web Corporativa. Título I. Consejo de Administración y Título II. Comisión y Comités Delegados.	ODS 16	✓
<b>102-29. Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales</b>	5. Riesgos y oportunidades – Riesgos y oportunidades ASG. <b>Pág. 70</b> 7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b> Apartados E.1., E.2. y F.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento	Principios 1-10 Pacto Mundial ODS 16	✓
<b>102-30. Eficacia de los procesos de gestión del riesgo</b>	5. Riesgos y oportunidades – Riesgos y oportunidades ASG. <b>Pág. 70</b> Apartados E.2. y E.6. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento	Principios 1-10 Pacto Mundial	✓
<b>102-31. Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales</b>	5. Riesgos y oportunidades – Riesgos y oportunidades ASG. <b>Pág. 70</b> 7.2 Materialidad. <b>Pág. 141</b> Apartado E.1. del IAGC. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento.	Principios 1-10 Pacto Mundial	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
102-32. Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	<p>7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b></p> <p>Apartado C.2.1 del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</p> <p>Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración publicado en la web Corporativa. Título I Capítulo I: Funciones y Competencias del Consejo.</p>	Principios 1-10 Pacto Mundial	✓
102-33. Comunicación de preocupaciones críticas	<p>4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b> – Política de RS. <b>Pág. 59</b> / Código Ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b> / Comportamiento ético. <b>Pág. 60</b></p>	Principios 1-10 Pacto Mundial	✓
102-34. Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	<p>6.4. Dimensión Intelectual – Ciberseguridad. <b>Pág. 114</b></p> <p>Código de ética y de conducta: <a href="https://www.mapfre.com/corporativo-es/negocio-responsable/definicion-objetivos-responsabilidad-social/codigo-etico/">https://www.mapfre.com/corporativo-es/negocio-responsable/definicion-objetivos-responsabilidad-social/codigo-etico/</a></p> <p>Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2016 y publicado en la web Corporativa. Título I Capítulo I: Funciones y Competencias del Consejo.</p>		✓
102-35. Políticas de remuneración	<p>4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b></p>	<p>Ley 11/2018: Cuestiones Relativas al personal: empleo</p> <p>Principios 1, 2, 3, 4,6 y 10 Pacto Mundial</p> <p>ODS 16</p>	✓
102-36. Proceso para determinar la remuneración	<p>6.3. Dimensión Humana – Retribución y reconocimiento. <b>Pág. 105</b></p> <p>Informe anual sobre retribuciones de los consejeros: <a href="https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/junta-general/">https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/junta-general/</a></p>	<p>Ley 11/2018: Cuestiones Relativas al personal: empleo</p> <p>Principios 1, 2, 3, 4,6 y 10 Pacto Mundial</p> <p>ODS 16</p>	✓
102-37. Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración		<p>Principios 1, 2, 3, 4,6 y 10 Pacto Mundial</p> <p>ODS 16</p>	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>102-38. Ratio de compensación total anual</b>	<p>El ratio de compensación total anual en España es de 15,67.</p> <p>Este ratio se calcula a nivel España, como lugar donde se encuentra la sede social de la Compañía, sin incluir las áreas corporativas, como la relación entre la compensación total anual de la persona mejor pagada de la Compañía y la mediana de la compensación total anual de todos los empleados a jornada completa, excluyendo a la persona mejor pagada.</p> <p>El dato resultante es razonable teniendo en cuenta la actual estructura de la plantilla. España representa el 30,9% de la plantilla del Grupo.</p>	<p>Ley 11/2018: Cuestiones Relativas al personal: empleo</p> <p>Principios 1, 2, 3, 4,6 y 10 Pacto Mundial</p>	<p>✓</p>
<b>102-39. Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual</b>	<p>El ratio del Incremento porcentual de la compensación total anual en España es de 3,12. Este ratio se calcula a nivel España, como lugar donde se encuentra la sede social de la Compañía, sin incluir las áreas corporativas, como la relación entre el incremento de la compensación total anual de la persona mejor pagada de la Compañía y el promedio del incremento porcentual de la compensación total anual de todos los empleados.</p> <p>España representa el 30,9% de la plantilla del Grupo.</p>	<p>Principios 1, 2, 3, 4,6 y 10 Pacto Mundial</p>	
<b>5. Participación de los grupos de interés</b>			
<b>102-40. Lista de grupos de interés</b>	<p>6.6. Dimensión social y relacional – Gestión de la relación con los Grupos de interés. <b>Pág. 125</b></p>	<p>Principios 1-10 del Pacto Mundial</p>	<p>✓</p>
<b>102-41. Acuerdos de negociación colectiva</b>	<p>6.6. Dimensión social y relacional – Gestión de la relación con los Grupos de interés: Canales de relación con los empleados y los representantes de los trabajadores. <b>Pág. 128</b></p>	<p>Ley 11/2018: Cuestiones Relativas al personal: Relaciones sociales</p> <p>Principios 1, 2, 3, 4 y 6 Pacto Mundial</p> <p>ODS 8</p>	<p>✓</p>
<b>102-42. Identificación y selección de grupos de interés</b>	<p>6.6. Dimensión social y relacional – Gestión de la relación con los Grupos de interés. <b>Pág. 125</b></p>		<p>✓</p>
<b>102-43. Enfoque para la participación de los grupos de interés</b>	<p>6.6. Dimensión social y relacional – Gestión de la relación con los Grupos de interés. <b>Pág. 125</b> / Canales de relación. <b>Pág. 126</b></p> <p>7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b></p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: compromiso con el desarrollo sostenible: relaciones con grupos de interés/comunidades locales; Información sobre la sociedad: Consumidores</p> <p>Principios 1-10 del Pacto Mundial</p>	<p>✓</p>

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>102-44. Temas y preocupaciones clave mencionados</b>	6.6. Dimensión social y relacional – Gestión de la relación con los Grupos de interés. <b>Pág. 125</b> / Canales de Relación. <b>Pág. 126</b> 7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b>	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: Consumidores  Principios 1-10 del Pacto Mundial	✓
<b>6. Prácticas para la elaboración de informes</b>			
<b>102-45. Entidades incluidas en los estados financieros consolidados</b>	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b> Cuentas anuales e informe de gestión consolidados 2018 <a href="https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/informacion-financiera/informes-anuales/">https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/informacion-financiera/informes-anuales/</a>	Ley 11/2018	✓
<b>102-46. Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema</b>	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b>		✓
<b>102-47. Lista de temas materiales</b>	7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b>	Principios 1-10 del Pacto Mundial	✓
<b>102-48. Reexpresión de la información</b>	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b> 7.4. Informe de verificación externa. <b>Pág. 190</b>		✓
<b>102-49. Cambios en la elaboración de informes</b>	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b> 7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b> 7.4. Informe de verificación externa. <b>Pág. 190</b>		✓
<b>102-50. Periodo objeto del informe</b>	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b>		✓
<b>102-51. Fecha del último informe</b>	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b> <a href="https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/negocio-responsable/informes-anuales/">https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/negocio-responsable/informes-anuales/</a>		✓
<b>102-52. Ciclo de elaboración de informes</b>	Anual		✓
<b>102-53. Punto de contacto para preguntas sobre el informe</b>	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b>		✓
<b>102-54. Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI</b>	7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b>	Ley 11/2018: Información general	✓
<b>102-55. Índice de contenidos GRI</b>	7. Información Complementaria - Índice de contenidos GRI. <b>Pág. 146</b>	Ley 11/2018	✓
<b>102-56. Verificación externa</b>	7.4. Informe de verificación externa. <b>Pág. 190</b>	Ley 11/2018	

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 103. Enfoque de gestión 2016</b>			
<b>103-1. Explicación del tema material y su Cobertura</b>	6.6. Dimensión social y relacional – Gestión de la relación con los Grupos de interés. <b>Pág. 125</b> 7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b>	Ley 11/2018: Información general Principios 1-10 del Pacto Mundial	✓
<b>103-2. El enfoque de gestión y sus componentes</b>	6.6. Dimensión social y relacional – Gestión de la relación con los Grupos de interés. <b>Pág. 125</b> 7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b>	Ley 11/2018: Información general ODS 16	✓
<b>103-3. Evaluación del enfoque de gestión</b>	7.2 Materialidad. <b>Pág. 141</b> El enfoque de gestión aplica a todos los temas materiales identificados	Ley 11/2018: Información general	✓
<b>GRI 201. Desempeño económico 2016</b>			
<b>201-1. Valor económico directo generado y distribuido</b>	2.3. Principales Magnitudes. <b>Pág. 14</b> 3.4.2. Información por Unidades de Negocio. <b>Pág. 32</b> 6.1. Dimensión Financiera. <b>Pág. 74</b> 6.5. Capital Social y Relacional – Nuestra huella: Valor social, valor compartido: huella económica. <b>Pág. 135</b>  Informe Anual Consolidado 2018 <a href="https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/junta-general/">https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/junta-general/</a>	Ley 11/2018: Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno, Información sobre la sociedad: Información fiscal Principios 1 a 10 del Pacto Mundial  ODS 1, 2, 5, 7, 8 y 9	✓
<b>201-2. Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático</b>	5. Riesgos y oportunidades – Riesgos y oportunidades ASG. <b>Pág. 70</b> 6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b> 7.4. Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales. <b>Pág. 181</b> Informe Anual Consolidado 2018 <a href="https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/junta-general/">https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/junta-general/</a>	Ley 11/2018 Cuestiones medioambientales: Cambio climático: emisiones, medidas de adaptación Principios 7,8 y 9 del Pacto Mundial ODS 13	✓
<b>201-3. Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación</b>	6.3. Dimensión Humana – Retribución y reconocimiento. <b>Pág. 105</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Relativas al personal: empleo Principios 1, 6, 10 del Pacto Mundial	✓
<b>201-4. Asistencia financiera recibida del gobierno</b>	Las subvenciones públicas recibidas no representan una cantidad significativa sobre los ingresos totales del Grupo	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: Información fiscal	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 202. Presencia en el mercado 2016</b>			
<b>202-1. Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local</b>	<p>MAPFRE aplica el principio de igualdad de oportunidades y no discriminación a todo proceso de selección, promoción y movilidad, siendo las aptitudes, los méritos, la valía y la capacidad profesional de las personas candidatas, los criterios a tener en cuenta para realizar de forma objetiva la elección.</p> <p>En MAPFRE, el ratio salarial de la categoría inicial estándar se establece por nivel y la naturaleza de la función a desarrollar, y no distingue por género.</p> <p>Normalmente, el ratio de la categoría inicial estándar viene determinado por un Convenio Colectivo (sectorial o de empresa). Con carácter general, en aquellos países donde existe un salario mínimo local, la retribución de entrada de MAPFRE es superior. Por ejemplo, en España, sede del Grupo, el ratio es del 52%</p>	<p>Ley 11/2018</p> <p>ODS 8</p>	<p>✓</p>
<b>202-2. Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local</b>	<p>6.3. Dimensión Humana – Movilidad interna. <b>Pág. 101</b></p>	<p>ODS 8</p>	<p>✓</p>
<b>GRI 204. Prácticas de adquisición 2016</b>			
<b>204-1. Proporción del gasto en proveedores locales</b>	<p>6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b></p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: compromiso con el desarrollo sostenible: impacto en empleo y desarrollo local</p> <p>Principio 10 del Pacto Mundial</p> <p>ODS 1, 5, 8</p>	<p>✓</p>
<b>GRI 205. Anticorrupción 2016</b>			
<b>205-1. Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción</b>	<p>4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: Cumplimiento. <b>Pág. 60</b> / Código ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b></p> <p>5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b></p>	<p>Ley 11/2018</p> <p>Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno</p>	<p>✓</p>
<b>205-2. Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción</b>	<p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de DDHH de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p>	<p>Principio 10 del Pacto Mundial</p>	<p>✓</p>
<b>205-3. Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas</b>		<p>ODS 16</p>	<p>✓</p>



ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 206. Competencia desleal 2016</b>			
<b>206-1. Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia</b>	En 2018 no se han producido demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia	Principio 10 del Pacto Mundial ODS 16	✓
<b>GRI 301. Materiales 2016</b>			
<b>301-1. Materiales utilizados por peso y volumen</b>	7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recursos: consumo de materias primas Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial ODS 8, 12	✓
<b>301-2. Insumos reciclados</b>	7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Economía circular y prevención de gestión de residuos: medidas de prevención; Uso sostenible de los recursos: consumo de materias primas Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial ODS 8, 12	✓
<b>GRI 302. Energía 2016</b>			
<b>302-1. Consumo energético dentro de la organización</b>	6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b> 7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recursos: consumo directo/indirecto de energía; uso de energías renovables Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial ODS 7, 8, 12, 13	✓
<b>302-2. Consumo energético fuera de la organización</b>	6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b> 7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recursos: consumo directo/indirecto de energía Principios 7,8 y 9 del Pacto Mundial ODS 7, 8, 12, 13	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>302-3. Intensidad energética</b>	6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b> 7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recursos: consumo directo/indirecto de energía  Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 7, 8, 12, 13	✓
<b>302-4. Reducción del consumo energético</b>	7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recursos: eficiencia energética  Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 7, 8, 12, 13	✓
<b>302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios</b>	6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recursos: eficiencia energética  Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 7, 8, 12, 13	✓
<b>GRI 303. Agua 2016</b>			
<b>303-1. Extracción de agua por fuente</b>	7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Uso sostenible de los recursos: consumo de agua y suministros  Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 6	✓
<b>GRI 304. Biodiversidad 2016</b>			
<b>304-1. Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad</b>	MAPFRE no dispone de centros de trabajo ubicados en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Protección de la biodiversidad: preservación  Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 6, 14, 15	✓
<b>304-2. Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad</b>	6.5. Dimensión Natural. – Preservación de la biodiversidad. <b>Pág. 123</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Protección de la biodiversidad: impactos  Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 6, 14, 15	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>304-3. Hábitats protegidos o restaurados</b>	Por la actividad de MAPFRE este indicador no es aplicable.		✓
<b>304-4 . Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.</b>	Por la actividad de MAPFRE este indicador no es aplicable.		✓
<b>GRI 305. Emisiones 2016</b>			
<b>305-1. Emisiones directas de GEI (alcance 1)</b>	6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b> 7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: contaminación; Cambio climático: emisiones Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial ODS 2, 3, 12, 13, 14, 15	✓
<b>305-2. Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)</b>	6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b>	Ley 11/2018 Cuestiones medioambientales: contaminación, Cambio climático: emisiones Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial ODS 3, 12, 13, 14, 15	✓
<b>305-3. Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)</b>	6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b>	Ley 11/2018 Cuestiones medioambientales: contaminación; Cambio climático: emisiones Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial ODS 3, 12, 13, 14, 15	✓
<b>305-4. Intensidad de las emisiones de GEI</b>	6.5. Dimensión Natural – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b>	Ley 11/2018 Cuestiones medioambientales: contaminación; Cambio climático: emisiones Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial ODS 13, 14, 15	✓
<b>305-5. Reducción de las emisiones de GEI</b>	6.5. Dimensión Natural. – Estrategia de acción frente al cambio climático. <b>Pág. 121</b>	Ley 11/2018 Cuestiones medioambientales: contaminación; Cambio climático: metas de reducción Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial ODS 13, 14, 15	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 306. Efluentes y residuos 2016</b>			
<b>306-2. Residuos por tipo y método de eliminación</b>	7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Economía circular y prevención de gestión de residuos: medidas de prevención y acciones  Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 3, 6, 12	✓
<b>306-3. Derrames significativos</b>	Durante 2018 no se ha contabilizado ningún derrame o fuga con impacto significativo en los establecimientos e instalaciones donde MAPFRE desarrolla su actividad.	Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 3, 6, 12, 14, 15	✓
<b>306-4. Transporte de residuos peligrosos</b>	7.4. Nota 6 – Información medioambiental. <b>Pág. 178</b>	Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 3, 12	
<b>306-5. Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías</b>	La actividad desarrollada por MAPFRE es principalmente de tipo administrativo y, por su propia naturaleza, con bajo impacto ambiental. En este ejercicio no se han identificado impactos significativos en este aspecto	Ley 11/2018: Cuestiones medioambientales: Protección de la biodiversidad: impactos  Principios 7, 8 y 9 del Pacto Mundial  ODS 6, 15	✓
<b>GRI 307. Cumplimiento ambiental 2016</b>			
<b>307-1. Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental</b>	En relación a multas de carácter ambiental, en 2018 no se tiene constancia de haber recibido ninguna multa de carácter significativo.	Principios 7, 8, 9 y 10 del Pacto Mundial  ODS 16	✓
<b>GRI 308. Evaluación ambiental de proveedores 2016</b>			
<b>308-1. Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales</b>	6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b> / Homologación ASG de Proveedores. <b>Pág. 90</b>	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores  Principios 7, 8, 9 y 10 del Pacto Mundial	✓
<b>308-2. Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.</b>	6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b>	Ley 11/2018  Principios 7, 8, 9 y 10 del Pacto Mundial	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 401. Empleo 2016</b>			
<b>401-1 . Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal</b>	6.3. Dimensión Humana – Datos generales. <b>Pág. 94</b> / Gestión de la diversidad. <b>Pág. 96</b> 7.4. Nota 1 – Altas y bajas. <b>Pág. 167</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: empleo  Principios 1, 2, 3, 6 y 10 del Pacto Mundial  ODS 5, , 10	✓
<b>401-2. Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales</b>	6.3. Dimensión Humana – Retribución y reconocimiento. <b>Pág. 105</b> / Conciliación y bienestar. <b>Pág. 107</b>	Principios 1, 2, 3, 6 y 10 del Pacto Mundial  ODS 3, 5, 8	✓
<b>401-3. Permiso parental</b>	6.3. Dimensión Humana – Conciliación y Bienestar. <b>Pág. 107</b> 7.4. Nota 4 – Bienestar y salud. <b>Pág. 172</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: Organización del trabajo; Igualdad  Principios 1, 2, 3, 6 y 10 del Pacto Mundial  ODS 5, 8	✓
<b>GRI 402. Relaciones trabajador – empresa 2016</b>			
<b>402-1. Plazos de preaviso mínimos sobre cambios operacionales</b>	6.5. Capital social y relacional – Canales de relación con los representantes legales de los trabajadores. <b>Pág. 128</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: Relaciones sociales  Principios 1, 2, 3 y 6 del Pacto Mundial  ODS 8	✓
<b>GRI 403. Salud y seguridad en el trabajo 2016</b>			
<b>403-1. Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad</b>	6.3. Dimensión Humana, Experiencia empleado. <b>Pág. 107</b> 6.5. Capital social y relacional – Canales de relación con los representantes legales de los trabajadores. <b>Pág. 128</b> 7.4. Nota 4 – Bienestar y salud. <b>Pág. 172</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: Relaciones sociales  Principios 1, 2, 3 y 6 del Pacto Mundial  ODS 8	✓
<b>403-2. Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional</b>	6.3. Dimensión Humana, Experiencia empleado. <b>Pág. 107</b> / Algunos datos relevantes del ejercicio. <b>Pág. 109</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: organización del trabajo; Salud y seguridad  Principios 1, 2, 3, 4 y 6 del Pacto Mundial  ODS 3, 8	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>403-3. Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad</b>	6.3. Dimensión Humana, Experiencia empleado. <b>Pág. 107</b> / Algunos datos relevantes del ejercicio. <b>Pág. 109</b> 7.4. Nota 4 – Bienestar y salud. <b>Pág. 172</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: Salud y seguridad  Principios 1, 2, 3, 4 y 6 del Pacto Mundial  ODS 3, 8	✓
<b>403-4. Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos</b>	6.3. Dimensión Humana, Experiencia empleado. <b>Pág. 107</b> / Conciliación y bienestar. <b>Pág. 107</b> 6.6. Dimensión Social y relacional – canales de relación con los representantes de los trabajadores. <b>Pág. 128</b>  7.4. Nota 4 – Bienestar y salud. <b>Pág. 172</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: Relaciones sociales  Principios 1, 2, 3, 4 y 6 del Pacto Mundial  ODS 8	✓
<b>GRI 404. Formación y enseñanza 2016</b>			
<b>404-1. Media de horas de formación al año por empleado</b>	6.3. Dimensión Humana. <b>Pág. 93</b> / Aprendizaje y gestión del conocimiento. <b>Pág. 102</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: Formación  Principios 1, 2, 3, 4, 6 y 8 del Pacto Mundial  ODS 4, 5, 8	✓
<b>404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición</b>	6.3. Dimensión Humana: Movilidad interna. <b>Pág. 101</b> / Aprendizaje y gestión del conocimiento. <b>Pág. 102</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: Formación  Principios 1, 2, 3, 4, 6 y 8 del Pacto Mundial  ODS 8	✓
<b>404-3. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional</b>	6.3. Dimensión Humana: Retribución y reconocimiento. <b>Pág. 105</b>	Principios 1, 2, 3, 4, 6 y 8 del Pacto Mundial  ODS 5, 8, 10	✓
<b>GRI 405. Diversidad e igualdad de oportunidades 2016</b>			
<b>405-1. Diversidad en órganos de gobierno y empleados</b>	4.1. Sistema de Gobierno – Diversidad y experiencia. <b>Pág. 54</b> 4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b> 6.3. Dimensión Humana: Diversidad. <b>Pág. 96</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales relativas al personal: Empleo; Accesibilidad; Igualdad  Principios 1, 2, 3, 4 y 6 del Pacto Mundial  ODS 5 8	✓
<b>405-2 . Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres</b>	6.3. Dimensión Humana – Diversidad. <b>Pág. 96</b> / Retribución y reconocimiento. <b>Pág. 105</b>	Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: empleo  Principios 1, 2, 3, 4 y 6 del Pacto Mundial  ODS 5, 8, 10	✓



ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 406. No discriminación 2016</b>			
<b>406-1. Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas</b>	<p>4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b> / Código Ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b> / Canales de denuncias. <b>Pág. 63</b> / Protección de los empleados frente al acoso moral y sexual en el trabajo. <b>Pág. 64</b></p> <p>6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b></p> <p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p>	<p>Ley 11/2018: Cuestiones Sociales y relativas al personal: Igualdad; Información sobre el respeto a los Derechos Humanos</p> <p>Principios 1, 2, 3, 4, 6 y 10 del Pacto Mundial</p> <p>ODS 5, 8, 16</p>	<p>✓</p>
<b>GRI 407. Libertad de asociación y negociación colectiva 2016</b>			
<b>407-1. Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo</b>	<p>4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b></p> <p>6.6. Dimensión Social y Relacional – Canales de relación. <b>Pág. 126</b> / Empleados y representantes legales de los trabajadores. <b>Pág. 128</b> / ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b></p> <p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos;</p> <p>Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores</p> <p>Principios 1, 2, 3, 4, 6 y 10 del Pacto Mundial</p> <p>ODS 8</p>	<p>✓</p>
<b>GRI 408. Trabajo Infantil 2016</b>			
<b>408-1. Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil</b>	<p>4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b> / Código Ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b></p> <p>6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b></p> <p>6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b></p> <p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos</p> <p>Principios 1, 2, 3, 5, 6 y 10 del Pacto Mundial</p> <p>ODS 8, 16</p>	<p>✓</p>
<b>GRI 409. Trabajo forzoso u obligatorio 2016</b>			
<b>409-1. Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio</b>	<p>4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b> / Código Ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b></p> <p>6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b></p> <p>6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b></p> <p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos</p> <p>Principios 1, 2, 3, 4, 6 y 10 del Pacto Mundial</p> <p>ODS 8</p>	<p>✓</p>

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 410. Prácticas en materia de seguridad 2016</b>			
<b>410-1. Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos</b>	<p>4.2. Ética y Sostenibilidad – Código Ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b> / Seguridad. <b>Pág. 62</b></p> <p>5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b> / Riesgos y oportunidades ASG. <b>Pág. 70</b></p> <p>6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b></p> <p>6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b></p> <p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos</p> <p>Principios 1, 2, 3 y 10 del Pacto Mundial</p> <p>ODS 16</p>	✓
<b>GRI 411. Derechos de los pueblos indígenas 2016</b>			
<b>411-1. Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas</b>	<p>6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b></p> <p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p> <p>No se tiene constancia de haber recibido ninguna denuncia por violación de derechos de los pueblos indígenas.</p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: compromiso con el desarrollo sostenible: impacto en poblaciones locales y el territorio</p> <p>Principios 1, 2, 3 y 10 del Pacto Mundial</p> <p>ODS 2</p>	✓
<b>GRI 412. Evaluación de Derechos Humanos 2016</b>			
<b>412-1. Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos</b>	<p>6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b></p> <p>7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b></p> <p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos</p> <p>Principios 1-10 del Pacto Mundial</p>	✓
<b>412-2. Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos</b>	<p>6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b></p> <p>7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b></p>	<p>Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos</p> <p>Principios 1-10 del Pacto Mundial</p>	✓

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>412-3. Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre Derechos Humanos</b>	4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b> / Código Ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b> 6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b> 6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b> 7.4 Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b>	Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 10 del Pacto Mundial	
<b>GRI 413. Comunidades locales 2016</b>			
<b>413-1. Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo</b>	6.3. Dimensión Humana – Experiencia empleado: Voluntariado. <b>Pág. 110</b> 6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b> 7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b> <a href="http://www.fundacionMAPFRE.org">www.fundacionMAPFRE.org</a>	Ley 11/2018: Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno; Información sobre la sociedad: compromiso con el desarrollo sostenible: impacto en empleo, el desarrollo local, poblaciones locales y el territorio Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 10 del Pacto Mundial	
<b>413-2. Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales. en las comunidades locales</b>	6.3. Dimensión Humana – Experiencia empleado: Voluntariado. <b>Pág. 110</b> 6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b> 7.4. Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE. <b>Pág. 187</b> <a href="http://www.fundacionMAPFRE.org">www.fundacionMAPFRE.org</a>	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: compromiso con el desarrollo sostenible: impacto en poblaciones locales y el territorio Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 10 del Pacto Mundial ODS 1, 2	
<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016</b>			
<b>414-1. Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales</b>	6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b>	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores Principios 1– 10 del Pacto Mundial ODS 5, 8, 16	
<b>414-2. Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas</b>	6.2. Dimensión productiva – Proveedores. <b>Pág. 87</b> 6.6. Dimensión Social y Relacional – ODS y Derechos Humanos. <b>Pág. 133</b>	Ley 11/2018: Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores Principios 1– 10 del Pacto Mundial ODS 5, 8, 16	

ESTÁNDAR Y CONTENIDO	INFORMACIÓN / N° PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>GRI 415. Política pública 2016</b>			
<b>415-1. Contribuciones a partidos y/o representantes políticos</b>	4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b> / Código Ético y de conducta. <b>Pág. 61</b> / Comité de ética. <b>Pág. 62</b> Relaciones Institucionales. Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos del GRUPO MAPFRE <a href="https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/gobierno-corporativo/">https://www.MAPFRE.com/corporativo-es/accionistas-inversores/gobierno-corporativo/</a>	Principio 10 del Pacto Mundial ODS 16	✓
<b>GRI 417. Marketing y etiquetado 2016</b>			
<b>417-1. Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios</b>	No disponible. Varía en función de la legislación local.	ODS 12	
<b>417-2. Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios</b>	4.2. Ética y Sostenibilidad – Quejas y reclamaciones. <b>Pág. 63</b>	Principio 10 del Pacto Mundial ODS 16	✓
<b>417-3. Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing</b>	Durante el ejercicio 2018, no se han registrado casos significativos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios asumidos por la compañía.	Principio 10 del Pacto Mundial ODS 16	✓
<b>GRI 418: Privacidad del cliente 2016</b>			
<b>418-1. Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente</b>	6.4. Dimensión Intelectual – Ciberseguridad. <b>Pág. 114</b>	Ley 11/2018 Principio 1, 2, 3 y 10 del Pacto Mundial ODS 16	✓
<b>GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016</b>			
<b>419-1. Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico</b>	4.2. Ética y Sostenibilidad – Comportamiento Ético: principales medidas de prevención y cumplimiento. <b>Pág. 60</b>	Ley 11/2018: Información sobre el respeto a los Derechos Humanos Principio 1, 2, 3 y 10 del Pacto Mundial ODS 16	✓

INDICADORES GRI SUPLEMENTO FINANCIERO

INDICADORES GRI	INFORMACIÓN / PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
<b>Impacto de productos y servicios</b>			
FS1	<b>Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.</b>	4.1. Sistema de Gobierno. <b>Pág. 51</b> 4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b> 5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b> 6.3. Dimensión Humana. <b>Pág. 93</b> 6.5. Dimensión Natural – Modelo estratégico medioambiental. <b>Pág. 118</b> 7.4. Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales. <b>Pág. 181</b>	✓
FS2	<b>Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.</b>	5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b> / Riesgos y oportunidades ASG. <b>Pág. 70</b> 6.5. Dimensión Natural – Modelo estratégico medioambiental. <b>Pág. 118</b>	✓
FS3	<b>Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.</b>	4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b> 5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b> / Riesgos y oportunidades ASG. <b>Pág. 70</b> 6.5. Dimensión Natural – Modelo estratégico medioambiental. <b>Pág. 118</b> 7.4. Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales. <b>Pág. 181</b>	✓
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.</b>	4.2. Ética y Sostenibilidad: Formación en sostenibilidad. <b>Pág. 59</b> 6.3. Dimensión Humana – El continuo reto del talento. <b>Pág. 101</b>	✓
FS5	<b>Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.</b>	5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b> / Riesgos y oportunidades ASG. <b>Pág. 70</b> 6.5. Dimensión Natural – Modelo estratégico medioambiental. <b>Pág. 118</b> 7.2. Materialidad. <b>Pág. 141</b> <a href="http://MAPFRE.com">MAPFRE.com</a> – Información corporativa del grupo, sección Accionistas e inversores	✓
<b>Cartera de producto</b>			
FS6	<b>Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño y sector.</b>	3.4.2. Información por unidades de negocio. <b>Pág. 32</b>	✓
FS7	<b>Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.</b>	7.4 Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales. <b>Pág. 181</b>	✓

INDICADORES GRI	INFORMACIÓN / PÁGINA	OTRAS REFERENCIAS	VERIFICADO KPMG
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	7.4. Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales. <b>Pág. 181</b>	✓
<b>Auditoría</b>			
FS9	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	5. Riesgos y oportunidades. <b>Pág. 68</b> / Riesgos y oportunidades ASC. <b>Pág. 70</b> 6.5. Dimensión Natural – Modelo estratégico medioambiental. <b>Pág. 118</b> 7.1. Bases de preparación y presentación del informe. <b>Pág. 140</b> 7.4. Nota 6 – Información medioambiental: Auditorías Medioambientales. <b>Pág. 178</b>	✓
<b>Gestión activa de la propiedad</b>			
FS10	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	Esta información no se encuentra disponible a fecha de cierre del informe	✓
FS11	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.		✓
<b>Comunidad</b>			
FS13	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b> 7.4. Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales. <b>Pág. 181</b>	✓
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	Informe anual de Fundación MAPFRE 2018	✓
<b>Salud y seguridad del cliente</b>			
FS15	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	4.2. Ética y Sostenibilidad. <b>Pág. 58</b> 7.4. Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales. <b>Pág. 181</b>	✓



## Comunicaciones de marketing

FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	Informe anual de Fundación MAPFRE 2018	✓
------	--	--	---

## 7.4. Notas

### Nota 1 – Altas y bajas de 2018 y despidos por nivel de puesto

[GRI 401-1]

#### Altas y Bajas

<i>Altas por motivo</i>	2018	2017	<i>Bajas por motivo</i>	2018	2017
Fusión o adquisición	0	679	Enajenaciones	2	0
Captación externa	5.037	4.732	Voluntarias	3.131	3.232
Reincorporación excedencia	142	166	Despidos	2.543	2.610
Reincorporación extranjero	2	7	Excedencias	163	178
Contratación Temporal	359	396	Jubilaciones	87	95
Cambios de empresa	787	938	Jubilaciones anticipadas	3	5
			Fallecimientos	26	23
			Invalidez	34	25
			Finalización contrato temporal	344	340
			Cambios de empresa	875	1.161



## Despidos por nivel de puesto, sexo y edad en 2018

	VETERANOS			BABY BOOMERS			GENERACION X			GENERACION Y			GENERACION Z		
	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL
Dirección	4	0	4	40	7	47	21	13	34	3	0	3	0	1	1
Jefes y mandos	2	0	2	31	12	43	50	53	103	24	27	51	2	0	2
Técnicos	14	6	20	90	54	144	175	152	327	184	176	360	23	28	51
Administrativos	7	3	10	33	56	89	88	165	253	254	387	641	132	226	358
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>9</b>	<b>36</b>	<b>194</b>	<b>129</b>	<b>323</b>	<b>334</b>	<b>383</b>	<b>717</b>	<b>465</b>	<b>590</b>	<b>1.055</b>	<b>157</b>	<b>255</b>	<b>412</b>

Nota 2 – Remuneraciones medias y su evolución, desagregados por sexo, edad y clasificación profesional

### Remuneraciones medias de España:

<i>Edad y nivel de puesto</i>	2018			
	Nº personas		Promedio retribución fija	
	H	M	H	M
<b>VETERANOS</b>	<b>27</b>	<b>16</b>	<b>73.039</b>	<b>35.942</b>
Dirección	4		162.956	
Jefes y mandos	1		62.108	
Técnicos	15	10	66.644	38.541
Administrativos y personal de apoyo	7	6	36.924	31.609
<b>BABY BOOMERS</b>	<b>1957</b>	<b>1064</b>	<b>59.196</b>	<b>42.459</b>
Dirección	247	39	130.620	102.306
Jefes y mandos	321	93	62.202	58.505
Técnicos	1140	619	48.010	40.618
Administrativos y personal de apoyo	249	313	35.685	33.874
<b>GENERACIÓN X</b>	<b>2710</b>	<b>3483</b>	<b>42.519</b>	<b>33.919</b>
Dirección	177	76	98.883	88.226
Jefes y mandos	426	243	48.627	48.165
Técnicos	1812	2022	37.775	33.470
Administrativos y personal de apoyo	295	1142	29.016	28.069

<i>Edad y nivel de puesto</i>	2018			
	Nº personas		Promedio retribución fija	
	H	M	H	M
<b>GENERACIÓN Y</b>	<b>625</b>	<b>940</b>	<b>29.681</b>	<b>25.389</b>
Dirección	11	3	74.455	61.500
Jefes y mandos	37	21	48.924	43.055
Técnicos	459	470	29.376	28.665
Administrativos y personal de apoyo	118	446	20.658	20.862
<b>GENERACIÓN Z</b>	<b>41</b>	<b>55</b>	<b>17.295</b>	<b>17.844</b>
Técnicos	18	19	18.220	20.983
Administrativos y personal de apoyo	23	36	16.570	16.188

## Remuneraciones medias de España:

<i>Edad y nivel de puesto</i>	2017			
	Nº personas		Promedio retribución fija	
	H	M	H	M
<b>VETERANOS</b>	36	23	83.690	43.058
Dirección	7	1	213.452	202.000
Jefes y mandos	1		60.547	
Técnicos	18	15	61.746	37.772
Administrativos y personal de apoyo	10	7	34.670	31.678
<b>BABY BOOMERS</b>	2023	1079	57.929	41.395
Dirección	257	40	127.557	100.784
Jefes y mandos	353	96	60.327	56.825
Técnicos	1152	620	46.777	39.638
Administrativos y personal de apoyo	261	323	35.349	32.826
<b>GENERACIÓN X</b>	2745	3489	41.133	32.968
Dirección	160	70	98.261	87.362
Jefes y mandos	429	240	47.245	46.522
Técnicos	1861	1994	36.821	32.688
Administrativos y personal de apoyo	295	1185	28.461	27.482

Cifras en euros

<i>Edad y nivel de puesto</i>	2017			
	Nº personas		Promedio retribución fija	
	H	M	H	M
<b>GENERACIÓN Y</b>	550	804	28.651	25.055
Dirección	10	2	69.647	53.827
Jefes y mandos	29	14	44.936	41.159
Técnicos	398	403	28.755	27.979
Administrativos y personal de apoyo	113	385	20.479	21.258
<b>GENERACIÓN Z</b>	17	37	16.016	17.497
Técnicos	4	12	16.441	20.354
Administrativos y personal de apoyo	13	25	15.885	16.126



**Promedio retribución fija por país,  
nivel de puesto y sexo a diciembre 2018**

Los países reflejados en la tabla corresponden al 90%  
de empleados de MAPFRE.

<i>País</i>	DIRECCIÓN Y JEFATURA		TÉCNICOS		ADMINISTRATIVOS	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Alemania	94.277	52.599	45.441	35.116	27.848	25.850
Argentina	37.161	32.812	16.359	15.935	12.823	12.520
Brasil	32.120	25.211	13.146	5.172	3.573	4.704
Brasil Asistencia	24.938	10.912	14.283	18.987	3.145	3.329
Chile	68.710	43.303	20.955	22.206	11.258	11.020
Chile Asistencia	82.569	69.598	13.531	17.858	9.988	8.872
Colombia	52.225	34.957	16.212	17.629	7.300	7.181
Colombia Asistencia	90.651	40.331	26.295	43.801	5.557	5.566
EE.UU.	115.151	105.009	57.910	48.248	36.740	38.254
España	71.795	53.780	39.808	33.984	28.699	26.685
Honduras	46.581	24.187	7.307	13.036	5.782	5.945
Indonesia	61.399	39.170	8.036	9.017	3.548	3.896
Italia	81.944	62.065	43.920	38.426	23.031	23.282
Italia Asistencia	59.574	44.673	26.680	25.966	21.282	21.193
Malta	63.115	53.960	25.519	21.401	13.287	14.941
México	46.662	26.903	11.510	13.328	6.228	7.931
México Asistencia	19.041	20.838	6.464	5.679	3.211	3.047
Panamá	44.777	44.923	13.851	10.567	8.784	7.059
Panamá Asistencia	54.789	42.033	13.142	14.229	7.757	8.280
Paraguay	33.317	24.023	8.378	8.550	6.167	6.303
Perú	49.366	27.431	12.693	9.628	5.886	7.039
Perú Asistencia	0	0	0	0	7.255	6.711
Portugal	42.973	43.645	24.743	22.483	17.483	17.878
Portugal Asistencia	61.012	39.511	17.604	21.721	14.310	13.745
Puerto Rico	85.343	58.321	34.670	32.899	18.172	20.487
Reino Unido Asistencia	77.132	87.830	28.836	24.713	19.822	17.642
República Dominicana	36.097	37.713	11.764	11.381	5.465	5.412
Turquía	37.594	24.989	10.243	10.222	6.022	5.093
Turquía Asistencia	20.000	18.355	9.252	8.377	4.499	4.314

*Cifras en euros*

Nota 3 – Remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, pago de sistemas de previsión de ahorro a largo plazo, por sexo

Directivos por sexo y edad:

Edad	2018*			
	Nº DE PERSONAS		PROMEDIO RETRIBUCIÓN	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
VETERANOS	4 (100%)		260.000,00	
BABY BOOMERS	242 (86%)	39 (14%)	190.000,00	150.000,00
GENERACIÓN X	177 (70%)	77 (30%)	145.000,00	125.000,00
GENERACIÓN Y	11 (79%)	3 (21%)	93.000,00	86.000,00

\*Este cuadro incluye la información relativa a los principales directivos del Grupo a nivel mundial con sede en España.

Países	2018*			
	Nº DE PERSONAS		PROMEDIO RETRIBUCIÓN	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Alemania	15	3	387.952	145.000
Argentina	33	17	2.831.027	2.197.895
Brasil	103	45	396.306	251.072
Chile	28	9	89.338.372	83.343.579
Colombia	27	13	395.559.246	245.487.287
EE.UU.	91	47	220.198	164.921
Honduras	8	8	2.396.465	1.168.280
Italia	14	6	170.134	147.171
Malta	21	6	96.537	101.405
México	53	19	2.336.164	1.373.915
Panamá	23	13	158.389	78.024
Paraguay	10	12	409.359.623	289.163.463
Perú	69	19	372.345	215.482
Portugal	20	7	86.537	75.871
Puerto rico	30	18	163.482	125.607
Reino unido	18	7	106.826	77.757
República Dominicana	11	11	4.359.764	5.759.149
Turquía*	54	27	115.614	72.944

Cifras en moneda local. \*Cifras en euros

**Consejeros:** remitimos al Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros de sociedades anónimas cotizadas, publicado en la página web corporativa [www.MAPFRE.com](http://www.MAPFRE.com) y a la Nota 6.26 de las Cuentas Anuales Consolidadas.

## Nota 4 – Bienestar y salud

[GRI 401-3, 403-1, 403-3, 403-4]

### Entorno laboral

MAPFRE incentiva medidas para conseguir un mejor entorno laboral, en su sentido más amplio y para ser una empresa promotora de salud entre los empleados.

<i>Entorno laboral</i>	
<b>España</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 66 evaluaciones de riesgos laborales.</li> <li>— Acciones de formación relacionadas con la prevención y control de riesgos en los que han participado 1.408 empleados con un total de 11.352 horas.</li> <li>— 5.958 reconocimientos médicos laborales.</li> <li>— Campaña de Formación presencial en Seguridad Vial sobre Conducción Segura: en diferentes colectivos que tienen identificado el riesgo de conducción en su puesto de trabajo.</li> </ul>
<b>Brasil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 100 evaluaciones de riesgos laborales.</li> <li>— Acciones de formación relacionadas con la prevención de riesgos en las que han participado 5.552 empleados, con un total de 33.312 horas.</li> <li>— 3.690 reconocimientos médicos de empresa.</li> <li>— PPRA-programa de prevención de riesgos ambientales y análisis de trabajo ergonómico y mantenimiento de PCMSO – programa de control médico de salud ocupacional.</li> </ul>
<b>Colombia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 250 Evaluaciones de riesgos laborales: seguridad, higiene y ergonomía.</li> <li>— 68 Evaluaciones de riesgos psicosociales.</li> <li>— 20 Reconocimientos médicos.</li> <li>— Se han realizado estudios acerca de los problemas de salud más frecuentes entre los empleados, con el fin de realizar mejoras locales e intervenir en las mediciones higiénicas realizadas, e intervenir para mejorar los hábitos de vida y prevención de enfermedades.</li> </ul>
<b>EE.UU.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Se han realizado actividades en la empresa sobre prevención de riesgos laborales: Capacitación en materiales peligrosos, patógenos de transmisión sanguínea, mantenimiento asociado para el personal de las instalaciones, comunicación de riesgos, paquetes y correo sospechosos, primeros auxilios para el personal de emergencia, seguridad general en la limpieza.</li> </ul>
<b>México</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Se realiza prevención de accidentes laborales y se cuenta con medidas de emergencia, primeros auxilios y planes de evacuación de los edificios.</li> </ul>
<b>Otros países</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— En Puerto Rico, simulacros para desalojar a los empleados del edificio y facilidades ante una emergencia de fuego y se hizo el ejercicio de <i>shake out</i> como prevención ante un terremoto.</li> <li>— En Guatemala, plan de capacitación anual sobre el uso de extintores, primeros auxilios y botiquín, mantenimiento de alarmas y extintores.</li> <li>— En Honduras, política de responsabilidad en el puesto de trabajo.</li> </ul>



## Promoción de la salud

El objetivo principal de las actuaciones de promoción de la salud es la prevención de las enfermedades no transmisibles, así como optimizar la atención sanitaria, establecer cauces y procedimientos de asesoramiento y apoyo médico y psicológico y desarrollar campañas globales de salud.

### *Promoción de la Salud*

#### **España**

- Cuatro campañas de información para la prevención de principales enfermedades no transmisibles: cáncer, cardiovasculares, etc.
- Campaña 12 meses saludables, cuyo objetivo es promover, concienciar y mejorar la salud de los empleados a través de una serie de consejos mensuales.
- Campaña de vacunación gripe común.
- Campaña de donación de sangre.
- 14.091 asesoramientos/reconocimientos médicos realizados a los empleados.

#### **Brasil**

- Campaña El cuidado. Grupo de apoyo para los cooperantes en la lucha contra el cáncer.
- Día Mundial de la Salud Cardíaca.
- Se han realizado otras 17 campañas, entre las que destaca la Campaña de Vacunación de la Gripe, Campaña Noviembre Azul Han realizado 9.723 asesoramientos médicos y 3.103 asesoramientos psicológicos a los empleados.
- Acción de calidad de vida-oficina del defensor del pueblo-temas: cómo es mi salud; actividad física; alimentos saludables; consumo de alcohol; eres protagonista de tu salud. murales mensuales de salud emocional; combatir y prevenir la fiebre amarilla; día mundial de la voz; salud bucal; educación financiera; charlas a cargo de un fisioterapeuta; clase de pilates;limpieza de la piel; salud sexual femenina; acupuntura.

#### **Colombia**

- Se han realizado campañas de salud de prevención para la detección de cáncer de cuello uterino, seno, próstata y de piel, campaña contra los trastornos musculoesqueléticos, charlas sobre la importancia del orden y aseo, prevención de consumo de sustancias psicoactivas tabaco y alcohol.
- 100 asesoramientos médicos a empleados.

#### **EE.UU.**

- The American Cancer Society and American Heart Association ofrecieron información a los empleados sobre la prevención del cáncer.
- En junio, desde la asociación Dana Farber informaron a los empleados sobre los peligros de la exposición al sol.
- Se realizaron exámenes de la vista en Webster y Miami, pruebas de densidad ósea, presión arterial y glucosa, vacunación contra la gripe y talleres sobre diabetes y osteoporosis.

#### **México**

- Se han realizado campañas sobre enfermedades pulmonares (espirometrías), derrame cerebral (ictus) y detección cáncer de mama.
- Campaña detección hepatitis C, gripe y virus de papiloma humano.
- Notisalud, programa mensual de vídeos con temas de prevención de enfermedades.
- 2.800 asesoramientos médicos.

#### **Otros países**

- En el Salvador, campañas de información sobre las enfermedades más comunes en la mujer y de prevención del cáncer de próstata para los hombres.
- En Filipinas, conferencia por parte de un profesional médico invitado, durante la celebración de la campaña de concienciación y prevención de accidentes cerebrovasculares.

## Actividad física y alimentación

Los pilares de una buena salud son la actividad física y alimentación. Por ello, se promueve la realización de actividades deportivas entre los empleados y se facilita información acerca de una alimentación sana, apetecible y divertida. Además, se han realizado, entre otras, las siguientes actividades:

### *Actividad física y alimentación*

#### **España**

- Gimnasio en los Centros de Trabajo de Majadahonda (Madrid), Sant Cugat (Barcelona) y en el Palacete (Monte del Pilar-Majadahonda).
- Campaña Nútrete.
- Celebración del Día Nacional del Desayuno.
- Se han realizado distintas actividades sociales para promocionar hábitos saludables en relación con el ejercicio físico en el que han participado 1.459 empleados.
- Programa piloto de clases de yoga en varios centros en el que han participado 142 empleados.

#### **Brasil**

- Cuidado nutricional una vez por semana; asistencia nutricional en el ambulatorio; entrenador de salud; soporte de frutas con orientación nutricional.
- Clases de Pilates- dos veces por semana en la clínica ambulatoria. clase HIIT, rutinas de entrenamiento de alta intensidad; grupos para salir a caminar y correr.

#### **Colombia**

- Reto al control de talla: alimentación saludable, entrega de cuadernillos sobre alimentación sana y ejercicio.
- Implantación del programa Dinamízate, para promocionar la actividad física.
- Jornadas de yoga, sistema de ejercicios físicos ayudados por el propio peso corporal, para promover la actividad física.

#### **EE.UU.**

- Seminarios sobre mitos de nutrición y compras inteligentes, un jardín orgánico, un mercado de agricultores, *food trucks* de alimentos saludables y demostraciones de cocina saludable.
- Clases de yoga y tai chi.
- Consejos sobre cómo correr y el calzado adecuado para hacer ejercicio.

#### **México**

- Consultas a cargo de un nutricionista.
- Campaña nutrición (Reto Yo puedo).
- Carreras atléticas (clubs corredores).

#### **Otros países**

- En Alemania, desafío digital de subir escaleras durante todo el año para prevenir enfermedades causadas por un estilo de vida sedentario.
- En Italia, Proyecto Salud, talleres para promover estilos de vida y hábitos saludables.
- En Puerto Rico, adquisición de productos y alimentos de huertos y libres de gluten, a través de mercados agrícolas.



## Bienestar mental

Dado que los riesgos psicosociales y las enfermedades mentales son temas que cada vez impactan más en las empresas y en la sociedad en general, también en la empresa se considera un asunto que debe abordarse. Por ello, se promueven medidas que ayuden a gestionar el estrés, el aprendizaje de conductas positivas o herramientas de eficacia personal, así como temas relativos al apoyo psicológico de empleados y familiares.

### *Bienestar mental*

#### España

- Formación *online* relacionada con la gestión del estrés a 590 empleados alcanzando 352 horas de formación.
- Clases de yoga, con un total de 142 participantes.
- Se han publicado los siguientes cuadernillos en Personas de la Intranet: *El duelo por la pérdida de un ser querido, Ruptura, separación y divorcio. ¿Cómo lo gestiono?*
- Cursos de asertividad, comunicación, *coaching* ejecutivo, escucha activa o gestión de las emociones.

#### Brasil

- Atención psicológica en la clínica ambulatoria dos veces por semana y el programa de apoyo-POP.
- Grupo Segurador: masaje rápido. MAPFRE Serviços Financeiros: clase de meditación; reflexología y masaje rápido."

#### Colombia

- Charlas del manejo de emociones, talleres en los puestos de trabajo sobre estrés e implementación de espacios de descanso.

#### EE.UU.

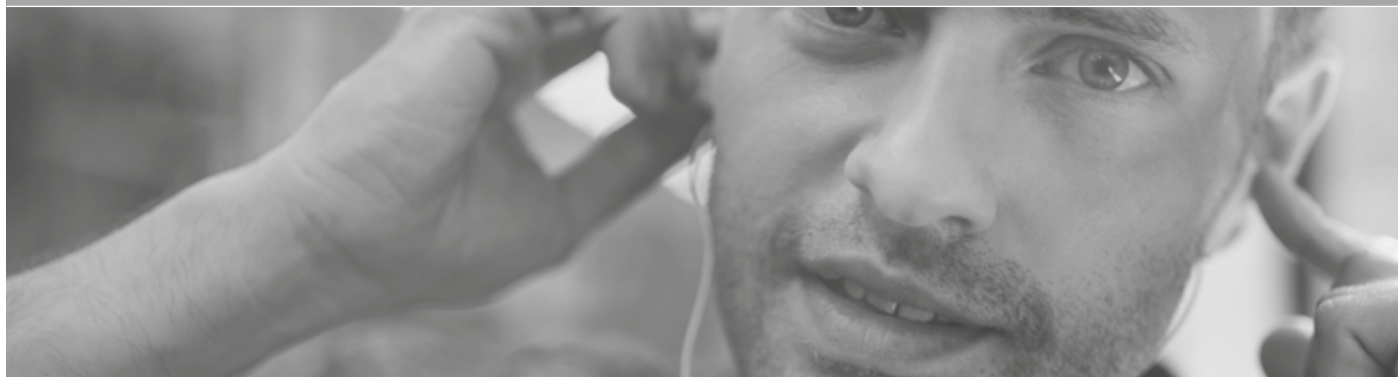
- Programa de Asistencia al Empleado que ofrece asesoramiento telefónico las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Además, el programa proporciona 6 horas por año de apoyo en caso de incidentes críticos y asesoramiento.
- Sesiones de meditación, sesiones de reducción y manejo del estrés.

#### México

- Taller en la Semana MAPFRE: *¿Cómo manejar la ansiedad?, masajes, mindfulness e inteligencia emocional, relajación a través de la meditación.*

#### Otros países

- PAS, Programa de Asistencia psicológica en Perú, con la finalidad de dar a los empleados soporte emocional y orientación en relaciones interpersonales.
- En Panamá, se ofrece apoyo psicológico a los empleados, derivándolos a un psicólogo externo para terapias individuales.
- En Uruguay, charlas a cargo de profesionales "El poder de las emociones" y "Prevención del suicidio".



## Entorno personal

Son actividades relacionadas con la salud y el bienestar de los trabajadores y sus familias en su esfera personal. Se trata de temas como el cuidado de personas dependientes a cargo del empleado, la educación de los hijos, la prevención de accidentes no laborales, etc.

### *Entorno personal*

#### España

- 85 asesoramientos médicos en caso de problemas de salud de los familiares de los empleados.
- Sala de lactancia en Majadahonda.
- Procedimiento de protección de la salud de las mujeres embarazadas y en periodo de lactancia: se llevaron a cabo 64 valoraciones.

#### Brasil

- Grupo solidario de apoyo a los parientes con diagnóstico de cáncer; campaña de vacunación abierta a vacunar a los familiares contra el virus de la gripe; taller de mujeres embarazadas abierto a recibir esposas de colaboradores y esposos de colaboradoras embarazadas. Servicio social de asistencia a empleados y miembros de la familia.
- CIPA Informa – Comunicados sobre prevención de riesgos domésticos.

#### EE.UU.

- Seminarios web sobre planificación patrimonial.
- Boston Children's Hospital informó a los empleados sobre la correcta instalación de los asientos de seguridad para niños.
- Consejos a los padres sobre los adolescente y seminarios sobre el proceso de admisión a la universidad.
- Seminarios de planificación de la jubilación.
- Cruz Roja Americana informó a los empleados sobre seguridad en el hogar, viajes y conducción segura, y bancos locales información sobre sus descuentos y servicios
- Programa de Asistencia al Empleado ofrece apoyo e información sobre salud y seguridad para las mujeres, proporcionando recursos y asistencia legal para la prevención de la violencia contra las mujeres.
- Seminarios sobre los programas de jubilación y atención médica disponibles.
- El Programa de Asistencia al Empleado proporciona contenido gratuito para el cuidado de ancianos, que incluye 21 artículos, dos seminarios web, un enlace a un localizador de atención a personas mayores y una clase sobre decisiones de tutela.

#### México

- 100 asesoramientos médicos realizados a familiares de los empleados
- Taller especial para madres.
- Programa escolar para niños de primaria sobre seguridad vial.
- Charlas sobre los mitos y tabúes de las adicciones, dirigido a los padres.

#### Otros países

- En Panamá, actividades de apoyo a la mujer, trabajo y salud, a través del reconocimiento a las madres en su día y charlas sobre prevención del cáncer.
- En Paraguay, con motivo del Día Internacional contra el Cáncer de Mama, se realizó una charla sobre "La alimentación como factor de prevención del cáncer", y contaron con la presencia de la madre de una compañera que contó su experiencia con la enfermedad.
- En Puerto Rico, Programa de Embarazo Saludable que ofrece a las mujeres embarazadas consejos de salud y alimentación para su bienestar y el del bebé.



## Nota 5 – Datos de siniestralidad laboral

Tanto el índice de frecuencia como de gravedad forman parte del Informe de siniestralidad que anualmente se elabora y se presenta en el Comité de Seguridad y Salud de España, en marzo.

Las fórmulas que se utilizan para el cálculo de los distintos índices de siniestralidad en España, son las siguientes:

— **Índice de incidencia:** Número de accidentes con baja por cada 100.000 trabajadores.  $II = \frac{\text{Número de accidentes con baja}}{\text{Número de trabajadores}} \times 100.000$

— **Índice de frecuencia:** Número de accidentes con baja por cada 1.000.000 horas trabajadas.  $IF = \frac{\text{Número de accidentes con Baja} \times 1.000.000}{\text{Horas trabajadas}}$

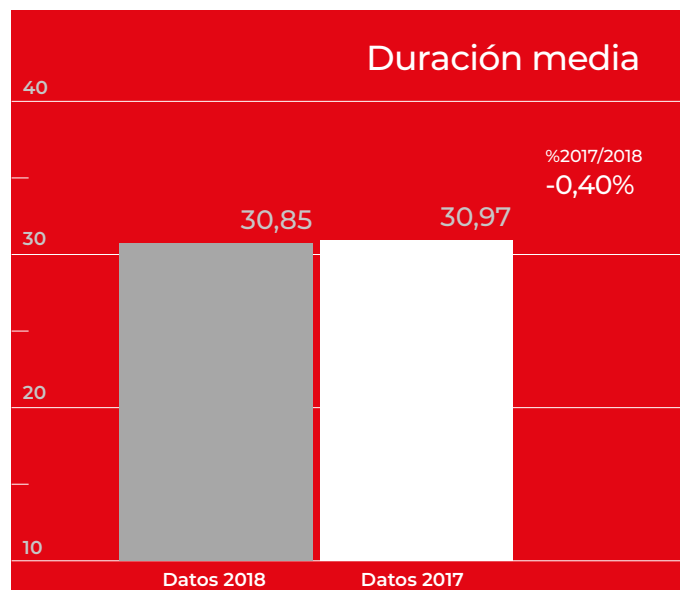
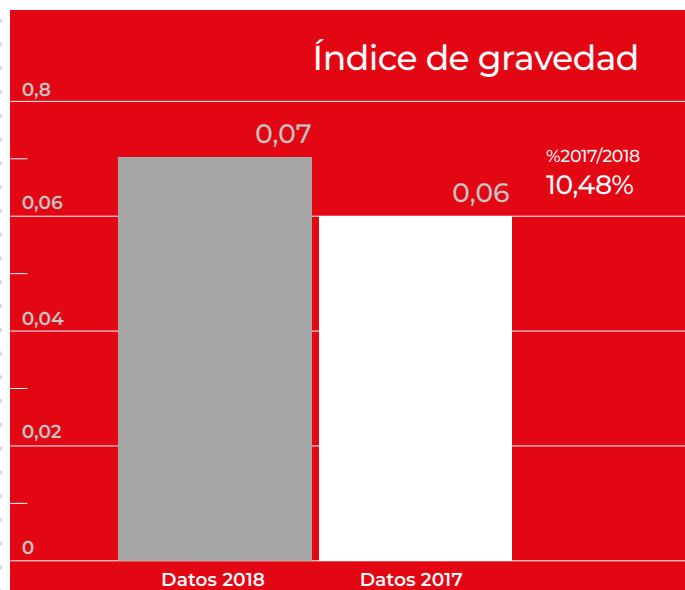
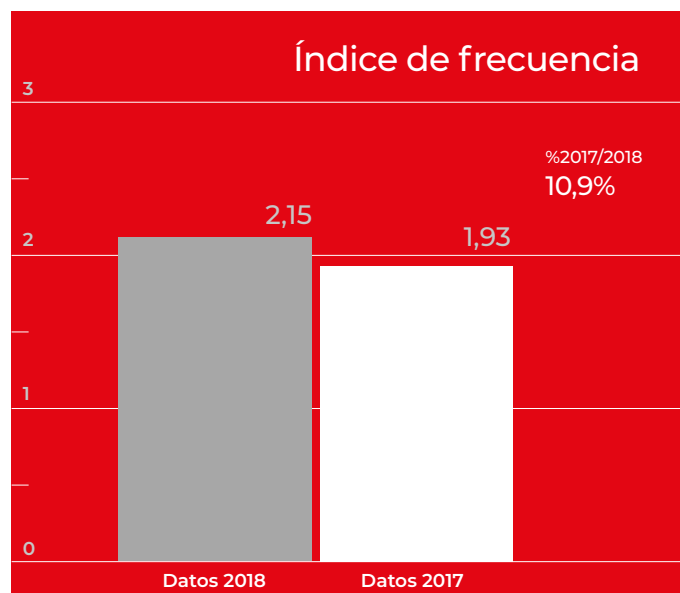
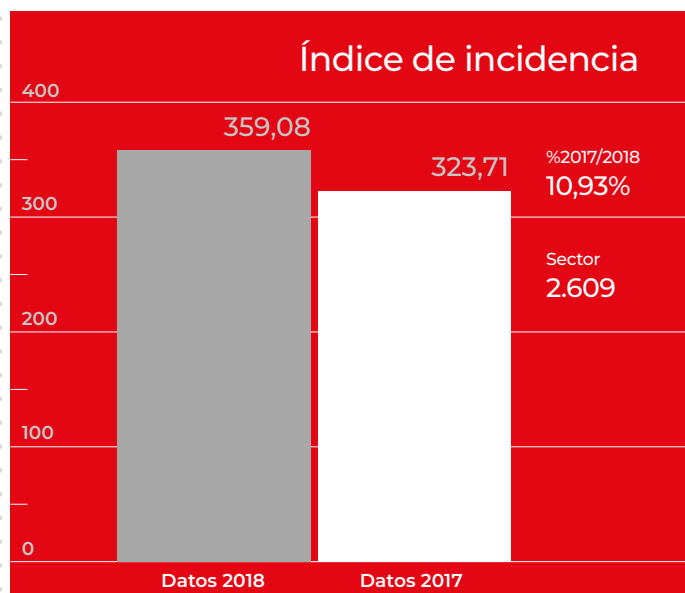
— **Índice de gravedad:** Número de jornadas perdidas por cada 1.000 horas trabajadas.  $IG = \frac{\text{Número de jornadas perdidas} \times 1.000}{\text{Horas trabajadas}}$

— **Duración media:** Promedio de días de baja por trabajador accidentado.  $DM = \frac{\text{Número de Jornadas perdidas}}{\text{Nº Total de accidentes}}$

Para calcular estos índices no se contemplan los accidentes de trabajo (At) *in itinere*.

Los resultados de 2018 en España son:

### Indicadores de prevención de riesgos laborales (Anual 2018)



A fecha de este informe integrado, no está disponible el informe de siniestralidad anual 2018, ya que es preciso investigar los accidentes y trabajar la información relativa a datos de siniestralidad correspondientes a 2018 para poder presentar la información con la mayor claridad posible.

En MAPFRE, en España, la incidencia de enfermedades profesionales es tremendamente baja, ya que sólo se declaró 1 enfermedad profesional, sin baja, en el puesto de gestor/a de atención telefónica durante 2018.

## Nota 6– Información medioambiental

[GRI 306-4]

### Inventario consumos y emisiones CO<sub>2eq</sub>

<i>Consumo de recursos</i>	GRI	Medida	2018	2017	2016
<b>SCOPE 1:</b>					
Consumo de gas natural	302-1; 302-4; 305-1	m <sup>3</sup>	1.293.571	1.156.730	1.098.991
Consumo de gasóleo en edificios	302-1; 302-4; 305-1	l	368.709	441.409	403.204
Recarga de gases refrigerantes	302-1; 302-4; 305-1	kg	536	941	733
Consumo de combustibles en vehículos propios	302-1; 302-4; 305-1	l	2.319.928	3.164.699	3.677.690
<b>SCOPE 2:</b>					
Consumo energía eléctrica	302-1; 302-4	GWh	113,41	108,72	115,95
<b>SCOPE 3:</b>					
Viajes de empresa (avión, tren y autobús)	302-2	KM	53.428.757	46.305.542	41.801.773
		Tm CO <sub>2eq</sub>	6.976,85	8.118,36	7.479,94
Viajes de empresa (vehículo)	302-2	KM	8.825.915	9.325.947	10.660.287
		Tm CO <sub>2eq</sub>	1.594,31	1.701,24	1.992,94
Consumo de papel	302-2	Tm CO <sub>2eq</sub>	1.526,79	1.925,53	2.110,94
Consumo de tóner	302-2	Tm CO <sub>2eq</sub>	87,39	51,71	36,73
Residuo de papel	302-2	Tm CO <sub>2eq</sub>	18,07	19,33	22,51
Residuo de tóner	302-2	Tm CO <sub>2eq</sub>	131,15	219,35	178,81
Residuo de fluorescente	302-2	Tm CO <sub>2eq</sub>	0,51	0,21	0,54
Commuting	302-2	TmCO <sub>2eq</sub>	16.044,38	16.257,54	17.538,72

— **2016:** Datos para España, Argentina, Brasil, EE.UU.

— **2017:** Datos para España, Argentina, Brasil, Chile, EE.UU., Perú, Portugal, Puerto Rico, Turquía.

— **2018:** Datos para España, Argentina, Brasil, Chile, EE.UU., México, Perú, Portugal, Puerto Rico, Turquía, Costa Rica, Nicaragua, República Dominicana, Uruguay y Malta.



## Reducción de consumos por firma biométrica: 202.952 pólizas

CONSUMO PAPEL	CONSUMO TÓNER	CONSUMO ENERGÍA	TALA DE ÁRBOLES
16 Tn evitadas	85 Ud. evitadas	Ahorro de 113,653 kWh de energía eléctrica	259 Ud. evitadas

## Gestión de residuos

[GRI 306-2]

<i>Indicadores de gestión residuos</i>	Medida	2018	2017	2016
Papel	Tm	844,95	888,54	1.072,11
Tóner	Tm	10,98	18,37	14,97
Ordenadores y equipos electrónicos gestionados	Tm	66,62	33,66	86,76
Ordenadores y equipos electrónicos donados	Tm	13,07	8,77	10,57
Lámparas y fluorescentes al final de su vida útil	Tm	4,62	1,60	4,11
Pilas y baterías	Tm	1,64	3,80	2,46
Residuos peligrosos en edificios	Tm	0,95	5,07	2,40
Residuos peligrosos en talleres	Tm	63,74	102,14	89,01
Residuos no peligrosos en edificios y talleres	Tm	1.655,15	1.585,70	2.352,70
Residuos urbanos	Tm	958,64	769,89	205,85
Residuos sanitarios	Tm	2,4	2,78	2,31
Medicamentos caducados	Tm	0,20	0,11	0,16
Radiografías	Tm	1,06	0,98	0,87
Soportes informáticos	Tm	2,70	2,78	8,62
<b>TOTAL DE RESIDUOS DISPUESTOS EN VERTEDERO</b>	<b>Tm</b>	<b>501,09</b>	<b>398,36</b>	<b>651,34</b>



## Auditorías medioambientales

[GRI FS9]

<i>Auditorías medioambientales de activos</i>		2018	2017	2016
Diagnósticos y supervisiones medioambientales	Unidades	5	9	84
Auditorías medioambientales internas	Unidades	39	44	47
Auditorías medioambientales de certificación	Unidades	29	36	19
Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales	Porcentaje	32,75%	31,26	28,61

## Consumo de recursos

[GRI 302-3]

<i>Consumo de recursos</i>	GRI	Medida	2018	2017	2016
Consumo de energía total	302-1; 302-4	GWh	130,94	125,74	132,06
Consumo de energías renovables	302-1; 302-4	GWh	65,7	68,47	64,87
Consumo de agua total	303-1	m <sup>3</sup>	665.874	615.356	709.834
Consumo de papel total	301-1	Tm	1.818	2.136	2.248
Consumo de papel con certificado	301-1	Tm	1.359	1.311	1.319
Papel con etiqueta ecológica sobre total papel consumido	301-2	%	74	61	69
Consumo tóner (España)	301-1	uds	9.220	5.455	3.875

## Indicadores de consumo de recursos

	Medida	2018	2017	2016
Total energía consumida/empleado	kWh/empleado año	3.919	3.680	3.910
Agua por empleado	m <sup>3</sup> /empleado	19,93	18,01	21,02
Consumo actividad	kWh/prima (miles de euros)	6,87	6,5	6,9

— **2016.** Datos para España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU., México, Puerto Rico, Turquía, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá, Guatemala, Ecuador, República Dominicana, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela, Portugal, Filipinas y Malta.

— **2017 y 2018.** Datos para España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU., Italia, México, Puerto Rico, Turquía, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá, Guatemala, Ecuador, República Dominicana, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela, Portugal, Filipinas, Malta y Alemania.

## Nota 7 – Productos y servicios sociales y medioambientales

[GRI 102-2, 201-2, FS1, FS3, FS7, FS8, FS13, FS14, FS15]

### Productos de alto contenido social

Son productos con coberturas básicas (Decesos, Hogar, Vida, etc.) adaptadas a necesidades locales muy concretas y con primas reducidas, que contribuyen a prevenir y cubrir los riesgos personales de diferentes colectivos y que fomentan la cultura aseguradora.

<i>País</i>	<i>Ramo</i>	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	% sobre total primas	% sobre total ramo	Nº de asegurados / Beneficiarios
<b>ÁREA TERRITORIAL IBERIA</b>					
<b>España</b>	Salud	Salud Elección: Seguro de Asistencia Sanitaria que garantiza la asistencia primaria y pruebas diagnósticas básicas en centros concertados. Para el resto de asistencias médicas que el asegurado pueda necesitar, se ofertan precios reducidos en las clínicas recomendadas respecto al coste como paciente privado.	0,16	0,16	8.950
	Vida	Decesos Esencial: basado en una tarifa natural adaptada a los clientes que quieren conservar su seguro de decesos pero atraviesan dificultades económicas.	2,92	2,92	265.549
<b>Portugal</b>	Vida	Auto Vida Express: Seguro de protección personal y familiar, con una contratación simplificada con sólo dos cuestiones de salud y un plan cerrado de garantías.	0,33	2,57	1.999
<b>ÁREA TERRITORIAL LATAM</b>					
<b>Brasil</b>	Hogar	Programa Cuenta Protegida Telefónica: protección en situaciones de vulnerabilidad. Un seguro de protección financiera con coberturas para el pago de las facturas de teléfono en caso de desempleo, incapacidad, etc. de manera que protege a los clientes en situaciones vulnerables.	0,04	0,03	24.015
	Autos	Auto <i>Mais Responsável</i> : cobertura contra daños que pueda ocasionar a terceros. Un seguro con facilidades en su contratación y pago al no requerir inspección previa para vehículos de hasta 20 años de fabricación y se puede pagar en un máximo de 4 veces, sin intereses.	0,14	0,3	21.739
	Vida	BB Seguro Vida Agricultura e Familiar: es un seguro para los clientes de las operaciones de crédito rural de los programas de "Agricultura Familiar", que garantiza la liquidación o el rescate del saldo deudor en el Banco do Brasil, en el caso de muerte natural o accidental del asegurado.	1,89	14	434.623
		BB Microseguro protección total: dirigido a personas de renta baja con coberturas de muerte accidental, gastos de sepelio y gastos hospitalarios por accidente.	0,02	100	5.320

<i>País</i>	<i>Ramo</i>	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	% sobre total primas	% sobre total ramo	Nº de asegurados / Beneficiarios
Brasil	Vida	Programa Crediamigo de Microcrédito: destinado a promover el crecimiento económico y con coberturas para muerte y la asistencia funeraria, además de cuatro sorteos mensuales por la lotería con la capitalización.	0,22	1,5	78.067
		BARCELONA I: de carácter social, promueve el acceso a las personas con menores ingresos, considerando una contribución mínima mensual de R \$ 100,00 o aporte / portabilidad mínima inicial de R \$ 1.200,00.	3,38	6,95	10.132
		Vida Protegida y premiada: microseguro que combina la protección del asegurado con sorteos mensuales. Comercializado por MAPFRE y en asociación con Casas Bahía.	1,12	7,3	90.017
		Microseguro de Personas: seguro que protege a los clientes que van a la Agencia de Banca Corresponsal a efectuar préstamos o realizan pagos de facturas	0,43	2,8	25.753
		Proteção Financeira: producto que genera la protección al crédito de las personas con bajos ingresos.	0,64	4,2	57.685
		Agroamigo: producto que promueve el crecimiento económico y está destinado a microemprendedores de los sectores informal o formal de la economía en las zonas rurales.	0,06	0,4	15.950
		Microseguro residencial: considerado un seguro de inclusión social, dado el bajo valor de la prima. Las coberturas ofrecidas dan soporte a los asegurados en caso de algún imprevisto.	0,65	35,8	409.447
		CR Microseguro accidentes personales premiado: el microseguro es ofrecido para proteger las compras que los clientes efectúan en las tiendas de la CR Diementz.	0,03	0,2	11.536
	Microseguro Solar: ofrecido para la protección de las compras de los clientes en las tiendas Solar.	0,01	0,03	1.452	
Otras actividades	Seguro Educativo: protege necesidades básicas y esenciales de la población. Seguro destinado a la protección del estudiante mientras esté bajo la responsabilidad de la escuela y coberturas destinadas al responsable financiero del alumno.	0,23	1,5	1.759	



<i>País</i>	<i>Ramo</i>	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	% sobre total primas	% sobre total ramo	Nº de asegurados / Beneficiarios
Colombia	Decesos	Seguro Exequial: cobertura de gastos funerarios y un auxilio económico de hasta US\$3.000 en caso de fallecimiento accidental del asegurado principal. La prima media mensual para un plan de cobertura familiar (asegurado principal, cónyuge y todos los hijos menores de 40 años) es de US\$3.	3,41	72	424.927
	Vida	Seguro de vida: sin edad límite de permanencia, incluye enfermedades terminales y cobertura desde el primer pago que contempla una suma de dinero y una renta mensual. La prima mensual en un plan personal es de US\$3.	1,70	6,49	736.189
	Accidentes	Seguro de accidentes personales: entrega una indemnización por fallecimiento o por inhabilitación total y permanente o una renta mensual por incapacidad temporal. Se cubre el homicidio a partir del primer año de antigüedad. La prima media mensual para un plan personal es de US\$3.	1,51	34,17	420.846
	No Vida	Seguro de Hogar: dirigido a propietarios y a arrendatarios que pueden contratarlo de manera modular entre las distintas coberturas. La indemnización se realiza a primera pérdida hasta máximo asegurado ya que no se exige inspección. La prima media mensual es de US\$4.	0,36	1,06	38.846
Rep. Dominicana	Salud	Programa de Asistencia para emprendedores y PYMES clientes de Tarjeta de Crédito del Banco BHD León: conjunto de servicios o asistencias al negocio del asegurado, dentro de los que se encuentran servicios de fontanería, electricidad, cerrajería, asistencia legal.	0,09	0,57	3.334
		Cobertura de Cáncer Masculino para clientes de Tarjeta de Crédito del Banco BHD León: que garantiza la entrega al asegurado del capital contratado en caso de que le sea diagnosticado por primera vez un cáncer de próstata.	0,07	0,49	2.280
		Asistencias que se conceden al asegurado por poseer la Tarjeta de Crédito Mujer del Banco BHD León: asistencia en el hogar, en circulación y legal, emergencias médicas en viajes nacionales e internacionales y asistente personal.	0,95	6,18	40.408
	Vida	Cobertura de Seguro Educativo por fallecimiento del padre del alumno: con motivo del fallecimiento o la invalidez total y permanente del asegurado, la compañía pagara la suma asegurada convenida al centro educativo que certifique la matriculación de los hijos del asegurado.	0,14	0,17	12.371



<i>País</i>	<i>Ramo</i>	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	% sobre total primas	% sobre total ramo	Nº de asegurados / Beneficiarios
México	Accidentes y enfermedades	Seguro Básico Estandarizado de Accidentes Personales: que ofrece indemnizaciones de hasta \$200.000.	0,00011	0,04586	175
		Seguro Básico Estandarizado de Gastos Médicos: que permite atención médica en cualquier hospital nacional o internacional.	0,00013	0,0017	11
	Vida	Seguro de Vida Grupo: comercializado a través del banco Compartamos. Dirigido a colectivos que por sus características no se les puede ofrecer Seguro de Vida Grupo Empresarial.	6,78	30,1	4.109.955
Venezuela	Vida	Póliza de Seguro Solidaria: dirigida a personas de la tercera edad, con discapacidad o con ingresos inferiores al salario mínimo.	0,02	0,02	666
ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL					
Puerto Rico	Autos	Auto Plus: sustituyen y mejoran en gran medida el seguro obligatorio por tan solo 36 dólares más. Incluye coberturas como asistencia en carretera, muerte accidental o desmembramiento, gastos médicos y defensa legal.	0,02	0,07	505
		Asistencia en viaje y carretera: un producto que da asistencia inmediata en carretera al asegurado, por solo 45 dólares por el primer vehículo y 25 por los siguientes.	0,01	0,02	4.144





## Productos y servicios medioambientales

	<p><i>Aseguramiento de energías renovables</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 29.397 MW eólica</li> <li>— 4.929 MW solar</li> <li>— 28,6 millones euros prima asegurada</li> </ul>
	<p><i>Póliza ecológica</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 43.765 vehículos de bajas emisiones asegurados</li> <li>— 15,3 millones euros prima asegurada</li> </ul>
	<p><i>Vehículos fuera de uso (VFU)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 2.599 N° VFU</li> <li>— 69.517 piezas recuperadas</li> </ul>
	<p><i>Responsabilidad medioambiental</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 160.000 Pólizas con cobertura gratuita</li> <li>— 9,6 millones de euros prima asegurada</li> </ul>
	<p><i>Movilidad sostenible</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Instalación de 124 puntos de recarga</li> <li>— 16 grúas híbridas</li> <li>— 25 grúas eléctricas</li> </ul>
	<p><i>Aseguramiento de cultivos y bosques sostenibles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— 108.195 hectáreas aseguradas</li> <li>— 1.136 pólizas seguro climático</li> <li>— 22,08 euros primas asegurada</li> </ul>

En conjunto, en 2018 se han emitido más de 57.300 pólizas con coberturas relacionadas con aspectos medioambientales, que suponen un volumen de primas superior a 56 millones de euros, lo que representa un 0,25% del volumen total de primas del Grupo.

### *Productos y servicios medioambientales*

PRODUCTO / SERVICIO		2018	2017	2016
Coberturas de riesgos ambientales	N° pólizas	57.357	20.705	19.834
Seguros para proyectos sostenibles	Primas netas (€)	56.479.313	120.461.190	82.699.760
Seguros medioambientales y de ahorro energético	Facturación (€)	408.517	235.177	315.049

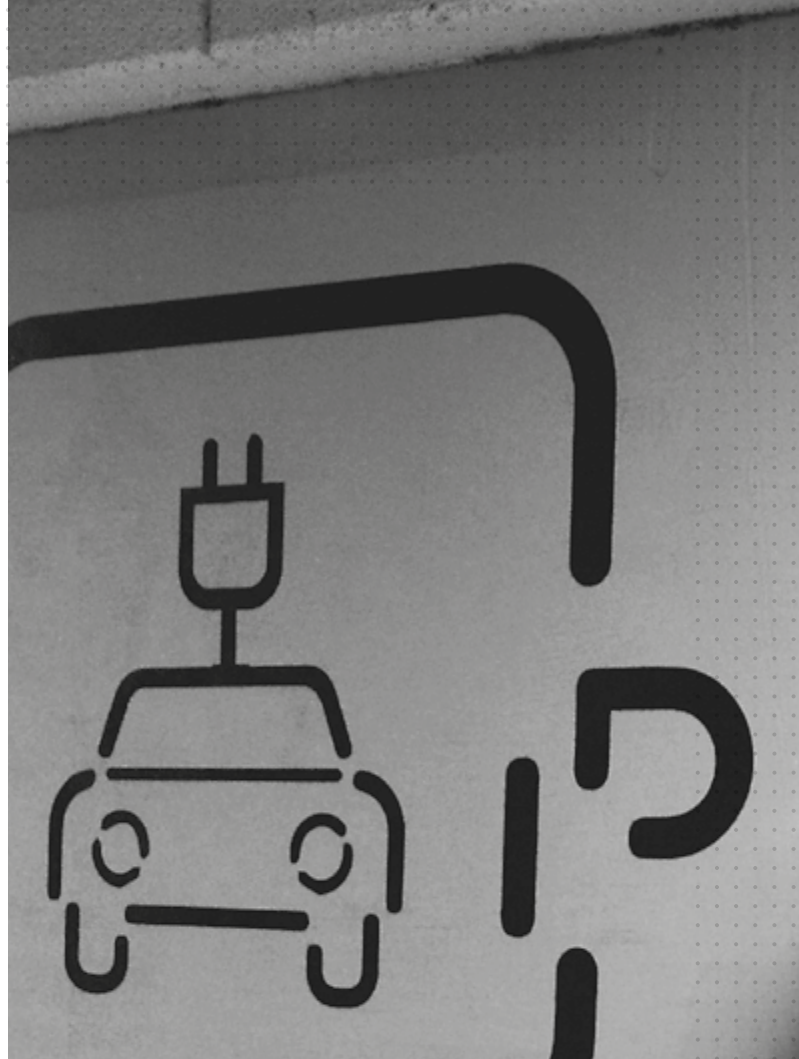
En el caso de los servicios ambientales y energéticos, algunos están ligados de forma directa a prestaciones de seguro. Muestra de ello es que en 2018 la red de proveedores de MAPFRE dispone de 25 vehículos 100% eléctricos, de recarga rodante para la asistencia en carretera a coches eléctricos. Estos vehículos de asistencia están equipados con un generador que permite recargar en el momento, y en cualquier lugar, los vehículos descargados. De este modo, también se reduce la huella de carbono del servicio ya que se evitan los desplazamientos con grúa a los puntos de recarga.

Además, MAPFRE está fomentando entre sus proveedores la renovación de grúas con vehículos híbridos y ya son 16 los camiones ligeros híbridos disponibles para ofrecer el servicio de asistencia en carretera.

Otros servicios 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.

CESVIMAP, a través de CESVI RECAMBIOS, lleva a cabo la gestión de los vehículos fuera de uso. En 2018, en España, se han tratado 2.599 vehículos fuera de uso, de los que se ha recuperado, para reutilización, un total de 69.517 piezas y componentes.

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



<i>País</i>	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	% sobre total primas	% sobre total ramo	Nº asegurados
<b>ÁREA TERRITORIAL IBERIA</b>				
<b>España</b>	<b>Póliza ecológica: primer seguro de pago por uso para vehículos eléctricos, híbridos y ecológicos.</b>	0,05	0,19	7.494
	<b>Seguro de Daños y Responsabilidad Civil: producto destinado a centrales solares, fotovoltaicas, parques eólicos y plantas de cogeneración.</b>	0,06	3,61	1.328
	<b>Cobertura de Responsabilidad Medioambiental en pólizas de Responsabilidad Civil General y pólizas Multirisgo: coberturas que amparan la responsabilidad del asegurado por los daños causados por la contaminación medioambiental.</b>	0,01	1,6	1.297
<b>Portugal</b>	<b>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.</b>	0,33	13,7	710

<i>País</i>	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	% sobre total primas	% sobre total ramo	Nº asegurados
<b>AREA TERRITORIAL LATAM</b>				
Brasil	Responsabilidad Civil medioambiental: este seguro se contrata a un riesgo absoluto, es decir, la compañía de seguros garantiza el pago de daños y perjuicios al valor del límite máximo de indemnización afirme en la póliza de seguro. Este seguro consiste en una cobertura básica, el reclutamiento obligatorio y la cobertura adicional, alquiler opcional.	0,05	100	170
	Retirada de Destrozos: 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.	0,45	1,41	3.120
México	Gasolinera segura: seguro que incluye cobertura de Responsabilidad Civil por contaminación.	0,27	0,01	3.220
Colombia	Seguro Climático: seguro que provee protección al productor agropecuario contra los devastadores efectos de los fenómenos naturales sobre las plantaciones a consecuencia del irreversible cambio climático. El catálogo de coberturas está ligado a eventos naturales como: exceso y déficit de lluvia, inundación, heladas, vientos fuertes, deslizamiento, granizo, avalancha e incendio.	1,69	100	437
<b>AREA TERRITORIAL INTERNACIONAL</b>				
Puerto Rico	MCS-90: póliza de transportes que proporciona cobertura para la reparación de daños por contaminación derivada de fugas de productos peligrosos.	0,04	0,17	316
<b>NEGOCIOS GLOBALES</b>				
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. Estos productos se comercializan por MAPFRE GLOBAL RISKS.				
Parques eólicos		0,3	1,5	7
Energía solar		0,15	0,78	9

## Nota 8 – Principios del Pacto Mundial y las medidas de prevención y cumplimiento en materia de derechos humanos de MAPFRE

[GRI 102-17, 205-1, 205-2, 205-3, 406-1, 407-1, 408-1, 409-1, 410-1, 411-1, 412-1, 412-2, 412-3, 413-1, 413-2]

MAPFRE se adhiere al Pacto Mundial en 2004 y, desde 2017, ratifica su compromiso en calidad de miembro Signatario. Además, asume la Agenda 2030 de Naciones Unidas y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como parte de su estrategia de sostenibilidad.

## Principios del pacto mundial

### COMPROMISO PÚBLICO

#### Derechos Humanos

##### Principio 1

"Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia"

##### Principio 2

"Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos"

- Principios Institucionales, Organizativos y Empresariales
- Código Ético y de Conducta
- Política de Responsabilidad social Corporativa

##### Adhesión a:

- Global Compact de Naciones Unidas
- Principios para la Sostenibilidad en Seguro (PSI) de UNEPFI
- Principios para la Inversión Responsable (PRI) de Naciones Unidas
- Paris Pledge for Action

#### Normas Laborales

##### Principio 3

"Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva"

##### Principio 4

"Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción"

##### Principio 5

"Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil"

##### Principio 6

"Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación"

#### Medio Ambiente

##### Principio 7

"Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente"

##### Principio 8

"Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental"

##### Principio 9

"Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente"

#### Anticorrupción

##### Principio 10

"Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno"



MAPFRE

PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN (DILIGENCIA DEBIDA)	MECANISMOS DE RECLAMACIÓN Y REPARACIÓN	ODS MAPFRE
<p><b>Normativa interna:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Código Ético y de Conducta</li> <li>— Política de Gobierno Corporativo</li> <li>— Política de Responsabilidad social Corporativa</li> <li>— Política de Respeto a las Personas</li> <li>— Política de Diversidad e Igualdad de Oportunidades</li> <li>— Política de Promoción, Selección y Movilidad</li> <li>— Política de Remuneraciones</li> <li>— Política de Salud, Bienestar y de Prevención de Riesgos Laborales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Comité de Ética Corporativo</li> <li>— Canal de denuncias Ético para empleados/ colaboradores y proveedores</li> <li>— Canal de denuncias Financieras y contables, para empleados</li> <li>— Canales de reclamaciones y quejas</li> <li>— Protocolo de Acoso</li> </ul>	<p>1, 3, 4, 5, 8, 11, 17</p> <p>1, 3, 4, 5, 8, 11, 17</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Política de Seguridad corporativa</li> <li>— Política Medioambiental</li> <li>— Política de Prevención de riesgos penales</li> <li>— Norma de Compras</li> <li>— Protocolo de Acoso</li> <li>— Convenios Colectivos (sectoriales y/o de empresa)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Departamentos de Recursos Humanos</li> <li>— Representación legal de los trabajadores</li> <li>— Comité de Sostenibilidad Corporativo</li> </ul>	<p>1, 3, 5, 8, 9, 17</p> <p>1, 3, 5, 8, 9, 17</p>
<p><b>Otros sistemas de prevención y evaluación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Autoevaluación de impacto - Guía de implantación de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas, elaborada por la Red Española del Pacto Mundial</li> <li>— Encuesta de materialidad de Derechos Humanos interna y externa a Grupos de interés</li> <li>— Informe de análisis ambiental, social y de gobernanza (ASG) en suscripción e inversiones</li> <li>— Informe de RepRisk, para evaluar y monitorizar los riesgos de conducta empresarial y de ASG relacionados, entre otros, con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción</li> </ul>		<p>1, 3, 5, 8, 9, 17</p> <p>1, 3, 5, 8, 9, 17</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Encuesta de clima laboral y satisfacción</li> <li>— Evaluación del desempeño</li> <li>— Evaluación de desarrollo</li> <li>— Encuestas de reputación interna y externa</li> <li>— Modelo de Empresa Saludable (evaluaciones de riesgos laborales: seguridad, higiene y ergonomía, riesgos psicosociales, reconocimientos médicos, estudios epidemiológicos, etc)</li> <li>— Auditorías internas, de control y cumplimiento</li> <li>— Canal de Denuncias Financieras y Contables accesibles a empleados</li> <li>— Diferentes canales para denuncias Éticas derivadas del incumplimiento del Código Ético y de Conducta, disponibles para empleados y proveedores</li> <li>— Canales y medios específicos para la protección de los derechos y la gestión de las reclamaciones de los clientes.</li> </ul>		<p>8, 9, 11, 13, 17</p> <p>8, 9, 11, 13, 17</p> <p>8, 9, 11, 13, 17</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>— Sistemas y procedimientos internos establecidos para detectar situaciones de corrupción, prevención del fraude y prevención de blanqueo de capitales</li> <li>— Sistema de gestión ambiental (SIGMAYE)</li> <li>— Homologación de proveedores con criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) entre los que se incluyen los aspectos relacionados con los derechos humanos, la no discriminación y el cumplimiento de la normativa ambiental y laboral</li> </ul>		<p>3, 4, 8, 17</p>

## 7.5. Informe de verificación externa

[102-48, 102-49, 102-56]



KPMG Asesores, S.L.  
Pº de la Castellana, 259 C  
28046 Madrid

### Informe de Verificación Independiente

A los accionistas de MAPFRE, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio Hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Informe Integrado adjunto (en adelante el Informe), que incluye el Estado de Información No Financiera consolidado (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2018 de MAPFRE S.A. y sociedades dependientes (en adelante MAPFRE o el Grupo), y que forma parte integrante del Informe de Gestión consolidado del ejercicio 2018 de MAPFRE.

#### **Responsabilidades del Consejo de Administración y de la Dirección de MAPFRE, S.A.**

El Consejo de Administración y la Dirección de MAPFRE, S.A. es responsable de la preparación y presentación del Informe de conformidad con los *Sustainability Reporting Standards* de Global Reporting Initiative (estándares GRI), en su opción exhaustiva, de acuerdo a lo mencionado en el punto 102-54 del índice de contenidos GRI del Informe.

Asimismo el Consejo de Administración de MAPFRE es responsable de la formulación del EINF incluido en el Informe, así como del contenido del mismo. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI según la opción exhaustiva y el Suplemento Sectorial Financiero, de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla denominada "Índice de contenidos GRI" incluida en el Informe.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el Informe esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de MAPFRE son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del Informe Integrado.

#### **Nuestra independencia y control de calidad**

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional, diligencia, confidencialidad y profesionalidad.

KPMG Asesores S.L., sociedad española de responsabilidad limitada y firma miembro de la red KPMG de firmas independientes afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza.  
Paseo de la Castellana, 259C - Torre de Cristal - 28046 Madrid

Reg. Mer Madrid, T. 14.972, F. 53, Sec. 8, H. M -249.480, Inscrip. 1.ª  
N.I.F. B-82498650





Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de información no financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

### **Nuestra responsabilidad**

---

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de aseguramiento independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica" (ISAE 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC).

En un trabajo de aseguramiento limitado los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de aseguramiento razonable y, por lo tanto, la seguridad proporcionada es también menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades y áreas responsables de MAPFRE que han participado en la elaboración del Informe, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el Informe y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de MAPFRE para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el Informe en función del análisis de materialidad realizado por MAPFRE y considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe que incluye el Estado de Información no Financiera del ejercicio 2018.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el Informe.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el Informe Integrado del ejercicio 2018 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información internas, externas o informes de terceros.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.



### Conclusión

---

Basándonos en los procedimientos realizados y en las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el Informe Integrado que incluye el Estado de Información No Financiera consolidado de MAPFRE, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2018, no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados, de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla denominada Índice de contenidos GRI.

### Uso y distribución

---

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

KPMG Asesores, S.L.

Patricia Reverter Guillot

7 de febrero de 2019



