



Informe anual 2013

RESPONSABILIDAD
SOCIAL

confianza





Contenidos

1. Carta del Presidente	4
2. Información general	7
Presencia Internacional	8
Principales magnitudes económicas	10
Organigrama corporativo 2013	10
Órganos de gobierno	11
3. MAPFRE y la Responsabilidad Social	13
Materialidad y Stakeholders	13
El modelo de Responsabilidad Social y sus principios de actuación	16
La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE	17
MAPFRE como promotora de la responsabilidad social	22
Premios y reconocimientos	23
Principales Asociaciones	25
4. Dimensión social de MAPFRE	29
MAPFRE y sus empleados	29
MAPFRE y sus clientes	42
MAPFRE y sus accionistas	59
MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos	62
MAPFRE y sus proveedores	65
5. Dimensión medioambiental de MAPFRE	71
6. Información complementaria	87
Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social	87
Índice de Indicadores: tabla de indicadores GRI	89
Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	109
Principios para la Sostenibilidad en Seguros - Indicadores MAPFRE GRI	112
Informe de verificación externa	113

1

Carta del Presidente



Estimado lector,

Muchas gracias por dedicar parte de su tiempo a esta publicación donde MAPFRE recoge un resumen de lo que ha sido nuestro compromiso con la Responsabilidad Social en el pasado ejercicio. Según la mayoría de los analistas, 2013 ha sido el peor año de la crisis económica, pero se cerró con la esperanza, apuntada por los principales indicadores, de que en 2014, y sobre todo en los años siguientes, comenzaremos a percibir con intensidad la recuperación económica. Venimos de una crisis muy profunda, con una gravedad sin precedentes en nuestra historia reciente, en la que MAPFRE ha demostrado ser una empresa socialmente responsable y comprometida con las sociedades en las que desarrollamos nuestra actividad.

La sostenibilidad de la actuación de nuestras compañías, la responsabilidad con la sociedad en la que estamos inmersos, ya no es una elección. Todos tenemos que trabajar para construir un nuevo modelo de empresa que aporte valor al entorno, a las personas, al medio ambiente y al tejido económico. Debemos, como viene haciendo MAPFRE, utilizar nuestro gran potencial como aseguradora global de confianza para impulsar el desarrollo en las regiones y sociedades donde estamos presentes.

En MAPFRE afrontamos este compromiso con una solidez económica que nos permite mantener la confianza de los mercados, de los accionistas y del conjunto de la sociedad. En 2013 hemos obtenido unos resultados muy positivos teniendo en cuenta el entorno internacional en el que se han producido, lo cual demuestra no solo la fortaleza de nuestro Grupo sino, sobre todo, su capacidad de adaptación allí donde está presente.

El informe que tiene entre sus manos es nuestro ejercicio de transparencia, donde mostramos la aportación de valor de MAPFRE a todos los grupos de interés con los que nos relacionamos, y pone de manifiesto cómo, gracias a ellos, somos capaces de desarrollar nuestra actividad. De este grupo, hemos identificado con carácter estratégico a empleados, clientes, distribuidores, proveedores, accionistas y la sociedad en general:

> Los **empleados** son el motor de la compañía, el eje fundamental. Por eso, procurando generar un entorno de trabajo saludable y seguro, avanzamos en nuestras políticas, que promueven la no discriminación y la igualdad de las personas, y en el progreso personal y profesional mediante la formación, facilitando medios y herramientas para ello. Se impulsa el voluntariado corporativo y las acciones de sensibilización medioambiental, canalizando así el compromiso con la sociedad y con el entorno. Somos una organización viva, dinámica, que crece y que quiere seguir ofreciendo oportunidades para los que en ella trabajamos.

> El **cliente** es lo más importante, es el centro de nuestra actividad empresarial, trabajamos por y para él. Buscamos que se sienta apreciado y cuidado a lo largo de toda su relación con la compañía. Potenciamos la cercanía con una amplia red de distribución y le fidelizamos con acciones específicas como "Te cuidamos". Promovemos la innovación como una herramienta que nos permite ofrecerle soluciones aseguradoras a medida de sus necesidades y de sus niveles de renta, incorporando productos de alto contenido social (microseguros) y medioambiental.

> La relación con los **accionistas** está basada en la ética, la transparencia y la generación de valor. En 2013 la evolución del precio de la acción ha sido muy positiva, aumentando un 34,5%, trece puntos por encima de la que tuvo el IBEX 35. Además, MAPFRE se mantiene en los Índices Dow Jones Sustainability Index (Europe y World) y FTSE4Good y participamos en el Carbon Disclosure Project (CDP).

> Con los **profesionales y entidades que distribuyen** nuestros productos, que tienen un papel muy relevante en MAPFRE, buscamos relaciones estables, seguras y que generen mutuo beneficio.

> Con nuestros **proveedores** la relación se establece mediante una actuación socialmente responsable, transparencia, igualdad de trato y mantenimiento de objetivos para su selección, tal y como está previsto en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE. En 2013, además, se ha presentado la Norma Corporativa de Compras, que permitirá avanzar conjuntamente con los proveedores, en este compromiso común de ser una empresa socialmente responsable.

MAPFRE elabora este documento siguiendo el estándar internacional de Global Reporting Initiative, en su versión 3.1., aunque incorpora algunos elementos de la nueva versión 4 y ha sido verificado por la firma de consultoría Ernst&Young. Durante este ejercicio vamos a realizar los cambios necesarios para que el próximo año podamos adoptar completamente esta versión a la hora de dar respuesta a los asuntos relevantes tanto para la compañía como para sus grupos de interés, comenzando con los estratégicos.

Queremos transmitir a la sociedad no solo el valor que aporta nuestra actividad mercantil, generando empleo -directo e indirecto- y cumpliendo con nuestras obligaciones legales, sino también los compromisos que ante la sociedad internacional y nuestros grupos de interés.

Por eso, este informe incluye como novedad un apartado referente a los compromisos internacionales que hemos asumido en el ámbito de la sostenibilidad. MAPFRE se reafirma al considerar que el respeto de los Derechos Humanos forma parte de nuestra actividad y de nuestra vocación multinacional. En esta línea, seguimos trabajando para promover y difundir

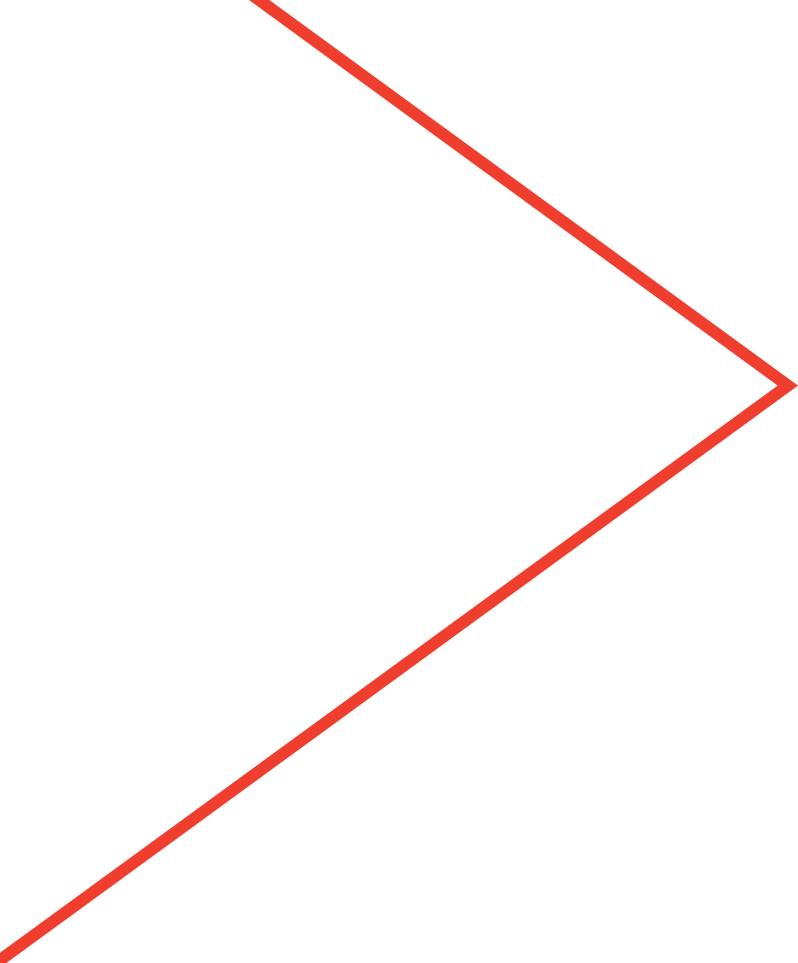
los diez principios de actuación del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que nos adherimos hace ya diez años. Ese mismo compromiso con todos fue el que hizo que, en 2012, nos sumáramos a los Principios para la Sostenibilidad del Seguro, aplicando criterios sociales, medioambientales y de gobernanza en nuestro negocio y en la toma de decisiones. La sociedad nos reconoce como un grupo socialmente responsable y, día a día, trabajamos por revalidar esta confianza.

Seguimos avanzando. Tenemos el compromiso de seguir avanzando y transformar el modelo actual de responsabilidad de las empresas por uno mejor... y el deber de hacerlo. ¡Gracias por confiar en nosotros!



Antonio Huertas
PRESIDENTE





2

Información general

MAPFRE es una multinacional que desarrolla principalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en 47 países de los cinco continentes. La matriz del Grupo es la sociedad holding MAPFRE S.A., cuyas acciones cotizan en las Bolsas de Madrid y Barcelona, y forman parte de los índices IBEX 35, Dow Jones Stoxx Insurance, Dow Jones Sustainability: Europe y World Index, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good y FTSE4Good IBEX.

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

El negocio del Grupo se ha configurado en 2013 a través de tres grandes divisiones denominadas Seguros España y Portugal, Seguros Internacional y Negocios Globales. Desde el 1 de enero de 2014 el negocio ha pasado a estructurarse en tres grandes áreas territoriales, IBERIA, LATAM e INTERNACIONAL, y siete áreas regionales: IBERIA, LATAM NORTE, LATAM SUR, BRASIL, NORTEAMÉRICA, EMEA y APAC.

MAPFRE tiene una amplia implantación multinacional y una sólida posición de liderazgo en el Seguro Español. Al cierre del ejercicio 2013 ocupaba el décimo puesto en el ranking europeo de seguros, donde era además la sexta compañía no Vida, y la primera posición en este segmento en América Latina, región en la que es el tercer grupo asegurador global.

Presencia internacional

MAPFRE opera en un total de 47 países, a través de 281 sociedades. Al cierre del ejercicio 2013, tenía 5.546 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.114 estaban en España y 2.062 en América Latina; además distribuye sus productos a través de 8.776 oficinas de entidades bancarias y otros puntos de venta que comercializan los seguros del Grupo en virtud de acuerdos de colaboración; y cuenta con una red de más de 68.000 agentes y mediadores, 5.278 de los cuales estaban en Estados Unidos y más de 18.979 en Brasil.

En la actividad de seguros, MAPFRE lidera el mercado español, es la décima aseguradora en Europa, y está implantada en todos los países de América Latina -región en la que es el tercer grupo asegurador y el líder en Seguros No Vida-, en los Estados Unidos de América, en Portugal, en Turquía, en Filipinas, en Malta y en Indonesia. En la actividad de Asistencia, MAPFRE opera en 44 países. Además, el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional (MAPFRE RE) que se encuentra entre las 20 primeras entidades en el ranking del reaseguro mundial y desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con 17 oficinas y dos sociedades filiales.

ASIA

>	Bahréin	
>	>	China
>	Dubai	
>	>	Filipinas
>	Hong Kong	
>	India	
>	Japón	
>	Jordania	
>	Taiwan	

AMÉRICA

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

>	SEGURO DIRECTO
>	ASISTENCIA
>	GLOBAL RISKS
>	REASEGURO

EUROPA

>	>	>	Alemania
>	>	Bélgica	
>	>	España	
>	>	Francia	
>	Grecia		
>	Hungría		
>	Irlanda		
>	>	Italia	
>	Malta		
>	>	Portugal	
>	>	Reino Unido	
>	Rusia		
>	Suecia		
>	Turquía		

ÁFRICA

>	Argelia
>	Egipto
>	Túnez

OCEANÍA

>	Australia
---	-----------

TOTAL OFICINAS
BANCA SEGUROS

8.776

TOTAL OFICINAS
PROPIAS 5.546





Principales magnitudes económicas

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

	2013	2012	2011	Var. %
Ingresos por operaciones				
Primas de seguro y reaseguro	23.554,0	23.064,3	20.848,3	2,1
Aportaciones brutas a Planes de Pensiones	677,0	619,6	827,7	9,3
Ingresos de inversiones	3.324,1	3.061,2	3.155,3	8,6
Ingresos de entidades no aseguradoras y otros	941,2	881,1	945,2	6,8
Ajustes de consolidación y otras sociedades	-1.930,0	-1.705,4	-1.418,4	13,2
INGRESOS TOTALES POR OPERACIONES	26.566,3	25.920,8	24.358,0	2,5
Beneficio antes de impuestos	1.563,90	1.372,00	1.636,90	14,0
Resultado atribuible a la sociedad dominante	790,5	665,7	963	18,7
Fondos gestionados de productos de Vida y Ahorro				
Provisiones Técnicas Vida	24.391,9	23.386,0	21.581,8	4,3
Fondos de Pensiones	5.372,2	5.105,9	5.081,3	5,2
Fondos de Inversión y carteras gestionadas	3.850,0	2.543,2	2.648,4	51,4
Total Fondos gestionados de productos de Vida y Ahorro	33.614,1	31.035,1	29.311,5	8,3
ACTIVOS TOTALES GESTIONADOS⁽¹⁾	66.048,0	64.632,3	62.585,3	2,2

CIFRAS EN MILLONES DE EUROS

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

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

IMPLANTACIÓN DEL NEGOCIO Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	2013	2012	2011
NÚMERO DE PAÍSES CON PRESENCIA	47	46	46
NÚMERO DE EMPLEADOS	36.280	35.586	34.390
España	10.503	10.773	11.046
Otros países	25.777	24.813	23.344
NÚMERO DE OFICINAS	5.546	5.390	5.317
Seguros España y Portugal ⁽¹⁾	3.179	3.069	3.155
Seguros Internacional	2.282	2.250	2.098
Negocios Globales	85	71	64
DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL NEGOCIO POR PRIMAS			
Seguros España y Portugal ⁽¹⁾	28%	33%	38%
Seguros Internacional	49%	47%	42%
Negocios Globales	23%	20%	20%

(1) Hasta el año 2012 MAPFRE PORTUGAL estaba integrado en Seguros Internacional

CUOTAS DE MERCADO ESPAÑA	2013	2012	% Var.	2013	2012
Automóviles	2.056,4	2.224,5	(7,6%)	20,5%	21,0%
Salud	399,8	402,0	(0,5%)	5,8%	5,9%
Otros no Vida	1.740,7	1.800,6	(3,3%)	16,3%	17,1%
TOTAL NO VIDA	4.196,9	4.427,1	(5,2%)	15,3%	16,0%
Vida Riesgo	379,3	397,8	(4,6%)		
Vida Ahorro	2.048,8	2.588,7	(20,9%)		
TOTAL VIDA	2.428,1	2.986,5	(18,7%)	9,6%	11,4%
Accidentes	82,7	94,1	(12,1%)		
TOTAL	6.707,7	7.507,6	(10,7%)	12,7%	13,9%

CIFRAS EN MILLONES DE EUROS

Organigrama corporativo 2013



Órganos de gobierno

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

La importancia adquirida por MAPFRE, la progresiva complejidad de su estructura societaria, y su creciente proyección internacional aconsejaron en el año 2000 sistematizar y ampliar dichas normas y principios, y plasmarlas en un Código de Buen Gobierno¹ que definiera además la estructura y composición que deben tener sus órganos de gobierno; y que regulase las relaciones entre los mismos, para asegurar su actuación coordinada, y el adecuado ejercicio de las facultades inherentes a la condición de accionista mayoritario por los órganos directivos de la sociedad matriz del Grupo.

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

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

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

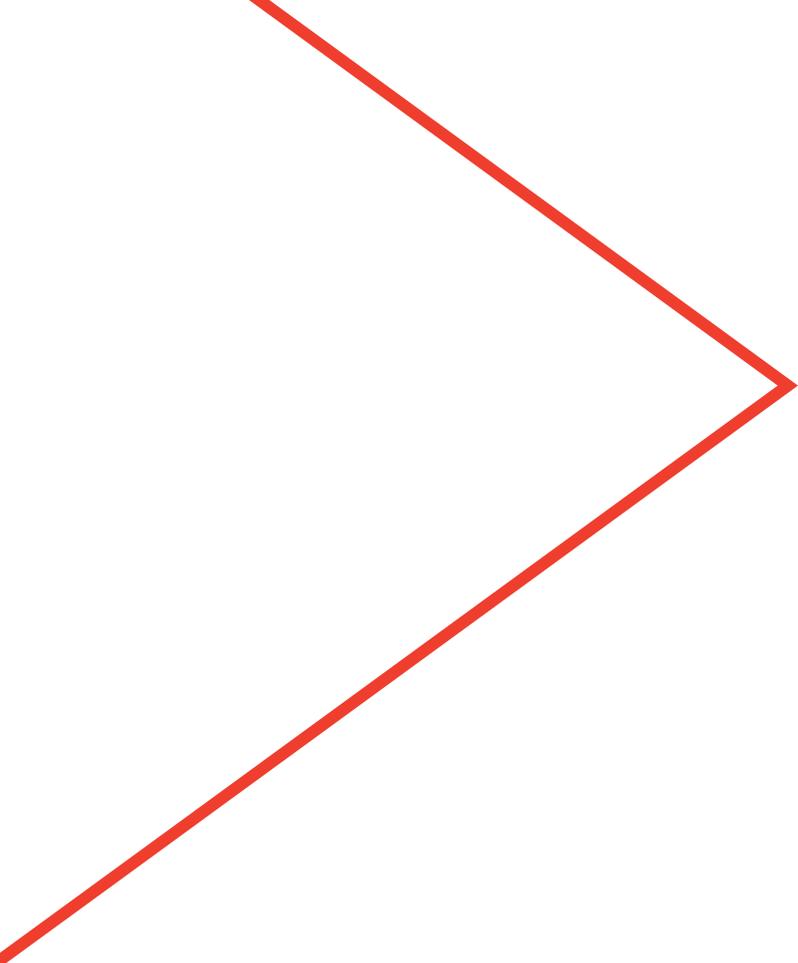
- > El convencimiento de que también el funcionamiento de los órganos rectores de la FUNDACIÓN MAPFRE debe estar sometido a normas que aseguren su buen gobierno.
- > La conveniencia de que, dado que la FUNDACIÓN MAPFRE controla la mayoría de las acciones de MAPFRE S.A., tanto los accionistas de ésta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

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

Por otra parte, en el Volumen **“Informe de Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados, y Sociedades Filiales de MAPFRE 2013”**, publicado en la web corporativa (www.mapfre.com) se ofrece una amplia información sobre los órganos de gobierno del Grupo, su estructura, comités, mandato y composición.

(1) El Código de Buen Gobierno de MAPFRE, puede consultarse en la página web corporativa www.mapfre.com





3

MAPFRE y la Responsabilidad Social

Materialidad y Stakeholders

El presente Informe se realiza conforme a las directrices de la guía internacional de elaboración de memorias de responsabilidad social del Global Reporting Initiative (GRI).

En el mes de mayo de 2013 GRI ha publicado la nueva versión G4, con cambios en el estándar que afectan sustancialmente al tipo de información que debe reportarse y cómo (es decir, la materialidad o asuntos relevantes). Aunque esta nueva versión no será obligatoria hasta el año 2015, MAPFRE, en su afán de mejora continua, incluye en este informe algunos de los requerimientos del nuevo estándar.

En esta línea, se está trabajando internamente en la definición de aquellas cuestiones relevantes para la Entidad en relación con sus distintos grupos de interés, según su actividad y su ámbito geográfico -*análisis de materialidad*- e intentar dar una visión global en el informe de 2015. El proyecto contempla dos líneas de actuación, que son complementarias:

- > Abordar la identificación de grupos de interés locales, partiendo de los que ya se han identificado como prioritarios en la misión de MAPFRE, y desarrollar un modelo de relaciones responsables basado en la mutua confianza y en la ética.
- > Identificar las principales preocupaciones de la Sociedad en el corto y medio plazo, mediante un proceso de consulta externa e interna.

Este proceso permitirá realizar una valoración de las acciones que se han llevado a cabo hasta el momento por MAPFRE, así como diseñar acciones a futuro que tomen en cuenta las expectativas de los diferentes grupos de interés.

STAKEHOLDERS O GRUPOS DE INTERÉS

El mapa de grupos de interés tiene que ser a la vez vivo y estable, en función de los objetivos a los que responda, el ámbito geográfico en el que se desarrolle y el tiempo establecido para ello.

Por esa razón, una multinacional tendrá tantos mapas de grupos de interés como países en los que esté presente y líneas de negocio que desarrolle. Además, estos mapas incluirán, como común denominador, los grupos de interés que se determinen estratégicos para el cumplimiento de los objetivos corporativos.

En este sentido, MAPFRE ha identificado en su misión aquellos grupos de interés que son estratégicos para el desarrollo de su visión. Por otra parte, figuran aquellos grupos de interés que también son necesarios para el desarrollo de su actividad y que formarán parte del proceso de revisión en 2014-2015.

STAKEHOLDERS ESTRATÉGICOS

● Empleados	● Clientes	● Distribuidores	● Proveedores	● Accionistas	● Sociedad
-------------	------------	------------------	---------------	---------------	------------

STAKEHOLDERS NECESARIOS

● Socios
● Sindicatos/ Representantes de los trabajadores
● Gobiernos, instituciones, administraciones públicas y organismos reguladores
● Medios de comunicación
● Asociaciones profesionales
● Asociaciones de consumidores y usuarios
● Tercer sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG)

En el informe 2012, MAPFRE publicó los compromisos que asumía con sus grupos de interés y lo que esperaba de ellos en su relación con la Entidad. A lo largo del presente informe, y principalmente en los capítulos relativos a la dimensión social, se hace referencia a su cumplimiento durante este ejercicio. En la tabla siguiente, se hace referencia a estos compromisos y a su localización en el Informe Anual de Responsabilidad Social 2013.

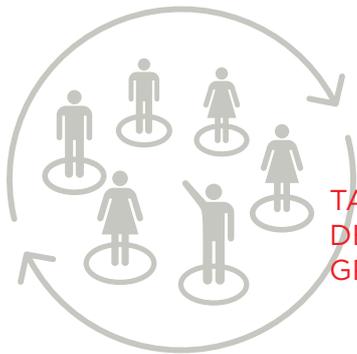


TABLA DE COMPROMISOS DE MAPFRE CON SUS GRUPOS DE INTERÉS

GRUPO DE INTERÉS	A QUÉ SE COMPROMETE MAPFRE CON EL GRUPO DE INTERÉS	QUÉ ESPERA MAPFRE DEL GRUPO DE INTERÉS
<ul style="list-style-type: none"> • ASEGURADOS Y CLIENTES <i>Ver capítulo MAPFRE y sus clientes, pág. 42</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - A innovar de forma permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor - A prestar un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado - A prestarles un asesoramiento honesto - A procurar la confidencialidad de los datos - A resolver las reclamaciones, utilizando los cauces establecidos para ello, en el plazo más breve posible - A escuchar y dialogar, poniendo a disposición canales adecuados 	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza en la compañía - Honestidad en su relación con MAPFRE - Comunicación abierta y constructiva, que ayude a mejorar los productos y servicios del Grupo
<ul style="list-style-type: none"> • ACCIONISTAS E INVERSORES/SOCIOS <i>Ver capítulo MAPFRE y sus accionistas, pág. 59</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - A mantener prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua - A buscar el beneficio económico, respetando las reglas del libre mercado y de libre competencia - A rechazar cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales - A mantener canales de comunicación y diálogo basados en la transparencia y el compromiso 	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza en la compañía - Honestidad en su relación con MAPFRE
<ul style="list-style-type: none"> • EMPLEADOS <i>Ver capítulo MAPFRE y sus empleados, pág. 29</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - A promover su desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades en el entorno de trabajo - A garantizar la formación necesaria para el adecuado desarrollo de sus funciones profesionales - A mantener una retribución justa en función del puesto y del desempeño - A procurar un entorno de trabajo estable y seguro, evitando cualquier forma de persecución, abuso o discriminación por razón de ideología, opinión, creencia, sexo, orientación sexual, raza, condición o capacidades diferentes - A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente - A ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes del desarrollo del negocio de MAPFRE 	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza y compromiso con el proyecto empresarial - Profesionalidad en la ejecución de sus funciones - Honestidad en el desarrollo de sus funciones y en el diálogo con la empresa y demás grupos de interés - Respeto en el trato con otros compañeros - Respeto de las instalaciones, mobiliario e imagen de la empresa - Contribución a la generación de buena reputación
	<p>REPRESENTANTES DE LOS TRABAJADORES/ SINDICATOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - A mantener un canal de diálogo permanente - A establecer unas relaciones honestas y constructivas - A defender la libertad de afiliación y negociación colectiva en las empresas propiedad de MAPFRE - A ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes del desarrollo del negocio de MAPFRE, que no estén contemplados en la Ley 	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con la empresa - Honestidad en su relación con MAPFRE - Comunicación abierta y constructiva
<ul style="list-style-type: none"> • MEDIADORES/ COLABORADORES <i>Ver capítulo MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos, pág. 62</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - A mantener un canal de diálogo permanente - A establecer unas relaciones honestas y constructivas 	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza en la compañía - Honestidad en su relación con MAPFRE
<ul style="list-style-type: none"> • PROVEEDORES <i>Ver capítulo MAPFRE y sus proveedores, pág. 65</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente - A ser transparente e informar adecuadamente sobre los procesos de selección y sobre aquellas cuestiones de MAPFRE que le puedan afectar (Códigos de Conducta, políticas, etc.) - A respetar y garantizar el cumplimiento de las condiciones pactadas y acordadas en el contrato - A ser honesto y confiar en la relación que surja con el proveedor 	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza en la compañía - Compromiso en el cumplimiento de las normas y políticas de la compañía que le puedan afectar - Honestidad en su relación con MAPFRE

El modelo de Responsabilidad Social de MAPFRE y sus principios de actuación

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

MAPFRE asume el impacto que su actividad mercantil genera en el entorno y en la Sociedad, y su modelo de actuación en responsabilidad social, así como su política, facilitan la integración en el negocio de los aspectos de buen gobierno, sociales y medioambientales (llamados aspectos ESG) y también el desarrollo de la parte más solidaria a través de su actividad fundacional.

Los principios de la política de responsabilidad social, permiten desarrollar este modelo de actuación en cualquier país en el que operamos.

Los tres ejes del modelo, Buen Gobierno, Responsabilidad Social y Contribución a la Sociedad, están alineados y son coherentes con la Visión de MAPFRE, permitiendo que el modelo genere relaciones de confianza.

MODELO CORPORATIVO DEL GRUPO MAPFRE



POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL: PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

1. Cumplimiento de las leyes y normas nacionales e internacionales vigentes en todos los países en los que opera el Grupo, adoptando de forma complementaria normas y directrices internacionales allí donde no exista un desarrollo legal adecuado, y asumiendo como declaración de mínimos el respeto a los derechos reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los diez principios contenidos en el Pacto Mundial.

2. Mantenimiento de prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua con accionistas e inversores, respetando las reglas de libre mercado y de libre competencia, y rechazando cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales.

3. Respeto a la igualdad de oportunidades entre los empleados, su privacidad y su libertad de opinión; equidad en las relaciones laborales, procurando un entorno de trabajo saludable y seguro, además de la formación necesaria y adecuada al trabajo que desarrolla cada empleado; retribución justa y estabilidad en el empleo, evitando cualquier forma de persecución, de abuso o de discriminación por razón de ideología, creencia, sexo, orientación sexual, raza o condición; favorecimiento de la conciliación de la vida personal y laboral; y rechazo expreso de la explotación infantil y del trabajo forzoso.

4. Innovación permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor a los asegurados y clientes, facilitando y fomentando el acceso del mayor número de colectivos al seguro; y prestación a los asegurados y clientes de un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado, asesorándoles honestamente, manteniendo la debida confidencialidad en el tratamiento de sus datos, y poniendo a su disposición un procedimiento gratuito para la resolución de sus reclamaciones en el plazo más breve posible.

5. Desarrollo de prácticas responsables en la cadena de valor, impulsándolas principalmente a través de los procesos de selección y contratación de los suministradores, proveedores y colaboradores, y acompañando a éstos en su desarrollo empresarial para que sean copartícipes en la aplicación de la política de Responsabilidad Social del Grupo.

6. Mantenimiento de una actuación respetuosa con el Medio Ambiente, impulsando medidas efectivas para limitar en todo lo posible el impacto ecológico y medioambiental de los riesgos derivados de su actuación empresarial; y promoción de los valores de desarrollo sostenible y buenas prácticas de gestión ambiental de MAPFRE entre proveedores y contratistas de bienes y servicios.

7. Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés, basados en la transparencia, la veracidad y el compromiso.

8. Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la responsabilidad social.

9. Elaboración y difusión de un Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE con información relevante y veraz sobre las actividades realizadas en este ámbito, sometiéndolo a los procesos de verificación internos y externos que se consideren oportunos y que garanticen su fiabilidad e incentiven su mejora continua.

10. Contribución al desarrollo de las actividades no lucrativas de interés general que lleva a cabo la FUNDACIÓN MAPFRE, dentro de los límites previstos en los estatutos sociales.

La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE

Uno de los puntos fuertes de MAPFRE es la adecuada gestión de los riesgos y el control del negocio. La realidad económica y social actual y la velocidad de los cambios implican nuevos desafíos en la gestión: por ejemplo, riesgos a los que tradicionalmente no se les ha prestado suficiente atención, como pueden ser los riesgos asociados a los derechos humanos, los riesgos que pueden impactar en la reputación o incluso aquellos derivados de la falta de ética, principios y valores en el desarrollo de los negocios.

En este capítulo hablaremos de los compromisos internacionales adquiridos por MAPFRE, de la gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno (ESG), así como de las medidas de prevención y control de actuaciones carentes de principios y valores.

COMPROMISOS INTERNACIONALES

Tanto el Código de Buen Gobierno como el principio primero de la Política de Responsabilidad Social, establecen el compromiso de MAPFRE con el respeto a los derechos reconocidos en la **Declaración Universal de Derechos Humanos y en los diez principios contenidos en el Pacto Mundial**.

Por ello, MAPFRE considera que el **Código de Ética y Conducta, de obligado cumplimiento en el Grupo, permite el desarrollo y la protección de los derechos humanos en el marco de su actuación como compañía**. Además, está trabajando para incorporar en la gestión del negocio los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas, revisando los sistemas que actualmente tiene para respetar, investigar y resolver los conflictos que pudieran surgir, aplicando medidas de reparación, cuando procedan.

Por una parte, el Grupo cuenta con la experiencia de Business & Human Rights para realizar análisis del riesgo-país en este ámbito de los derechos humanos y además, con el apoyo de la **Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas**, a la que pertenece desde 2004, cuando MAPFRE se adhirió a los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Desde esta Asociación, el Grupo ha contribuido a la elaboración de un vídeo informativo sobre el papel de la empresa y los trabajadores en relación con los Derechos Humanos.

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

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

Dentro de sus compromisos internacionales, destaca también su adhesión, desde 2012, a los **Principios para la Sostenibilidad en Seguros** promovidos por la Iniciativa Financiera del programa ambiental de Naciones Unidas (UNEPFI). Esta iniciativa trata de incorporar en la gestión del negocio, como riesgo y como oportunidad, *aspectos medioambientales* como el cambio climático, los daños a la biodiversidad y la degradación del ecosistema, la gestión del agua y la contaminación; *aspectos sociales* relacionados con la inclusión financiera, los derechos humanos, los riesgos para la salud derivados del desarrollo y el envejecimiento de la población; y *aspectos relacionados con el gobierno corporativo*, cumplimiento de la regulación, gestión ética, conflictos de intereses y transparencia. Estos son los denominados factores ASG (ESG, en sus siglas en inglés).

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

Estos principios son:

- 1 Integrar en el proceso de toma de decisiones las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (cuestiones ASG) pertinentes a la actividad de seguros.
- 2 Colaborar con los clientes y socios comerciales para concienciar sobre las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza, gestionar el riesgo y desarrollar soluciones.
- 3 Colaborar con los gobiernos, los reguladores y otros grupos de interés fundamentales, con el fin de promover una acción amplia en toda la sociedad sobre los temas ambientales, sociales y de gobernanza.
- 4 Rendir cuentas y mostrar transparencia, divulgando de manera pública y periódica los avances en la aplicación de estos Principios.

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

La traducción oficial al español de estos Principios ha sido realizada por FUNDACIÓN MAPFRE y esta disponible para su consulta en la siguiente dirección:

http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/images/PSI-principios-sostenibilidad-seguros_tcm164-25621.pdf

LA GESTIÓN DE RIESGOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBIERNO

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

MAPFRE dispone de un Sistema de Gestión de Riesgos (SGR) basado en la gestión integrada de todos y cada uno de los procesos de negocio, y en la adecuación del nivel del riesgo a los objetivos estratégicos establecidos. Los diferentes grupos de riesgo se han clasificado en cuatro categorías: operacionales, financieros, de la actividad aseguradora, y estratégicos y de gobierno corporativo. En dicho sistema, los riesgos medioambientales, sociales y de gobierno (riesgos ESG)⁽¹⁾ están incluidos en parte en los riesgos operacionales, y en parte en los estratégicos y de gobierno corporativo.

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



RIESGOS OPERACIONALES

ACTUARIALES	- Riesgos relacionados con el reaseguro y la tarificación
JURÍDICOS	- Riesgos referidos al cumplimiento normativo, la protección de datos y el blanqueo de capitales
TECNOLÓGICOS	- Principalmente riesgos relacionados con la seguridad informática y las comunicaciones
RECURSOS HUMANOS	- Riesgos relativos a la capacitación y dimensión de la plantilla
COLABORADORES	- Riesgos concernientes a la red comercial y profesionales externos (proveedores, etc.)
PROCEDIMIENTOS	- Riesgos asociados al diseño de procedimientos y su desarrollo
INFORMACIÓN	- Principalmente riesgos relacionados con la comunicación (adecuación y suficiencia de la información)
FRAUDE	- Tanto fraude interno como externo
MERCADO	- Ligados a la marca e imagen
BIENES MATERIALES	- Principalmente riesgos de protección de activos

La política de riesgos y los sistemas para su gestión y control están tratados de forma más extensa en el Informe de Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados.

En relación con la gestión del riesgo ambiental, el seguro proporciona un servicio especializado que comienza en la suscripción, mediante los procesos de identificación, análisis, evaluación y control de riesgos, y continúa en el seguimiento de las pólizas, supervisando la evolución de los riesgos y el efecto de las medidas adoptadas. Además, MAPFRE contribuye a la gestión eficiente de este tipo de riesgos, mediante la puesta en el mercado de productos y servicios adaptados a las necesidades de sus clientes (Ver pág. 42 MAPFRE y sus clientes).

MAPFRE tiene establecido en sus líneas de negocio los requisitos de evaluación de riesgos aplicables a los procesos de suscripción en el ramo de la Responsabilidad Civil por daños medioambientales. El 2013 se realizaron cuatro verificaciones de riesgo medioambiental.

Para este tipo de actuaciones, MAPFRE cuenta con ITSEMAP, entidad de Servicios Técnicos para el Seguro, altamente cualificada para la prestación de servicios de inspección y evaluación de riesgos, identificación de oportunidades de mejora en la gestión del asegurado y elaboración de propuestas de ingeniería medioambiental para la reducción de los riesgos.

MAPFRE facilita a los asegurados y reasegurados la posibilidad de tener una adecuada protección financiera a través de coberturas de seguro y reaseguro contra riesgos de la naturaleza. Para algunos de estos riesgos, en la evaluación de la cobertura de la póliza se utilizan avanzados modelos probabilísticos de simulación de catástrofes u otras herramientas.

Entre estos seguros, que no son propiamente productos medioambientales, destacan los destinados a proteger contra daños meteorológicos las sensibles explotaciones agrícolas. Estos productos requieren igualmente un estudio de riesgos de la naturaleza cada vez más enfocado a la adaptación al Cambio Climático.

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

Por otra parte, en 2013 se ha iniciado un proyecto de medición y gestión de la reputación corporativa a nivel global, comenzando por el análisis de dos de sus grupos de interés estratégicos: *empleados* y *Sociedad*. Este análisis se ha hecho en España, EE.UU, Brasil, México y Turquía. Los resultados obtenidos se utilizarán para el diseño y ejecución de planes de acción de reputación corporativa, e identificar los riesgos y oportunidades de la reputación.

Para la medición se ha utilizado la herramienta RepTrak, de Reputation Institute², que analiza la reputación a través de siete dimensiones que influyen en la misma: liderazgo, entorno de trabajo, oferta de productos y servicios, ciudadanía, integridad, innovación y finanzas.

RIESGOS ESTRATÉGICOS Y DE GOBIERNO CORPORATIVO



DE ÉTICA EMPRESARIAL Y DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO
DE ESTRUCTURA ORGANIZATIVA, DE ALIANZAS, FUSIONES Y ADQUISICIONES
DERIVADOS DEL ENTORNO REGULADOR Y DE COMPETENCIA

(2) www.reputationinstitute.es

MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CONTROL

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

Código Ético y de Conducta y Comité de Ética

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

Para que todos los empleados profundicen en su conocimiento, se ha puesto en marcha un curso de formación on-line sobre el Código, que fue realizado en 2013 por 2.636 empleados. Desde que comenzó el curso ya se han formado 8940 empleados. Está previsto que en un periodo no superior a cinco años, toda la plantilla haya realizado esta formación. Por otra parte, el Código es un documento público y disponible en la intranet y en la página web.

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

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

Durante el ejercicio 2013 el Comité de Ética ha recibido una consulta relacionada con este procedimiento. Asimismo, durante dicho ejercicio el Comité no ha recibido, por los canales establecidos al efecto, denuncias relacionadas con el Código de Ética y Conducta.

Canal de Denuncias

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

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

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

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

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

Control Interno

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

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

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

- > LA EFICACIA Y EFICIENCIA DE LOS PROCESOS INTERNOS.
- > LA CONFIANZA DE LAS PARTES INTERESADAS (LA SOCIEDAD, LOS BENEFICIARIOS, LA ADMINISTRACIÓN, ETC.).
- > LA DISPONIBILIDAD DE RECURSOS, YA QUE UN MENOR NÚMERO DE RIESGOS INDEFINIDOS O NO CONTROLADOS IMPLICA LA LIBERACIÓN DE RECURSOS QUE SE DESTINABAN A TAL FIN.

Prevención del Blanqueo de Capitales

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

Lucha contra el Fraude

MAPFRE tiene establecidos diversos procedimientos para luchar contra el fraude, entendido como todo acto realizado por acción u omisión, de manera intencionada y contraria a la verdad, en la contratación del seguro, en la declaración del siniestro o en la acreditación del daño causado, con ánimo de obtener un enriquecimiento injusto de la aseguradora. En los diferentes países se realizan actividades formativas y divulgativas, en algunos casos en colaboración con

instituciones sectoriales, que permitan identificar y prevenir acciones fraudulentas.

Seguridad

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

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

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

Asimismo, los procesos de negocio incorporan desde su inicio criterios de seguridad para minimizar los riesgos e incidentes y posibilitar el normal desarrollo de las actividades. Además, se diseñan e implantan soluciones de continuidad de negocio que garantizan el mantenimiento de los servicios que se prestan a los clientes ante situaciones de contingencia grave, contribuyendo así a la sostenibilidad de las operaciones de negocio.

Para posibilitar todas estas actuaciones, se promueve la formación y certificación en materia de seguridad de sus trabajadores en el desarrollo de sus funciones y como garantía de calidad en la prestación de servicios. Así, en 2013 se han impartido más de 8.200 horas en formación al personal responsable de los distintos procesos de seguridad, y se ha elevado a 126 el número de certificaciones y acreditaciones personales que respaldan y avalan la cualificación de sus profesionales, teniendo previsto alcanzar la cifra de 175 en los próximos dos años.

Formación en Responsabilidad Social

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

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

FORMACIÓN EMPLEADA EN POLÍTICAS Y SISTEMAS ANTI-CORRUPCIÓN	2013	2012	2011
Control Interno			
Nº Empleados	2.187	9.066	7.664
Horas totales de formación	2.222	12.198	9.139
Blanqueo de capitales			
Nº Empleados	1.043	8.708	7.489
Horas totales de formación	1.166	19.569	13.273
Mixto: blanqueo de capitales y lucha contra el fraude terno			
Nº Empleados	1.046	3.158	Nd (*)
Horas totales de formación	1.202	7.679	Nd (*)
Código Ético y de Conducta			
Nº Empleados	2.636	4.215	2.089
Horas totales de formación	2.636	4.215	2.089
Responsabilidad Social			
Nº Empleados	5.726	2.104	507
Horas totales de formación	5.737	2.104	507

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

Auditorías de Responsabilidad Social

La Dirección General de Auditoría Interna ha realizado 101 trabajos especiales en 2013 sobre diferentes aspectos vinculados a la responsabilidad social en el conjunto del Grupo. Dichos trabajos versan sobre aspectos tales como recursos humanos, control interno, prevención del blanqueo de capitales, servicio de atención al cliente, gestión de reclamaciones, prevención contra fraudes, revisión del cumplimiento ético y social y del Informe de Responsabilidad Social Corporativa.

MAPFRE como promotora de la Responsabilidad Social

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

JORNADAS, CONGRESOS, GRUPOS DE TRABAJO Y EVENTOS

ESPAÑA

MAPFRE participa en los premios CEEL, en la octava edición del premio "Mejor Proyecto Empresarial de Base Tecnológica" y el séptimo "Concurso de Patentes y Modelos de utilidad de Asturias"

V Encuentro sobre RSC en el Sector Asegurador. ICEA, 24 oct 2013. Ponencia sobre los Principios para la Sostenibilidad en Seguros

Jornada "Ahorro Energético y Tecnología LED", organizada por MAPFRE en colaboración con ASOSEM (Asociación de Empresarios del Sureste de Madrid) y con el Ayuntamiento de Mejorada del Campo (Madrid)

Inauguración de José Manuel Muries de la tribuna de las XVIII Jornadas de Auditoría Interna que llevaron por título "Valores Compartidos"

MAPFRE participa en el I Foro de Activación del Primer Empleo que se celebra en el recinto Ferial IFEMA

XXIII Jornadas Internacionales de MAPFRE GLOBAL RISKS, tituladas "Los Retos de la Industria Aseguradora ante la Globalización de los Mercados"

MAPFRE participa en las jornadas 'Buenas Prácticas en RRHH en el sector seguros' organizado por Randstad

IX Jornada del Ciclo de Conferencias de la Cátedra CESVIMAP de la Universidad Católica de Ávila (UCAV), "Reciclado de vehículos. Una oportunidad en tiempos de crisis", ha reunido a las principales representantes del sector del reciclado del automóvil en España

"La RSE, una apuesta europea sin retorno" Jornada sobre experiencias empresariales hispanoitalianas organizada por MAPFRE y El Nuevo Lunes

BRASIL

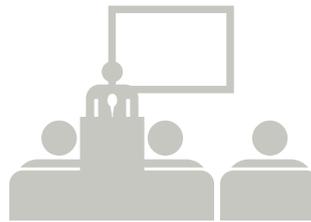
Workshop de Inspección de Riesgos

1er. Ciclo de Conferencias sobre Seguro Rural y la Sostenibilidad: "Los desafíos del Agronegocio", organizado junto a la Escuela Nacional de Seguros

CNSEG (Confederación Nacional de las Empresas de Seguros Generales, Previsión Privada y Vida, Salud Complementaria y Capitalización) - "GRI e Mercado Segurador Relato de Sustentabilidade

UNEP FI Global Roundtable - 12 y 13 de noviembre, China. Para discutir las aprobaciones de las metas PSI

Reunión con los ejecutivos de las principales aseguradoras de Brasil y el SINCOR para discutir el tema de los residuos de autos - "pateo de salvados" (patio de desguace)



PARAGUAY

Charla sobre seguros verdes en Paraguay - HSBC -

Charla sobre " El reto de ser Mujer" con Ana Corte

PERÚ

Foro de Responsabilidad Social, organizado por la cámara de comercio española

VENEZUELA

Cámara de Aseguradores de Venezuela, XV Encuentro Internacional de Seguros 2013. Compartir visión sobre el Sector Asegurador en el Desarrollo Social y Económico de Venezuela, a través de ponencias nacionales e internacionales



2ª edición de la Iniciativa RSE-PYME, promovida de manera conjunta por MAPFRE, el Pacto Mundial de Naciones Unidas y el Instituto de Crédito Oficial

Premios y reconocimientos

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



RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

La revista FORBES sitúa a MAPFRE en el puesto 399 de las 2.000 mayores empresas del mundo y en el número ocho entre las empresas españolas

MAPFRE, empresa estratégica para España según la consultora Ipsos KAR

La consultora Interbrand reconoce a MAPFRE como la compañía española con mayor crecimiento en el valor de su marca

MAPFRE, en el índice Dow Jones de Sostenibilidad 2013 por cuarto año consecutivo

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

El Centro de Competencia de Business Intelligence de MAPFRE, el primero en el mundo certificado técnicamente por IBM

AENOR renueva el certificado de calidad otorgado al Centro de Control General de MAPFRE

El Centro de Operaciones de la Dirección General de Tecnologías y Procedimientos de MAPFRE obtiene el certificado CM-MI-Nivel de madurez 2 en desarrollo de software

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

MAPFRE, galardón "Transparencia para la confianza" en los Premios Europeos de RSE, otorgado por Forética

José Manuel Martínez, Presidente de Honor de MAPFRE, Premio FIDES 2013 por su destacada contribución a la industria aseguradora y Premio Forinvest por su trayectoria profesional.

El Centro de Proceso de Datos de Alcalá de Henares (Madrid, España) de MAPFRE, premio a la innovación de la revista DATA MARKET CENTER

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

José Manuel Inchausti, Director General de Tecnologías y Procedimientos, es nombrado Presidente del Consejo Asesor español de CIONET

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



La iniciativa RSE-PYME fue galardonada en los Premios Europeos RSE de Forética, en la categoría de Transparencia para la confianza

La página en Facebook del programa de fidelización del Grupo en España, teCuidamos, premio TNS a la Mejor Fan Page en la categoría "Aseguradoras y entidades financieras"

El seguro Sport Salud, premio "Por un mundo más fitness" otorgado por la feria del Fitness y Bodybuilding 2013

AENOR renueva el certificado de calidad otorgado al SI24, el contact center de MAPFRE en España y al Área de Prestaciones Patrimoniales de MAPFRE Familiar

MAPFRE la empresa más galardonada en la XIX edición del concurso de detección de fraudes de ICEA en España

VERTI, galardonada en los Premios Gartner en la categoría "Bussines Process Management Excellence Awards in Europe, Middle East and Africa"

VERTI obtiene un premio por la excelencia de su Atención al Cliente, otorgado por la empresa CRC-ORO (IZO)

MAPFRE, premio Antena de Oro de la Federación de Asociaciones de Radio y TV de España por su apoyo a los medios de comunicación

La revista CAMBIO 16 otorga un premio Cambio 2013 a MAPFRE en la categoría "Comunicación y Marca"

La Asociación Portuguesa de Contact Centers concede a MAPFRE PORTUGAL el Premio APCC 2013 en la categoría "Empresas del sector de Asistencia y Seguros" por su servicio de atención al cliente

El seguro de Automóviles en Portugal, seleccionado producto destacado por la Asociación Portuguesa para la Defensa del Consumidor

MAPFRE BRASIL, Premio Segurador Brasil otorgado por la revista SEGURADOR BRASIL

La revista APÓLICE concede a MAPFRE BRASIL el premio Melhores do Seguro

BB MAPFRE, galardonada con seis premios Gaiyota de Ouro en reconocimiento a la excelencia de sus productos, servicios y atención al cliente, concedidos por la revista SEGURO TOTAL

La revista ASEGURADOR BRASIL reconoce a MAPFRE RE DO BRASIL con el Premio "Reaseguradora Destacada con operación en Brasil"

El Informe de Sostenibilidad de MAPFRE BRASIL recibe el Premio Abrasca de la Associação Brasileira de Companhias Abertas
MAPFRE ASISTENCIA en Brasil, Prêmio Melhores do Seguro 2013 en la categoría de proveedor de Servicios de Asistencia 24h
MAPFRE BRASIL, galardonada en los XVI Premios Cobertura Performance en la categoría "Mejor desempeño en Riesgos Aeronáuticos y Responsabilidad Civil Transporte Desvío de Carga", otorgado por la editorial Cobertura
MAPFRE BRASIL, reconocida con cinco galardones en los XII Premios de la Asociación Brasileña de Teleservicios (ABT)
BB MAPFRE, Premio CNSeg en la categoría "Comunicación" por la Confederación Nacional de Empresas de Seguros Generales en Brasil
El Instituto Brasileño de Ejecutivos de Finanzas concede a MAPFRE BRASIL, el premio IBEF de Sostenibilidad en Estructura de la operación
BB MAPFRE, Premio LATAM a la "Mejor Contribución a la Responsabilidad Social" por su servicio de Asistencia Telefónica, SIM 24 horas, otorgado por ALOIC, la Alianza Latinoamericana de Organizaciones para la Interacción con Clientes
MAPFRE BRASIL recibe el premio ABERJE 2013 de la Asociación Brasileña de Comunicación Empresarial
MAPFRE MÉXICO, la tercera empresa con mejor reputación según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERC0)
MAPFRE ASISTENCIA en México, reconocida como "Empresa Socialmente Responsable 2013" por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE)
Renovación del certificado de Gestión de Calidad de MAPFRE COLOMBIA, otorgado por ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificaciones) e IQ Net (International Quality Network)
MAPFRE COLOMBIA, elegida mejor compañía "Índice de Relación con el Cliente por Internet" por TBI UNIT
MAPFRE ARGENTINA, entre los 40 mejores empresas del país, según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERC0)
MAPFRE ARGENTINA, Premio Prestigio por el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP)
MAPFRE ASISTENCIA en Chile, premio E_Waste en la categoría "Innovación en medio ambiente" en los VIII premios anuales E_Waste
MAPFRE PARAGUAY, Premio Top of Mind 2013 en la categoría de Empresas Aseguradoras
MAPFRE ECUADOR, la segunda empresa con mejor reputación según el ranking del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERC0)
El periódico BOSTON BUSINESS JOURNAL incluye a MAPFRE COMMERCE como líder del mercado asegurador de Massachussets
El sistema DriveAdvisor, de MAPFRE COMMERCE, galardonado con dos premios "Best in Show Awards" otorgados por la Insurance Marketing Communications Association.
MAPFRE en Estados Unidos, Premio Excellence in Support for the Agency System por la Asociación de Agentes Profesionales del Seguro de New Hampshire.

MIDDLESEA, elegida Superbrand of Malta por segundo año consecutivo
MAPFRE ABRAXAS, Premio AM Reader Recommended for GAP insurance
FLASHPÖLER RESEARCH GROUP incluye a MAPFRE RE entre las mejores reaseguradoras de Latinoamérica en su informe bianual
El producto "European Motor Pack", de MAPFRE ASISTENCIA, recibe un premio en la categoría "Innovación" otorgado por Insurance Academy DECAVI de Bélgica
MAPFRE ASISTENCIA, premio ITIJ a la Mejor Compañía de Seguro de Viaje de 2013 por la revista INTERNATIONAL TRAVEL & HEALTH INSURANCE JOURNAL
La revista AM BEST'S REVIEW otorga a la filial de MAPFRE ASISTENCIA en Reino Unido el premio 'AM Reader Recommended' a los mejores seguros GAP de 2013
INSUREANDGO, premio CANSTAR en Seguros de Viaje en Australia en la categoría de "Outstanding Value" (Valor Destacado)



RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN DE LAS PERSONAS EN MAPFRE

MAPFRE, en el puesto número 13 de las mejores multinacionales para trabajar en Latinoamérica, según el Instituto Great Place to Work
MAPFRE, entre las 25 mejores multinacionales en Centroamérica 2013 por Great Place to Work
La consultora de Recursos Humanos Ranstad selecciona a MAPFRE como la aseguradora más atractiva para trabajar en España
MAPFRE, en el puesto número 16 de las mejores empresas para trabajar en España, según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERC0 Personas)
La revista ACTUALIDAD ECONÓMICA sitúa a MAPFRE como la segunda mejor empresa para trabajar en España
MAPFRE, certificada como Empresa Familiarmente Responsable (EFR) en España, por la Asociación Másfamilia.
MAPFRE, una de las mejores empresas para trabajar en Brasil, El Salvador, Honduras, México, Paraguay y República Dominicana por Great Place to Work
MAPFRE COLOMBIA, en el puesto 13 como mejor multinacional para trabajar en América Latina por Great Place to Work
MAPFRE GENEL SIGORTA, Premio "Respeto por las personas" por el portal de selección y empleo <i>Kariyer.net</i>



Principales Asociaciones

ARGENTINA	<ul style="list-style-type: none"> - Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA) - Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de la Argentina (FAPASA) - Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS) - Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE) - Asociación de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA) - Asociación Argentina de Compañía de Seguros (AACS) - Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS) - Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA) 	COLOMBIA	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Colombiana de Técnicos en Reaseguros (ACTER) - Asociación de Actuarios - Asociación Colombiana de Derecho de Seguros (ACOLDESE) - Cámara de Comercio Bogotá (CCB) - Cámara de Comercio Hispano Colombiana - Casa España - Centro de Experimentación y Seguridad Vial Colombia (CESVICOLOMBIA) - Consejo Colombiano de Seguridad (CCC) - Federación de Aseguradores Colombianos (FASECOLDA) - Fundación de Aseguradores Colombianos (FUNDASEG) - Instituto Nacional de Investigación y Prevención del Fraude (INIF) - Instituto Nacional de Seguros (INS) - Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA) - Life Office Management Association (LOMA)
BÉLGICA	<ul style="list-style-type: none"> - Association des Professionnels de la Réassurance en France (APREF) - Union professionnelle des entreprises d'assurances (ASSURALIA) 	COSTA RICA	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación de Aseguradoras Privadas de Costa Rica (AAP)
BRASIL	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Brasileña de las Relaciones Empresa Cliente (ABRAREC) - Asociación Brasileña de Teleservicios (ABT) - Asociación Brasileña de Medios (ABA) - Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT) - Asociación Brasileña de Gestión de Riesgos (ABGR) - Asociación Brasileña de Administradoras de Consorcios (ABAC) - Confederación Nacional de las Empresas de Seguros Generales, Previsión Privada y Vida, Salud Complementaria y Capitalización (CNSEG) - Federación de las Empresas de Previsión y Vida (FENAPREVI) - Federación Nacional de Seguros Generales (FENSEG) - Instituto Brasileño de Hospitalidad Empresarial (IBHE) - Federação Nacional de Resseguro do Brasil. (FENABER) 	ECUADOR	<ul style="list-style-type: none"> - Cámara de Seguros - Cámara oficial Española - Cámara Comercio de Guayaquil
CHILE	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Chilena de Aseguradores de Chile - Cámara Oficial Española de Comercio de Chile - Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G (ACHET) 		



MAPFRE participó en las jornadas Buenas Prácticas en RRHH en el sector seguros

EE.UU.	<ul style="list-style-type: none"> - Western: Independent Insurance Agents & Brokers of California Independent Broker Network, Brokers Insurance Group, American Agents Alliance, Insurance Brokers Association - FL - Spain US Chamber of Commerce, Florida Association of Insurance Agents (Local Chapters - Central Florida, Jacksonville), Latin American Association of Insurance Agents, Seminole Regional Chamber of Commerce, Jacksonville Chamber of Commerce, Society of Certified Insurance Counselors, Professional Women's Council, Northeast Florida Builders Association - Central Region: Ohio Ins Institute, Ind Ins Agents & Brokers of Oregon, Ind Ins Agents of Indiana, Ind Insurance Agents of Kentucky, Ind Ins Agents of Ohio, Ins Brokers of Northern Ohio, Prof Ins Agents of Tennessee, Prof. Ins agents of Ohio, PIA OR/ID Western Alliance, PIA WA K-Klub - NY/NJ: SHRM (Society of Human Resource Management) Eastern Region: New England Association of Insurance Fraud, New England Chapter of the International Association of SIUs International Association of SIUs National Association of Traffic Accident Reconstructionists and Investigators National Association of Professional Accident Reconstruction Specialists Institute of Electrical & Electronic Engineers New York Society of Traffic Reconstruction Specialists Association of Certified Fraud Examiners Board of Governors of Insurance Fraud Bureau New York Alliance Against Insurance Fraud New York Anti Car Theft and Fraud Assoc. National Insurance Crime Bureau NY - PIA, YIP, TriCounty IIAA, IIAB NJ - PIA, YIP, IIAB, IIAEL Better Business Bureau. - Reaseguro: PCI, IRU, NAMIC, CIRB 	FILIPINAS	<ul style="list-style-type: none"> - Cámara Oficial Española de Comercio en Filipinas - Main Association - Philippine Insurers and Reinsurers Association (PIRA)
		GRECIA	<ul style="list-style-type: none"> - Hellenic Assotiation of Insurance Companies
		GUATEMALA	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Guatemalteca de Instituciones de Seguros - Asociación de Gerentes de Guatemala
		HONDURAS	<ul style="list-style-type: none"> - Camara Hondureña de Aseguradores - Camara de Comercio e Industria del País - Camara Hondureña de la Construcción - Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial
		IRLANDA	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Irlandesa de compañías de seguros - Cámara de Comercio Local
		LONDRES	<ul style="list-style-type: none"> - Cámara Española de Comercio en Gran Bretaña
		MALTA	<ul style="list-style-type: none"> - Malta Insurance Association - Malta Chamber of Commerce - Finance Malta - Malta Institute of Management - Foundation for Human Resources Development - Malta Employers Association - Maltese-Spanish Chamber of Commerce
		MÉXICO	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) - LIMRA - Club Líderes en Responsabilidad Social
		NICARAGUA	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Nicaraguense de Aseguradoras Privadas (ANAPRI) - Cámara Oficial Española de Nicaragua - Cámara de Comercio de Nicaragua - Cámara Americana de Comercio de Nicaragua (AMCHAN) - Cámara de Comercio
EL SALVADOR	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Salvadoreña de Empresas de Seguros - Cámara Oficial Española de Comercio e Industria De El Salvador (CAMACOES) 		
ESPAÑA	<ul style="list-style-type: none"> - Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones (ICEA) - Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras es la Asociación Empresarial del Seguro (UNESPA) - Tecnología de la Información y Comunicaciones para el Sector Asegurador en España (TIREA) - Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO) - Asociación española de marketing directo y Academia de las ciencias y las artes de la televisión - Asociación Española para las Relaciones con Inversores (AEIRI) - Instituto de Auditores Internos de España - Global Risks: International Union of Marine Insurance (IUMI); Asociación Latinoamericana de Suscriptores Marítimos (ALSUM); International Association of Engineering Insurers (IMIA) International Union of Aerospace Insurers IUAI - Red Española del Pacto Mundial - CORPORATE EXCELLENCE 	PANAMÁ	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Panameña de Aseguradoras (APADEA) - Colegio Nacional de Productores de Seguros (CONALPROSE) - Cámara Panameña de Empresas de Coretaje de Seguros (CAPECOSE) - Superintendencia de Seguros - Cámara de Comercio - Cámara Española de Comercio
		PARAGUAY	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Paraguaya de Compañías de Seguros (APCS) - Camara de Anunciantes del Paraguay (C.A.P.) - Camara Oficial Española de Comercio en Paraguay - Club de Ejecutivos del Paraguay - Asociación Paraguaya para la Calidad

PERÚ	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Peruana de Entidades Prestadoras de Salud - Gremio Asegurador (Apeseg) - Cámara de Comercio Hispano Peruana - Cámara de Comercio Italo Peruana
PORTUGAL	<ul style="list-style-type: none"> - Associação Portuguesa de Seguradores
PUERTO RICO	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación de Compañías de Seguros de Puerto Rico - Asociación de Suscripción Conjunta de Seguro de Incendio y Líneas Aliadas - Asociación de Garantía de Seguros Misceláneos - Puerto Rico Automobile Assigned Risk Pool - Sindicato de Aseguradores para la Suscripción Conjunta de Seguro de Responsabilidad Médico-hospitalaria - Asociación de Garantía de Seguro de Vida e Incapacidad - Asociación de Ejecutivos de Ventas y Mercadeo de PR - Concilio Postal de Usuarios de Puerto Rico (PCC) adscrito al Departamento del Correo Federal de los EEUU - Asociación de Compañías de Seguros de P.R. (ACODESE) - Asociación de Contratistas Generales de América National Association of Insurance Commissioners (NAIC) - The Surety & Fidelity Association of America - Cámara de Comercio de Puerto Rico - Cámara de Comercio Española - The Surety Association of America Asociación constructoras de Hogares de PR - Sociedad para la Gerencia de los Recursos Humanos
REPÚBLICA DOMINICANA	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Dominicana de Agencias de Viajes y Turismo (ADAVI) - Cámara Americana de Comercio (AMSHAMDE) - Cámara oficial Española de Comercio Industria y Turismo - Cámara Dominicana de Aseguradores y Reaseguradores (CADOAR) - Cámara Oficial Domínico Española - Cámara Americana de Comercio, Junta Consultiva de Seguros - Asoc. Dominicana de Empresas de Inversión Extranjera, Inc. (Asiex)
TURQUÍA	<ul style="list-style-type: none"> - Association of the Insurance, Reinsurance and Pension Companies of Turkey (TSB) - International Investors Association of Turkey (YASED)
URUGUAY	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Uruguaya de Empresas Aseguradoras (AUDEA)
VENEZUELA	<ul style="list-style-type: none"> - Cámara Aseguradora de Venezuela - Cámara Venezolana Española - Cámara de Comercio



4

Dimensión social de MAPFRE

MAPFRE y sus empleados

MAPFRE promueve un entorno laboral basado en un ambiente de confianza para los empleados, que permita su desarrollo profesional y personal, que garantice la formación necesaria para el adecuado desarrollo de sus funciones profesionales, que sea estable y seguro y que esté libre de ofensas, explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación.

La conducta de todos los empleados debe estar basada en el respeto mutuo, el compromiso con su trabajo y con la empresa, la responsabilidad de realizar su trabajo lo mejor posible, la solidaridad y la cooperación con los compañeros y la Sociedad, la integridad y el respeto a la legalidad. MAPFRE cuenta con un Código de Ética y Conducta, de obligado cumplimiento para todas las personas que integran MAPFRE, con independencia de su actividad o ubicación geográfica, publicado y accesible tanto en la intranet como en la web corporativa. Además cuenta con un Comité de Ética, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o quiera plantear un incumplimiento.

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

ESTRUCTURA DE LA PLANTILLA

En MAPFRE trabajan 36.280 empleados (29.575 en empresas de seguros y 6.705 en empresas no aseguradoras), de acuerdo a la siguiente distribución geográfica:

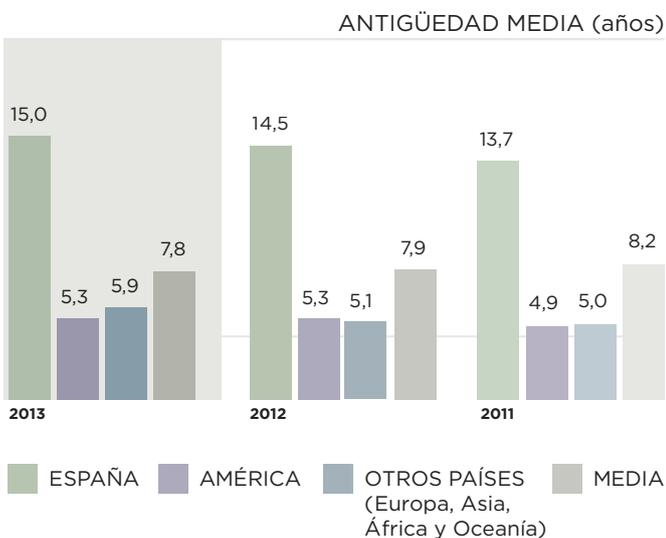
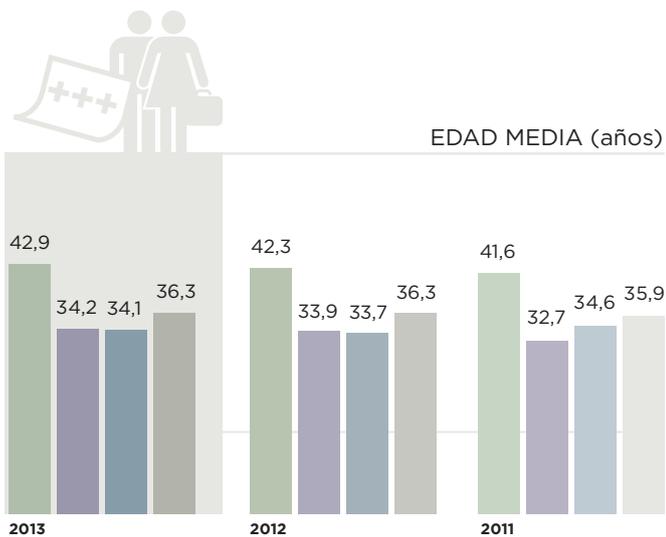
ÁREAS GEOGRÁFICAS	2013		2012		VARIACIÓN %	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
EUROPA	6.648	6.456	6.740	6.473	(1,4)	(0,3)
España	5.399	5.104	5.568	5.205	(3,0)	(1,9)
Otros países	1.249	1.352	1.172	1.268	6,6	6,6
AMÉRICA	9.300	12.763	9.253	12.174	0,5	4,8
Brasil	2.803	4.929	2.443	4.199	14,7	17,1
EE.UU.	1.231	2.242	1.087	1.871	13,2	19,8
Argentina	812	706	1.218	1.155	(33,3)	(39,9)
México	1.123	890	1.142	937	(1,7)	(5,0)
Venezuela	560	798	593	806	(5,6)	(1,0)
Chile	260	321	272	317	(4,4)	1,3
Otros países	2.511	2.877	2.498	2.889	0,5	(0,1)
ASIA	456	528	385	444	18,4	18,9
ÁFRICA	66	45	65	35	1,5	28,6
OCEANÍA	7	11	6	11	16,7	0,0
TOTALES	16.477	19.803	16.449	19.137	0,2	3,5

A continuación se presenta la distribución de la plantilla según las áreas de negocio y categorías:

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	HOMBRES		MUJERES	
	Número	%	Número	%
Áreas Corporativas	713	61,1	453	38,9
Seguros España y Portugal	4.563	50,3	4.508	49,7
Seguros Internacional	8.301	42,7	11.135	57,3
Negocios Globales	2.900	43,9	3.707	56,1
TOTALES	16.477	45,4	19.803	54,6

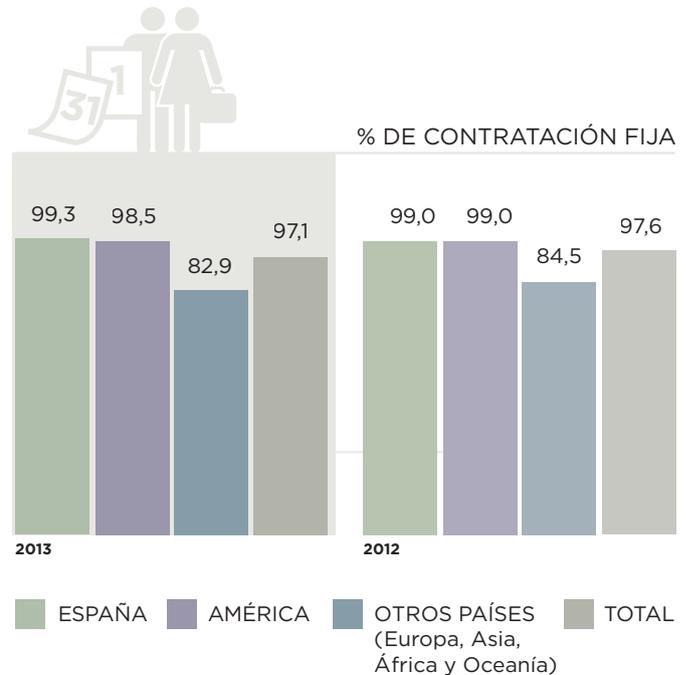
CATEGORÍAS	2013		2012	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
DIRECCIÓN	1.060	332	1.045	287
JEFES	2.583	1.776	2.663	1.671
TÉCNICOS	7.288	7.804	7.945	8.202
ADMINISTRATIVOS	5.546	9.891	4.796	8.977
TOTALES	16.477	19.803	16.449	19.137

La media de edad de los empleados es de 36,3 años y una antigüedad media de 7,8 años. Según nuestras principales áreas geográficas los datos son los siguientes:



POLÍTICA DE EMPLEO

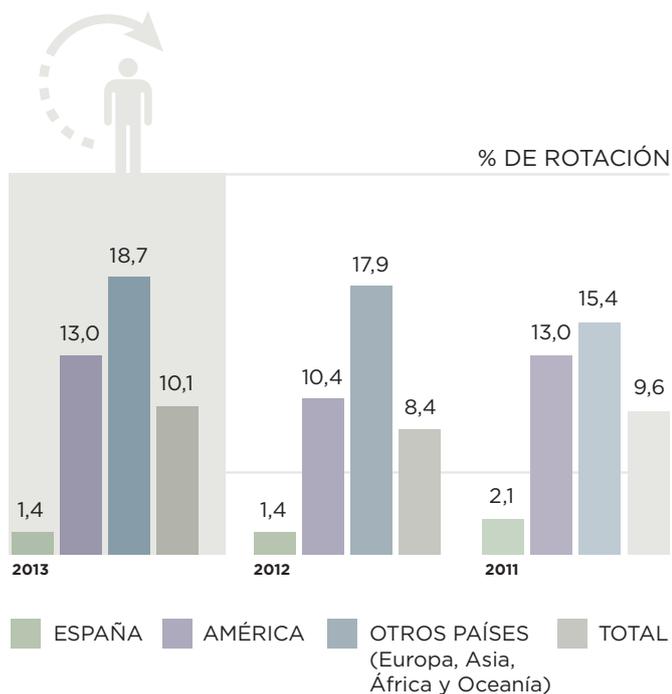
MAPFRE se compromete con sus empleados a procurar un entorno de trabajo estable y seguro, por ello la Política de Empleo fomenta la contratación fija frente a la temporal. El porcentaje de contratación fija en el año 2013 ha sido de 97,1 por 100.



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

ALTAS Y BAJAS POR MOTIVO	2013	2012
ALTAS		
Fusión o Adquisición	0	0
Captación Externa	9.032	6.402
Reincorporación excedencia	114	125
Reincorporación extranjero	27	11
BAJAS		
Enajenaciones	264	262
Voluntarias	3.436	2.753
Despidos	4.806	2.017
Excedencias	161	169
Jubilaciones	52	33
Jubilaciones anticipadas	15	75
Fallecimientos	19	12
Invalidez	30	21

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



DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

El Código de Ética y Conducta reconoce el compromiso de proveer un entorno de trabajo adecuado en el que se respeten las políticas de igualdad establecidas y se valore la diversidad sin ningún tipo de discriminación por razón de sexo, raza, ideología, religión, orientación sexual, edad, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra condición personal, física o social.

Programa Global de Discapacidad

MAPFRE se compromete a integrar a empleados con discapacidad y a promover su desarrollo profesional y personal, evitando cualquier tipo de discriminación. Para ello, durante el año 2013 se ha desarrollado un Programa Global de Discapacidad que se desarrollará durante los años 2014 y 2015 y que cuenta con actuaciones que ayuden a:

- > Contribuir a la integración laboral de las personas con discapacidad.
- > Generar una cultura sensible a la discapacidad para conseguir su normalización.
- > Mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad que trabajan en la empresa a través de la accesibilidad física y tecnológica.
- > Desarrollar productos y servicios dirigidos a este colectivo.

Las principales actuaciones que se han definido y se van a poner en marcha a lo largo de los dos próximos años son las siguientes:



PRINCIPALES ACTUACIONES

Actuaciones de Sensibilización



- Curso e-learning global
- Actividades de ocio y deporte destinadas a personas con discapacidad
- Charlas y actividades de sensibilización en los programas formativos de desarrollo
- Noticias en la intranet y divulgación de estudios realizados por FUNDACIÓN MAPFRE

Actuaciones de Integración Laboral



- Integrar en el plan de becarios a personas con discapacidad
- Priorizar en los procesos de selección a candidatos con discapacidad que hayan realizado prácticas en la empresa
- Fomentar la contratación de personas con discapacidad a través de convenios con entidades especializadas

Actuaciones para la mejora de la calidad de vida



- Procedimientos de atención personalizada a empleados a los que les sobrevenga una discapacidad
- Revisión de la accesibilidad de todos los edificios y puestos de trabajo
- Accesibilidad tecnológica

Actuaciones Desarrollo de Productos



- Estudio de necesidades de este colectivo no cubiertas en el marco asegurador
- Diseño de nuevos productos y servicios específicos

Además, este compromiso se extenderá a nuestros proveedores, teniendo en cuenta en los procesos de contratación de proveedores a los centros especiales de empleo e incluyendo en los criterios de valoración de proveedores el compromiso con la discapacidad y el cumplimiento con la normativa en esta materia.

En MAPFRE trabajan 394 empleados con discapacidad.

En España, el Grupo tiene un protocolo para facilitar el cumplimiento de la cuota de reserva para personas con discapacidad establecida en la normativa legal. En cumplimiento de las medidas alternativas previstas en dicha normativa, en 2013 se han realizado donaciones y suscrito contratos de prestación de servicios o adquisición de bienes con Centros Especiales de Empleo por importe de 409.520 euros, y con Fundaciones por importe de 974.640 euros.

Las cantidades donadas se destinaron a:

- > Promover la integración laboral de personas con discapacidad intelectual y enfermedad mental a través de un programa al que se adhirieron 1.453 empresas, y con el que se logró emplear a 919 personas con discapacidad.
- > Colaborar en la ejecución de otros proyectos de empleo para personas con discapacidad, elaborados por asociaciones y fundaciones de este colectivo, a través de apoyo económico del que se beneficiaron 13.356 personas con discapacidad.

Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres

MAPFRE promueve la igualdad de oportunidades en el puesto de trabajo, valora la diversidad individual de los empleados y reconoce la heterogeneidad de las personas.

La política de MAPFRE en materia de igualdad está formalmente reflejada en la declaración realizada por la Comisión Delegada en el año 2010:

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

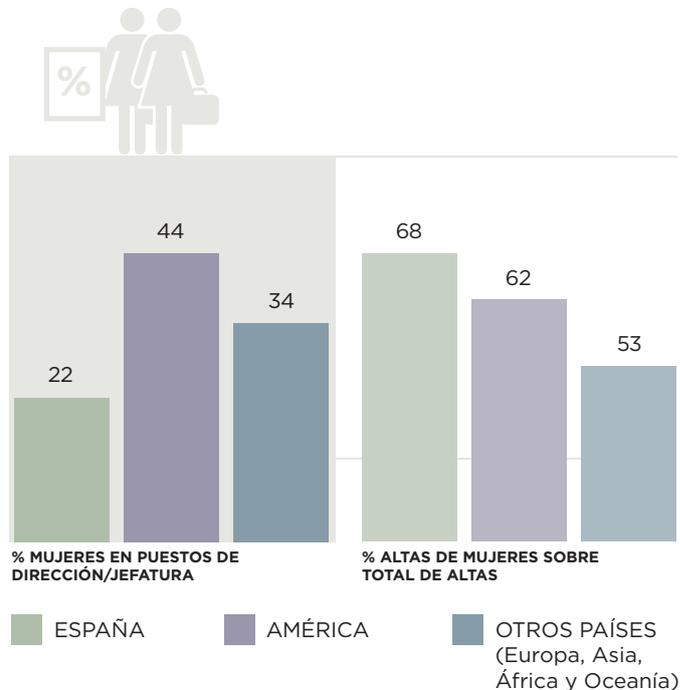
Durante el año 2013, un total de 9.392 empleados han realizado el curso e-learning sobre igualdad de género, que es de obligada realización para todos los empleados de MAPFRE en el mundo.

En España se aprobó en el año 2010 el Plan de Igualdad, junto con la representación legal de los trabajadores, con un doble objetivo: garantizar el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades y de trato entre hombres y mujeres, y evitar cualquier tipo de discriminación laboral; y establecer un modelo de gestión en materia de igualdad que atraiga y fidelice el talento, e incremente el compromiso mutuo entre la empresa y sus trabajadores.

Durante el año 2013 se ha continuado con el seguimiento de los indicadores de igualdad; se ha obtenido la Certificación de Igualdad en México; y se han seguido incorporando en todas las políticas y procedimientos de gestión de personas las líneas generales de nuestro compromiso en esta materia.

MAPFRE cuenta con 42 mujeres ocupando puestos de Alta Dirección o puestos en Consejos de Dirección, y el Consejo de Administración de MAPFRE S.A. ha incorporado en el año 2013 a dos nuevas consejeras con lo que cuenta actualmente con tres mujeres.

A continuación se detalla el porcentaje de mujeres en puestos de dirección/ jefatura:



ACOSO MORAL Y SEXUAL EN EL TRABAJO

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

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

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

Este protocolo está implantado en todos los países en los que MAPFRE esta presente; y traducido a dos idiomas diferentes.

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

POLÍTICA DE SELECCIÓN

MAPFRE promueve la igualdad de oportunidades en el entorno de trabajo y cuenta con una Política Global de Selección de obligado cumplimiento que garantiza la objetividad, el máximo rigor y la no discriminación en todos los procesos de selección.

Además se han homogeneizado las herramientas y pruebas de selección que se utilizan en todo el mundo para incorporar a cada puesto al candidato que tenga el perfil más adecuado para el mismo. Cada puesto tiene definidos los requerimientos técnicos y las competencias necesarias para el adecuado desempeño de sus funciones. Durante el año 2013 se ha elaborado el Mapa de Puestos Global MAPFRE que ha permitido definir y describir todos los puestos de trabajo que se necesitan para el desarrollo de la actividad de la empresa.

En 2013 se han realizado 8.732 procesos de selección basados en nuestro procedimiento interno.

MOVILIDAD Y PROMOCIÓN INTERNA

MAPFRE promueve el desarrollo profesional de los empleados y dentro de este desarrollo es pieza clave la promoción y la movilidad interna.

Desde la empresa existe el compromiso de ser transparente e informar sobre los aspectos más relevantes en el desarrollo del negocio, por ello existen procedimientos automatizados que permiten que los empleados tengan información de las vacantes que surgen en la empresa, del perfil requerido y de los pasos que deben dar para optar al puesto. Actualmente se está trabajando en una plataforma de movilidad interna internacional que permitirá agilizar los procesos de movilidad interna entre países.

De las vacantes publicadas en el año 2013, 2.111 han sido cubiertas por movilidad interna, aproximadamente el 24,2 por 100. En torno a un 70 por 100 de las mismas han supuesto una promoción.

Además, hay 802 directivos y empleados que trabajan fuera de su lugar de origen.

BECARIOS Y TRAINEES

MAPFRE cuenta con acuerdos con Instituciones Educativas y Universidades que permiten a los jóvenes realizar prácticas en la empresa y con ello contribuir a su integración en el mercado laboral.

En 2013 han realizado prácticas en las empresas del Grupo MAPFRE 677 jóvenes, 312 de los cuales dentro del Plan Anual de Becarios de España "Crece con nosotros".

Durante el año 2013 se ha desarrollado un plan de Trainees en MAPFRE ASISTENCIA para captación de talento externo que ha supuesto la incorporación de 15 jóvenes profesionales de diferentes perfiles académicos y procedencia geográfica. Cada uno de ellos ha recibido formación interna en la empresa de 905 horas y han realizado prácticas en diferentes países. Todos ellos se han incorporado en MAPFRE a una carrera de desarrollo internacional y actualmente se encuentran trabajando en 12 países. Esta es la tercera edición de este Plan que durante el año 2014 se volverá a repetir con un mayor alcance que las anteriores ediciones.

También durante el año 2013 se ha desarrollado en el Área Corporativa de Tecnología y Procedimientos, la segunda

edición del "Proyecto Cantera". En esta segunda convocatoria se incorporaron 15 jóvenes de alto potencial, que recibieron formación interna durante dos semanas y realizaron prácticas tutorizadas.

EVALUACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

MAPFRE evalúa el desempeño de sus empleados, tanto en cuanto a sus objetivos como a sus competencias, a través de un sistema de Evaluación del Desempeño común. Este sistema estaba implantado a finales del año 2013 para el 78 por 100 de los empleados. Todos los empleados son evaluados de acuerdo a tres competencias que son comunes y que tienen que ver con el perfil del empleado y con los valores de la empresa, estas tres competencias son COMPROMISO, ORIENTACIÓN AL CLIENTE e INNOVACIÓN.

Durante el año 2013, el 70,2 por 100 de los empleados han sido evaluados a través de este sistema.

Este proceso de autoevaluación y evaluación facilita la comunicación entre los empleados y sus responsables, y permite establecer planes de acción individuales enfocados al desarrollo profesional de los empleados y basados en potenciar sus fortalezas y trabajar sus áreas de mejora.

MAPFRE cuenta además con proyectos específicos de desarrollo de talento interno a los que se han incorporado 186 empleados durante el año 2013. Todos estos planes han contado con un proceso inicial de identificación objetiva, con pruebas homologadas, y un plan de desarrollo específico para cada empleado que incorpora acciones formativas y acciones de promoción interna y movilidad.

FORMACIÓN

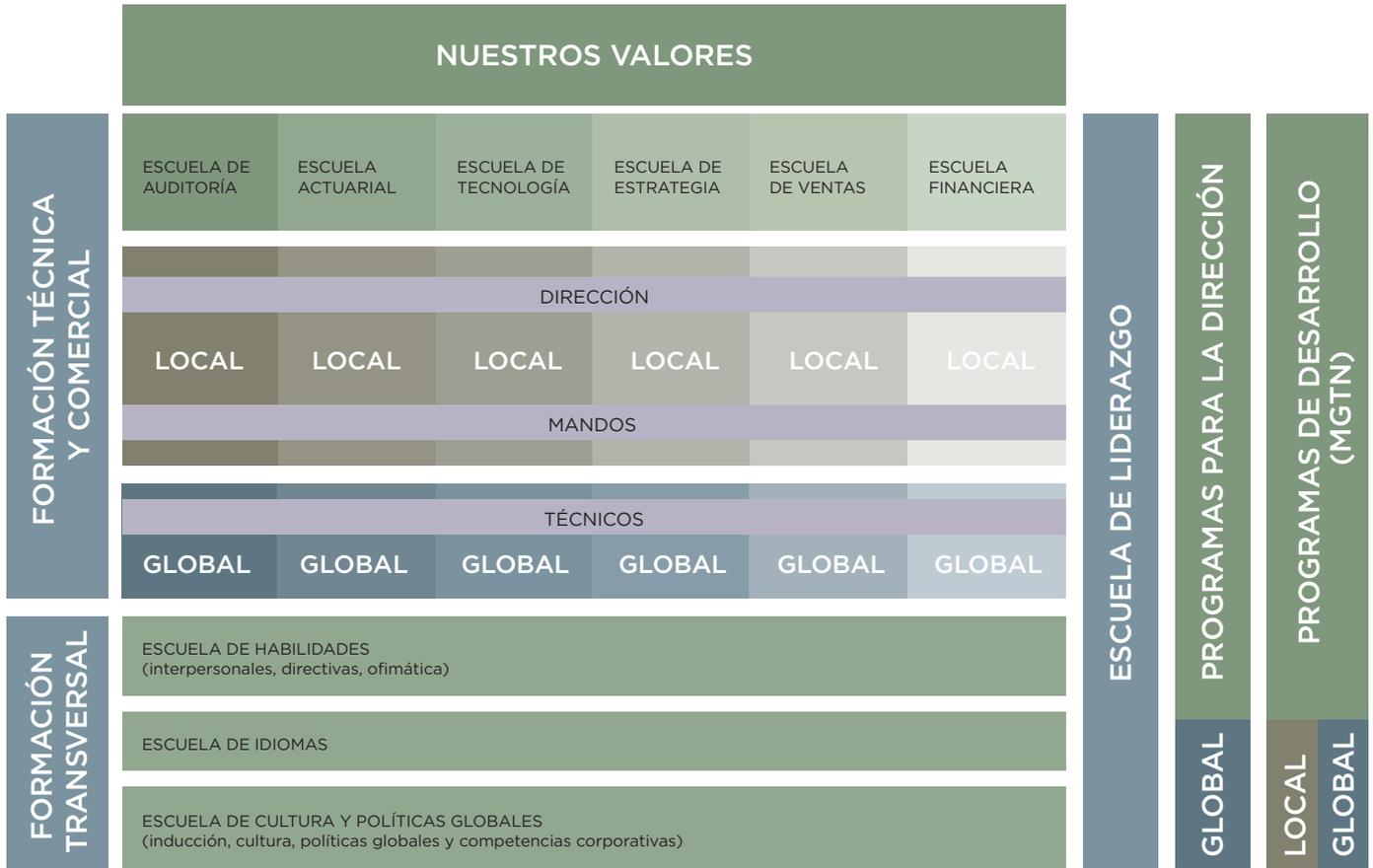
MAPFRE se compromete a garantizar la formación necesaria para el adecuado desarrollo de las funciones profesionales del empleado e incrementar su polivalencia y empleabilidad en las diferentes áreas de la empresa.

Una plantilla con buena formación es sinónimo de calidad en el trabajo y de éxito empresarial.

La formación interna es clave para MAPFRE y contribuye a transmitir la cultura interna y a compartir los conocimientos. Por ello la Dirección de la empresa se involucra activamente y más del 80 por 100 de la formación se imparte internamente.

El Modelo Global de Formación está diseñado en torno a cuatro grandes ejes, según el colectivo al que se dirige y la naturaleza de los contenidos formativos: formación para la dirección con contenidos comunes en Estrategia, Management, Dirección de Personas, Tecnología, Comunicación, Finanzas e Idiomas; formación técnico-comercial del negocio, concentrada en productos y conocimientos técnicos de los servicios que ofrecemos; formación transversal, común a todos los empleados y donde se incluyen Cultura MAPFRE, políticas corporativas, habilidades e Idiomas; y programas de desarrollo, locales y globales.

Durante el año 2013 se ha diseñado la UNIVERSIDAD CORPORATIVA MAPFRE que cuenta con un Campus presencial en Madrid, (Campus "Monte del Pilar"); y un e-Campus virtual interactivo, el que mediante un espacio on-line común para todos los países, "Compartiendo conocimiento", los empleados de MAPFRE en el mundo pueden conectarse en un nuevo entorno de aprendizaje colaborativo.



La Universidad cuenta con:

- > Escuelas Técnicas de Conocimiento
- > Escuela de Liderazgo para la Dirección
- > Escuela de Cultura, Políticas Globales, Habilidades e Idiomas
- > Escuela de Desarrollo Profesional

Todas las escuelas cuentan con programas presenciales y programas e-learning, siendo algunos de ámbito global y otros de ámbito local.

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



Incrementar el conocimiento



de la cultura de empresa de MAPFRE, y la integración de colectivos de diferentes procedencias geográficas y funcionales

Potenciar la formación



de los empleados en las áreas de conocimiento adecuadas a su actividad

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



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



En el año 2013 se han invertido 14,4 millones de euros en formación, cifra que representa el 1 por 100 del importe de las retribuciones. MAPFRE ha incrementado su inversión en formación año tras año, en los últimos tres años el incremento ha sido del 36,5%.

Horas de formación y número de asistencias por categorías y áreas geográficas:

CATEGORÍAS	ÁREAS GEOGRÁFICAS					
	ESPAÑA		AMÉRICA		OTROS PAÍSES (EUROPA, ASIA, ÁFRICA Y OCEANÍA)	
	ASISTENCIAS	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS
DIRECCIÓN	2.184	34.153	11.632	53.374	768	9.450
JEFES	10.289	60.055	14.886	112.826	1.751	14.875
TÉCNICOS	44.779	235.723	29.996	128.693	6.684	39.995
ADMINISTRATIVOS	18.653	80.516	62.811	642.978	7.085	69.642
TOTALES	75.905	410.447	119.325	937.872	16.287	133.962

Horas de formación y número de asistencias por modalidades de impartición de la formación:

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN DE LA FORMACIÓN	2013		2012	
	ASISTENCIAS	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS
FORMACIÓN PRESENCIAL	139.948	1.139.905	118.579	1.024.436
FORMACIÓN E-LEARNING	66.720	225.444	77.515	271.906
MIXTA	4.849	116.933	5.572	66.153
TOTALES	211.517	1.482.281	201.666	1.362.495

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

POR NATURALEZA DE LOS CONTENIDOS	2013		2012	
	ASISTENCIAS ⁽¹⁾	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS
FORMACIÓN COMERCIAL	36.166	233.814	40.752	200.744
FORMACIÓN TÉCNICA	108.837	682.614	82.792	551.614
FORMACIÓN TRANSVERSAL	66.514	565.854	78.122	610.137
TOTALES	211.517	1.482.281	201.666	1.362.495

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

Dentro de las **ESCUELAS TÉCNICAS DE CONOCIMIENTO** se han desarrollado a lo largo de 2013 diferentes iniciativas de carácter global, en las que han participado 470 empleados y entre las que destacamos:

- > Seminario Global Auditores (Boston, EE.UU.)
- > Seminario Local Auditores (Madrid, España)
- > Seminario Global Inversiones (Boston, EE.UU.)
- > Seminario Global Estrategia (Madrid, España)
- > Seminario Global de Solvencia II (Miami, EE.UU.) y Diccionario QRTS (Madrid, España)

> Programa de Certificación de Gestión de Riesgos de Entidades Aseguradoras – GREA (Madrid, España)

> 4 Programas Certificados de IT, dirigidos a empleados de diferentes entidades (Madrid, España)

En la **ESCUELA DE CULTURA, POLÍTICAS GLOBALES, HABILIDADES E IDIOMAS**, se han desarrollado varios programas *e-learning* relacionados con la implantación de las políticas del Grupo.

	Nº Asistentes 2013 (Mundo)
Código de Ética y Conducta	2.636
Responsabilidad Social	5.726
Igualdad	9.392

En el año 2013, un total de 312 empleados han realizado el programa de bienvenida e inducción “Conoce MAPFRE”.

Además MAPFRE tiene definidos como idiomas corporativos el español, el inglés y el portugués y tiene implantada en todo el mundo una Norma de Idiomas para que los empleados se formen principalmente en estos idiomas. Durante este año se han formado en idiomas 1.113 empleados y se han desarrollado 34 programas de inmersión en inglés de carácter semi-residencial.

Durante el año 2013 se ha desarrollado el Programa Corporativo presencial MISIÓN, VISIÓN y VALORES, que ha permitido transmitir a 8.026 empleados la nueva visión estratégica de MAPFRE y las competencias corporativas asociadas a nuestros valores.

Dentro de la **ESCUELA DE DESARROLLO PROFESIONAL** se han desarrollado globalmente los siguientes programas:

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

> **Programa de Desarrollo Directivo Internacional (IMDP)**, organizado junto con la Oxford Leadership Academy e impartido íntegramente en inglés, en el que han participado 19 directivos de 9 países.



Curso de formación en MAPFRE



V Edición del International Management Development Program (IMDP)

> **Programa de Desarrollo Directivo (PDD)**, con título otorgado por la Universidad de Alcalá y organizado junto con el Instituto de Empresa, escuela de negocios de referencia, y en el que han participado 20 jefes y mandos de 11 países.

> **Programa de Desarrollo "AVANZA con MAPFRE"**, organizado conjuntamente con la Universidad Autónoma de Madrid, dentro de la Cátedra UAM-MAPFRE "José Manuel Martínez", y la Escuela de Negocios ESIC, dirigido a empleados con alto potencial de desarrollo, procedentes de distintos países donde MAPFRE tiene presencia. En el año 2013 han participado 17 empleados de 3 países.



Stand de MAPFRE en el Foro de Empleo de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM)

POLÍTICA DE COMPENSACIONES

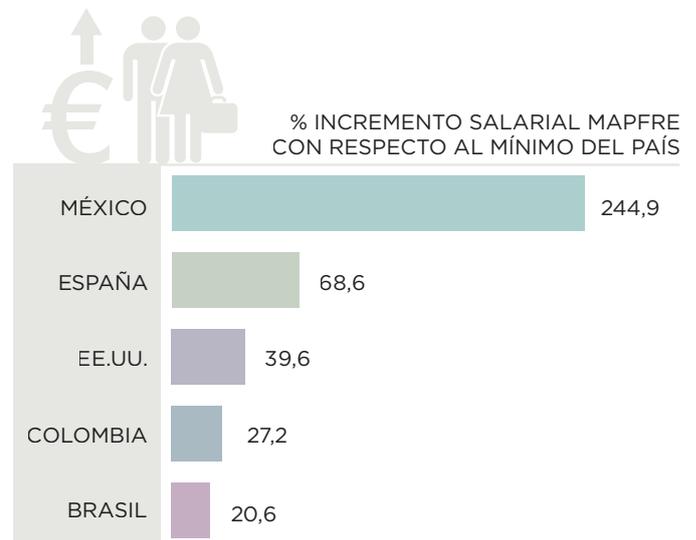
MAPFRE se compromete a mantener una retribución justa y para ello aprobó su Política Retributiva en enero de 2013 con el fin de establecer las retribuciones adecuadas a los empleados, de acuerdo al puesto de trabajo que ocupan y a su desempeño, así como actuar como un elemento motivador y de satisfacción que permita alcanzar los objetivos marcados y cumplir con la estrategia de la empresa.

Sus principios generales son los siguientes:

- > Se basa en el puesto de trabajo que ocupa cada empleado.
- > Es competitiva, con respecto al mercado.
- > Garantiza la equidad interna.
- > Flexible y adaptable a los distintos colectivos y circunstancias del mercado.
- > Alineada con la estrategia.

En el ejercicio 2013 se han abonado retribuciones por importe de 1.574 millones de euros. El 67,9 por 100 de estas cantidades corresponde a retribución fija y variable; el 13,3 por 100 a cotizaciones a los seguros sociales; el 11,1 por 100 a beneficios sociales; y el 7,7 por 100 a indemnizaciones y otros complementos. El porcentaje de retribución variable sobre retribución total del Grupo representa el 11,3 por 100, con un peso en el salario de los empleados que oscila entre el 13 y el 45 por 100, dependiendo del puesto de trabajo.

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



** Datos no comparables entre países

El incremento salarial se realiza anualmente de acuerdo a lo establecido en la normativa y convenios locales, así como a las bandas salariales por puesto de trabajo, que se han definido en la empresa atendiendo a criterios de competitividad externa y equidad interna. En todos los países se toman como referencia indicadores económicos externos y estudios de mercado. El desempeño del empleado, su

desarrollo profesional y las promociones alcanzadas en la empresa son elementos clave para la determinación del incremento salarial individual.

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

En el año 2013 los beneficios sociales y los empleados con derecho a ellos eran los siguientes:

TIPO DE BENEFICIO SOCIAL	% DE EMPLEADOS QUE HAN DISFRUTADO EL BENEFICIO RESPECTO A EMPLEADOS CON DERECHO		
	ESPAÑA	AMÉRICA	OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía)
Seguro de Salud	93,2	84,4	90,6
Sistemas de Previsión Social	81,5	95,5	91,9
Seguro de Vida	100,0	66,4	72,2
Descuentos en seguros	92,6	62,2	23,4
Premio de permanencia en la empresa	58,8	32,3	41,4
Ayuda escolar para hijos	54,9	19,8	69,0
Premio de natalidad	3,9	15,9	9,4
Préstamos	4,5	46,7	27,5

En general, todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2013 a beneficios sociales ha sido de 175,4 millones de euros.

En España, se constituye anualmente un Fondo de Ayuda al Empleado para situaciones especiales normalmente derivadas de problemas de salud, que en el año 2013 ha otorgado prestaciones por importe de 507.772 euros, y un Fondo de Ayuda al Jubilado con cargo al cual se han concedido en 2013 ayudas económicas por importe de 57.841 euros.

CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL Y LABORAL

MAPFRE promueve el desarrollo profesional y personal de los empleados y considera que su desarrollo integral es positivo tanto para ellos como para la empresa. Por ello cuenta con una política activa y estructurada en materia de conciliación que facilita el equilibrio entre el ámbito laboral y personal de los empleados; incrementa la satisfacción y el compromiso de los empleados con la empresa; atrae y fideliza talento; y favorece la productividad.

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

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

El siguiente cuadro refleja el número de empleados que se han beneficiado de alguna de estas medidas en 2013:

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL	Nº EMPLEADOS		
	ESPAÑA	AMÉRICA	OTROS PAÍSES (Europa, Asia, África y Oceanía)
Horario laboral flexible	6.911	5.179	491
Trabajo a tiempo parcial	436	3.177	155
Jornada laboral reducida	752	267	23
Tele trabajo	98	28	80
Permisos retribuidos y no retribuidos	7.511	4.403	1.709
Excedencias por motivos personales o estudios	11	2	320
Programa integración empleados tras un permiso de larga duración	--	--	7

COMUNICACIÓN CON LOS EMPLEADOS Y CON LOS REPRESENTANTES DE LOS EMPLEADOS

MAPFRE se compromete a escuchar y mantener un diálogo permanente con los empleados y con sus representantes, a ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes en el desarrollo del negocio.

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

Los empleados tienen a su disposición recursos y herramientas, como buzones, encuestas, blogs y foros, para conseguir una comunicación bidireccional y recibir sus comentarios y sugerencias.

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

Los empleados de MAPFRE en el mundo han realizado 103.445 gestiones a través del autoservicio del empleado.

Representantes de los empleados

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

EN MAPFRE HAY 23.275 EMPLEADOS CUBIERTOS POR CONVENIOS COLECTIVOS EN 22 PAÍSES, UN TOTAL DE 64,2 POR 100 DE PLANTILLA REPRESENTADA

Los principales canales de comunicación con los que cuenta la representación legal de los trabajadores en España son las comisiones establecidas en el convenio colectivo, en concreto la Comisión Mixta, la Comisión de Desarrollo Profesional, la Comisión de Igualdad de Oportunidades y el Comité de Seguridad y Salud. Cada sección sindical dispone de un

espacio en la intranet para insertar las comunicaciones que considera oportunas y de una cuenta de correo electrónico. En el año 2013 han realizado un total de 36 comunicaciones, los representantes de los trabajadores han dispuesto de 112.560 horas, y han contado con la subvención de 81.398 euros para la realización de sus actividades.

SALUD Y BIENESTAR

MAPFRE ha asumido en su Código Ético y de Conducta el compromiso de proporcionar entornos de trabajo seguros y saludables, garantizando el derecho de las personas a la protección de su salud e integridad, yendo más allá del propio entorno de trabajo e implicando a la familia del empleado. Para MAPFRE una empresa saludable es aquella donde la seguridad, la salud física y psíquica y el bienestar del empleado son políticas estratégicas de la empresa que redundan en una mayor competitividad.

En todos los países MAPFRE desarrolla numerosas iniciativas en materia de salud y bienestar alineadas con el Mapa de Riesgos de la compañía, tanto preventivas como de promoción de la salud.

Los empleados reciben todos los años formación en materia de salud y hábitos saludables. Este año se han realizado 6.949 horas formativas dedicadas específicamente a salud y bienestar.

Prevención

La empresa asume un modelo de prevención participativo, basado en el derecho de los trabajadores a participar activamente en todo aquello que pueda afectar a su seguridad y salud en el trabajo, para lo cual, se dispone de los cauces representativos establecidos legalmente. Un total de 26.429 empleados están representados en comités de salud y seguridad conjuntos dirección-empleados, que han sido establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.

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

El Servicio de Prevención Mancomunado es el órgano asesor de la empresa en España en esa materia. El sistema general de gestión de la prevención ha sido auditado en cuatro ocasiones por una entidad independiente, tal y como establece la normativa vigente, con resultado favorable. Anualmente se realizan evaluaciones generales de riesgos en los centros de trabajo abarcando las disciplinas preventivas de seguridad en el trabajo, higiene industrial, ergonomía y psicología aplicada. En el año 2013, este Servicio ha realizado 111 evaluaciones de riesgos y 64 estudios específicos de puestos y lugares de trabajo. Además durante el año 2013 se ha impartido formación en seguridad vial a 1.306 empleados, ya que los accidentes in itinere representan el 56,3 por 100 de los accidentes laborales que sufren los empleados de MAPFRE en España.

En Colombia se han implantado los programas de vigilancia correspondientes a riesgo cardiovascular, riesgo visual, riesgo osteomuscular, información sobre drogas y alcohol y formación sobre ergonomía.

En Perú, se han desarrollado programas dirigidos a los brigadistas en temas de primeros auxilios, actuaciones contra incendio y evacuación, así como acciones formativas sobre ergonomía, peligros biológicos, uso adecuado de implementos de seguridad, primeros auxilios, estrés laboral o prácticas de evacuación, en caso de terremoto.

En Venezuela se han llevado a cabo los programas "Calidad de Vida: Estilos de Vida Saludables", "Inducción Delegados de Prevención", "Formación de Brigadistas de Emergencias", "Taller Salud y Seguridad Laboral: Manejo del Estrés", orientados a difundir herramientas de prevención para disfrutar de una vida saludable, garantizar el bienestar de los empleados y prevenir los riesgos laborales.

En Turquía se han realizado acciones formativas sobre salud y seguridad en el trabajo, primeros auxilios, seminarios de salud o actuaciones preventivas, como vacunación contra la gripe.

En Chile se han celebrado cursos sobre primeros auxilios o manejo de extintores, entre otros.

Promoción de la salud

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

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



Los empleados que forman parte de los Equipos de Primera Intervención recibieron formación en extinción de incendios

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

> España: Campaña de Alimentación Saludable, Campaña de Salud Osteomuscular en SI24, Campaña Vacunación Anual de la Gripe, Campaña de Vacunación Anual del Tétanos Difteria, Campaña de Adicciones-Tabaquismo, Campaña del Cáncer y Campaña de la Osteoporosis, con la participación de 10.503 empleados.

> Colombia: Semana de la Salud MAPFRE. Esta iniciativa promueve el cuidado de la salud y, a través de diferentes actividades, se difunden medidas para prevenir enfermedades y mejorar la calidad de vida. Entre las acciones que se realizaron destacan vacunación, donación de sangre, citologías, examen optométrico, higiene oral o charlas sobre nutrición y ejercicio.

> México: MAPFRE Cuida tu salud, Manual de Bienestar Total 2011, Pregúntale al Médico, Consulta medica de Urgencia y Primer Nivel a empleados MAPFRE.

> Brasil: Programa de Bienestar para la embarazada, Programa Ombudsman, campañas de vacunación y acciones formativas sobre nutrición, entre otras.

> Puerto Rico: MAPFRE FIT, MAPFRE Cuida de Ti, Un embarazo saludable.

> Panamá: Vida saludable, Médico en casa, Feria de la Salud y acciones formativas de primeros auxilios y programas educativos en materia de salud, entre otros.

En la revista EL MUNDO DE MAPFRE se han publicado los siguientes artículos: "Dermopatías, Trabajo y Maternidad, Osteoporosis, Uso del ordenador portátil".

La empresa realiza un seguimiento y control de las bajas laborales y en especial de las bajas de larga duración. Además cuenta con un grupo que analiza situaciones especiales de empleados con problemas graves de salud.

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

	2013				2012			
	ESPAÑA		OTROS PAÍSES		ESPAÑA		OTROS PAÍSES	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Número de accidentes laborales	35	59	135	146	39	52	158	203
Número total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	129.955	399.668	361.959	632.924	132.261	393.974	337.372	597.332
Número de horas perdidas por accidente laboral	3.708	6.745	17.869	13.562	5.533	6.147	26.723	25.512
Porcentaje de horas perdidas sobre total de horas teóricas	1,5	4,8	2,0	2,5	1,5%	4,7%	1,8%	2,4%

SERVICIOS AL EMPLEADO

MAPFRE quiere contribuir a la mejora del entorno de trabajo a través de actividades que permiten la relación entre los empleados y que fomentan el conocimiento y el trabajo en equipo. Los beneficios derivados de las actividades sociales organizadas por la empresa son múltiples.



Empleados de MAPFRE

- > INCREMENTAN LA MOTIVACIÓN Y COMPROMISO DEL EMPLEADO CON LA EMPRESA
- > SE CONSIDERAN MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y PERSONAL MUY APRECIADAS Y VALORADAS
- > ACTÚAN COMO ELEMENTO INTEGRADOR, YA QUE FACILITAN EL CONOCIMIENTO Y LA RELACIÓN DE PERSONAS DE DIFERENTES ÁMBITOS DE LA EMPRESA Y NIVELES JERÁRQUICOS
- > PERMITEN COMPARTIR ACTIVIDADES DE OCIO, DEPORTE Y CULTURA
- > MEJORAN LA IMAGEN DE LA COMPAÑÍA Y REFUERZA EL ORGULLO DE PERTENENCIA

Las actividades sociales que se desarrollan anualmente están dirigidas tanto a empleados como a sus familiares, algunas tienen ámbito global y otras son locales.

Las principales actividades realizadas son las siguientes:

- > ACTIVIDADES DEPORTIVAS, CARRERAS, COMPETICIÓN DE FÚTBOL, BALONCESTO, TENIS, PÁDEL, BOLOS, ATLETISMO
- > ACTIVIDADES CULTURALES, PROMOCIÓN DE VISITAS A EXPOSICIONES Y MUSEOS
- > OFERTAS Y DESCUENTOS PARA EMPLEADOS EN PRODUCTOS Y EN LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS COMERCIALIZADOS POR ENTIDADES DE MAPFRE Y OTRAS ENTIDADES EXTERNAS
- > FIESTAS CON EMPLEADOS Y NIÑOS Y FIESTA DE NAVIDAD
- > JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS

En el año 2013, un total de 45.996 empleados y familiares participaron en estas actividades sociales.

En España se han creado dos plataformas para el empleado la Plataforma de Ocio y Cultura “Me Gusta”, con 5.016 empleados inscritos, y la plataforma “Te Cuidamos Empleados”, con 9.340 empleados inscritos.

MEGUSTA es una red social interna a través de la cual MAPFRE ofrece a sus empleados actividades deportivas, culturales y de ocio. Esta actividades son propuestas tanto por la empresa como por los empleados y contribuyen a crear un ambiente colaborativo.



Más de 5.000 empleados registrados en MeGUSTA, el Club de ocio, cultura y deporte de MAPFRE

TECUIDAMOS EMPLEADOS, ofrece a los empleados un espacio donde encontrar ofertas y descuentos en ocio, salud y belleza, restauración, tecnología, entre otros servicios. Además cuenta con servicios de orientación psicológica, pediátrica, asistente nutricional, asesoramiento fiscal, asesor mecánico virtual, gestor para asuntos personales, telefarmacia, segunda opinión médica, entre otros.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

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

El Programa se lleva a cabo conjuntamente con la FUNDACIÓN MAPFRE, a través de las actividades de voluntariado que ésta diseña, organiza y desarrolla en 21 países de América, Asia y Europa: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Filipinas, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Turquía, Uruguay y Venezuela.

Durante el año 2013 el voluntariado contó con 37.528 participaciones de empleados en 429 actividades sociales y medioambientales, a través de jornadas, campañas solidarias e iniciativas sociales, invirtiendo 6.867 horas y beneficiando a más de 88.799 personas sin recursos o en riesgo de exclusión social.

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

Los empleados también participaron en 821 horas de formación presencial y e-learning sobre diferentes temas relacionados con la actividad solidaria.

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

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN Y COMPROMISO

Durante el año 2013 se han realizado encuestas de satisfacción, compromiso y reputación en algunos de los principales países donde MAPFRE está presente

> REPTRACK, de Reputation Institute, mide la reputación de las empresas identificando los factores clave entre los grupos de interés. En la encuesta realizada a 12.106 empleados de MAPFRE en cinco países (Brasil, España, EE.UU, México y Turquía), se han obtenido unos resultados de 82,7 puntos en el “Índice de reputación” y de 85 puntos en el “Orgullo de pertenencia”, considerándose ambas puntuaciones como nivel fuerte/robusto.

> Great Place To Work, en la que han participado 19.976 empleados, que representan el 55,1 por 100 de la plantilla. En 2013 Brasil, México, Honduras, República Dominicana y Paraguay han sido elegidas en sus respectivos países como Best Place to Work.

SENSIBILIZACIÓN MEDIOAMBIENTAL

MAPFRE considera necesaria la participación de los empleados en la implantación y mejora de su Sistema de Gestión Medioambiental y Energética.

Los empleados son corresponsables junto con la empresa, de contribuir a minimizar el impacto que MAPFRE genera en su entorno. Por ello, se desarrollan planes de sensibilización medioambiental, se han diseñado cursos e-learning y se difunde su política en esta materia tanto en la intranet como en la página web corporativa.

Además, existe un espacio en la intranet dedicado exclusivamente a temas medioambientales, que en 2013 ha recibido más de 400 visitas, y que incluye un buzón de sugerencias y la dirección de correo electrónico *medioambiente@mapfre.com*, lo que facilita a comunicación directa de los empleados con la Dirección de Medio Ambiente.



Campaña de sensibilización ambiental de Puerto Rico



Grupo de voluntarios de MAPFRE

A continuación se destacan “buenas practicas de sensibilización” realizadas:

- > Calendario de mesa con mensajes de sensibilización ambiental creado en Colombia.
- > Campaña “Recy” de comunicación y sensibilización ambiental a empleados de Puerto Rico.
- > Feria interna medioambiental de ahorro de agua en Puerto Rico.
- > Campaña “TEO (una guacamaya escarlata)” para sensibilización medioambiental (reciclaje, ahorro de recursos, etc.) llevada a cabo en México.
- > Proyecto “Compartir coche”, desarrollado en España.
- > Proyecto “Firma en verde”, en el que más de 5.300 empleados de 39 países han seleccionado el mensaje corporativo de sensibilización sobre la impresión de correos electrónicos.



Sede Social de MAPFRE

MAPFRE y sus clientes

MAPFRE ha centrado su estrategia en el cliente, como eje de todas sus actuaciones, y ha continuado durante el año 2013 avanzando en esta línea para mejorar su eficiencia, reduciendo los costes operativos y beneficiando así a sus asegurados y clientes.

El compromiso con la satisfacción de las necesidades de los clientes, a través de servicios y prestaciones de alta calidad, se articula mediante una amplia oferta dirigida a particulares y a empresas, y una profesionalizada red comercial, que distribuye los productos de MAPFRE a través de múltiples canales.

MAPFRE es líder en varios de los mercados en los que opera y la cuota de mercado del Grupo en los principales países en los que desarrolla su actividad es la siguiente:



PAÍS	Cuota de mercado No Vida*
Argentina	3,2
Brasil	14,7
Chile	11,2
Colombia	7,2
Costa Rica	2,0
Ecuador	4,1
El Salvador	16,8
España	15,3
EE.UU (Massachussets)	29,0
Guatemala	7,0
Honduras	14,6
México	6,0
Nicaragua	9,2
Panamá	12,3
Paraguay	21,8
Perú	14,7
Puerto Rico	14,1
República Dominicana	14,9
Turquía	5,0
Uruguay	6,8
Venezuela	6,9

*Últimos datos disponibles

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

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

industriales o financieros. Por ello, se diseñan productos específicos para satisfacer las necesidades de cada segmento de cliente y prestar así un servicio integral y especializado de máxima calidad y eficiencia.

En el ejercicio 2013, las entidades aseguradoras de MAPFRE han pagado en conjunto prestaciones por importe de 11.014,60 millones de euros con descenso del 3.18 por 100 respecto a 2012, de acuerdo con el siguiente detalle:

DIVISIONES	PRESTACIONES		
	2013	2012	VARIACIÓN (%)
SEGUROS ESPAÑA Y PORTUGAL			
MAPFRE FAMILIAR	2.439,47	2.552,68	(4,44)%
EMPRESAS	461,60	387,17	19,23%
VIDA	2.901,49	3.246,22	(10,62)%
PORTUGAL	97,74	124,34	(21,39)%
SEGUROS INTERNACIONAL			
AMÉRICA	3.490,97	3.417,46	2,15%
INTERNACIONAL	1.261,14	1.243,77	1,40%
NEGOCIOS GLOBALES			
MAPFRE RE	0,00	0,00	
ASISTENCIA	162,70	106,85	52,27%
GLOBAL RISKS	199,49	298,08	(33,07)%
TOTAL	11.014,60	11.376,57	(3,18)%
IMPORTES EN MILLONES DE EUROS			
Información referida al seguro directo			



Oficinas del Grupo MAPFRE

INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS 2013

MAPFRE desarrolla una permanente labor de investigación para diseñar nuevos productos y servicios innovadores. La innovación se ha convertido en un pilar estratégico que permite mejorar el negocio e incrementar la eficiencia y ofrecer una mejor atención a los clientes. Con el fin de integrar a toda la organización en este proceso, se han diseñado herramientas específicas que permiten canalizar la capacidad creativa e innovadora de todos sus empleados y compartir las mejores prácticas de cada uno de los países y negocios.



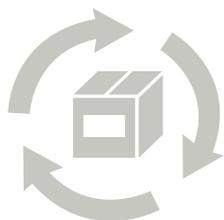
Aplicación móvil de asistencia en carretera



Grúas MAPFRE

En los siguientes cuadros se incorporan los productos lanzados al mercado en 2013.

PRINCIPALES PRODUCTOS/SERVICIOS LANZADOS AL MERCADO EN 2013



PAÍS	RAMO	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
ALEMANIA <i>mapfre-asistencia.de</i>	Asistencia	<ul style="list-style-type: none"> - Neotime: seguro diseñado específicamente para vehículos de exposición o pruebas. - Warranty for motorbikes: seguro de Asistencia para motocicletas. - Rent a Car Pack: paquete de productos diseñado para aportar valor al negocio de las empresas de alquiler de vehículos, proporcionando valor añadido y servicios a los clientes finales que alquilan este tipo de coches. Este producto se comercializa en todos los países de la unidad de Asistencia.
ARGENTINA <i>www.mapfre.com.ar</i>	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - Ap Motos: seguro de motocicletas de hasta 150 cc de cilindrada. - Grúa-Taxi: póliza que incluye la posibilidad de contratar el servicio de grúa de forma independiente.

PAÍS	RAMO	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
BRASIL www.mapfre.com.br www.brasilassistencia.com.br	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - Meu Automóvel: producto que permite financiar la adquisición de automóviles. - Procesos de inspección on line: servicio que permite enviar fotografías del vehículo siniestrado para realizar la peritación.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE Proteção Educacional MultiFlex: seguro de Vida que incluye, entre otras coberturas, indemnizaciones para que los hijos del asegurado puedan continuar sus estudios en caso de fallecimiento o invalidez de éste. - MAPFRE Crédito Privado Fundo de Investimentos Renda Fixa Longo Prazo: fondo de inversión de renta fija. - MAPFRE Inversion Hiper Agressivo Fundo de Investimento multimercado: fondo de inversión de renta fija.
	Salud	<ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE Saúde LTDA: seguro de Salud.
	Patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> - Meu Imóvel: producto que permite financiar, a través de cuotas mensuales, para la compra de inmuebles.
	Apropecuaria	<ul style="list-style-type: none"> - Seguro Floresta ABC: seguro para plantaciones de eucalipto, pinos y otras especies.
	Asistencia	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia psicológica por luto: cobertura de orientación psicológica en caso de fallecimiento de un familiar. - Desecho inteligente y Orientación ambiental: servicios que se encargan de retirar los electrodomésticos antiguos de los domicilios de los asegurados y orientación para disminuir el consumo de energía en el hogar.
CHILE www.mapfre.cl	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - Ripley con Asistencia Altiro: seguro de Automóviles.
	Hogar	<ul style="list-style-type: none"> - Hogar Ripley: seguro de Hogar. - Ap Ripley Ramo: seguro de Hogar, que incluye cobertura por accidente o enfermedad y por fallecimiento accidental.
COLOMBIA www.mapfre.com.co www.andi.imaginat.me	Hogar	<ul style="list-style-type: none"> - Seguro de Asistencia Eléctrica. Póliza de Hogar, que incluye asistencia en caso de avería eléctrica.
	Asistencia	<ul style="list-style-type: none"> - Garantía Implantes mamarios: seguro que cubre los gastos de sustitución de las prótesis mamarias.
COSTA RICA www.mapfre.cr	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - Auto Total: póliza que incluye cobertura de averías mecánicas y garantía de neumáticos.
ECUADOR www.ecuasistencia.com.ec	Asistencia	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia Tablet: seguro para tablet.
ESPAÑA www.mapfre.com www.verti.com	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - Cuentakms: seguro de Automóviles en el que la prima se fija en función de los kilómetros contratados.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza 3,50%: seguro de Vida-Ahorro a prima única en el que la mitad de la inversión ofrece una rentabilidad del 3,5 por 100 y el resto está vinculada a la evolución de la cotización dólar-euro. - Garantía 18: seguro de Vida-Ahorro a cinco años vinculado a la evolución del Euríbor a tres meses. - FondMapfre Rendimiento I y II: fondos de inversión que pagan rendimientos anualmente y cuyas carteras están compuestas fundamentalmente por bonos emitidos por el Instituto de Crédito Oficial (ICO). - MAPFRE Puente Garantía 7 y MAPFRE Puente Garantía 12: fondos de inversión vinculados a la revalorización del Eurostoxx 50. - Tempo Vida y Cover Vida: seguros de Vida-Riesgo anuales. - Fórmula Seguro Ahorro 5 Plus y Fórmula Seguro Ahorro 5 Top: seguros temporales a prima única de cinco años de duración.
	Empresas	<ul style="list-style-type: none"> - Autoemprendedor: seguro destinado a autónomos que ofrece protección completa y mayor flexibilidad en la contratación.
	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - BiciMás: seguro para ciclistas no profesionales.
	Salud	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuda a Domicilio: pack que incluye, entre otros servicios, asistencia posparto o telefarmacia.
	Hogar	<ul style="list-style-type: none"> - Certificado energético: servicio que permite a los clientes obtener el certificado energético de sus viviendas aseguradas.

PAÍS	RAMO	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
ESTADOS UNIDOS <i>www.insureandgousa.com</i>	Asistencia	- Asistencia en Viaje: seguro de Viaje.
FILIPINAS <i>www.mapfreinsular.com</i>	Accidentes	- Asistencia: seguro de Viaje, que incluye asistencia sanitaria e indemnización por cancelación de viaje.
	Patrimoniales	- Mi Casa: seguro de Hogar que incluye, entre otras, cobertura de incendios. - Mi Negocio: póliza para establecimientos comerciales u oficinas.
FRANCIA <i>www.mapfre-asistencia.fr</i>	Asistencia	- Credit Car: seguro para tarjetas de crédito. - Group: seguro de Asistencia en Viaje para grupos con diferentes modalidades de contratación. - Pilgrimage: seguro de Asistencia en Viaje para peregrinaciones a Hadj y Omra. - Vitale+ y Axess: pólizas para vehículos de segunda mano, que incluyen, entre otras coberturas, asistencia en carretera. - GAR: seguros de Asistencia en Viaje. - Cycle Insurance: póliza para bicicletas que cubre daños, robo y asistencia en carretera. - Hearing Aid: seguro que cubre la pérdida, robo o avería del audífono. - Securycar: seguro que cubre el robo del vehículo. - Garantía Buen Tiempo: seguro de Viaje que incluye indemnización en caso de mal tiempo. - Protección de Alquiler de viviendas vacacionales: seguro que incluye la cancelación del alquiler de una vivienda de vacaciones o indemnización en caso de que la vivienda difiera de la anunciada.
GUATEMALA <i>www.mapfre.com.gt</i>	Automóviles	- Seguro de Automóvil PRIME: seguro de Automóviles para vehículos de alta gama con menos de cinco años de antigüedad.
HONDURAS <i>www.mapfre.com.hn</i>	Vida	- Vida Total: seguro de Vida que incluye, entre otras coberturas, indemnización por hospitalización, por incapacidad total y permanente o por fallecimiento. - Seguro de Protección contra el cáncer: póliza de Salud, que incluye tratamientos para combatir el cáncer.
HUNGRÍA <i>www.mapfre-asistencia.hu</i>	Asistencia	- Sunshine Cover: seguro, que incluye, entre otras, indemnizaciones en caso de mal tiempo. - Commodity Travel: póliza de Viaje que se vende en gasolineras. - Airline Failure: seguro que compensa al viaje en caso de quiebra de la compañía aérea. - Commodity RSA: póliza para vehículos de segunda mano, que incluye asistencia en carretera.
ITALIA <i>www.mapfreasistencia.com/masistsite/inicio.do</i> <i>www.mapfrewarranty.it</i>	Asistencia	- Seguro de móvil: póliza que cubre los daños, robo o uso fraudulento del móvil. - Garantía Buen Tiempo: seguro de Viaje que incluye indemnización en caso de mal tiempo. - Cobertura a mascotas: cobertura incluida en el seguro de Viaje del dueño de la mascota.
MALTA <i>www.middlesea.com</i>	Salud	- Family Health: seguro de Salud, que incluye, entre otras coberturas, la posibilidad de consultar una segunda opinión médica.
	Mascotas	- Pet Insurance: seguro para perros o gatos que incluye, entre otras, cobertura en caso de fallecimiento accidental o robo.
MÉXICO <i>www.mapfre.com.mx</i> <i>www.mapfre.com/mapfreasistencia/es/empresa.shtml</i>	Patrimoniales	- Hogar Bien Seguro a tu medida: seguro que incluye, entre otras, coberturas de robo y asistencia informática.
	Vida	- Devolución de primas o Dotal en 5 años: seguro de Vida.
	Asistencia	- Asistencia Llantas: seguro que cubre los daños accidentales sufridos por el vehículo. - Seguro de equipos informáticos: póliza que ofrece orientación telefónica y asistencia remota para solucionar averías de los equipos informáticos.
	Agropecuaria	- Amigo Seguro: seguro para perros de compañía
PANAMÁ <i>mapfre-asistencia.com.pa</i>	Asistencia	- Gadget Insurance: seguro que cubre los daños y el robo de teléfonos móviles.

PAÍS	RAMO	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
PARAGUAY <i>www.mapfre.com.py</i>	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - Seguro de Maquinaria Agrícola: seguro para maquinaria agrícola que incluye, entre otras coberturas, robo y Responsabilidad Civil de los tomadores. - Si 24 Servicio Integral 24 horas: unidades móviles que prestan asistencia en el lugar del siniestro.
PERÚ <i>www.mapfreperu.com</i>	Accidentes personales	<ul style="list-style-type: none"> - AP Ripley Masivo: seguro de Accidentes que incluye, entre otras coberturas, indemnización por hospitalización. - AP Scotiabank Masivo: seguro de Accidentes con cobertura en caso de fallecimiento accidental.
PORTUGAL <i>mapfre-asistencia.com.pt</i>	Asistencia	<ul style="list-style-type: none"> - Seguro de móvil: póliza que cubre los daños, robo o uso fraudulento del móvil.
PUERTO RICO <i>www.mapfrepr.com</i> <i>www.fedassist.com</i>	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - Trébol ViP: seguro de Automóviles a Todo Riesgo. - I-Care: póliza de Automóviles, que permite incorporar coberturas adicionales hasta los 7 años de antigüedad. - Ultimate Auto Care: seguro de Automóviles, que incluye cobertura de daños estéticos, entre otras.
	Salud	<ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE Protector: póliza de Salud que incluye, entre otras, coberturas de hospitalización, quimioterapia, cirugía, etc.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> - Póliza Escolar de Accidente Seguro Básico: seguro de Accidentes para estudiantes que incluye, entre otras coberturas, indemnización en caso de muerte accidental o asistencia fuera del país. - Seguro de Accidente para Centros de Cuidado Infantil: póliza que cubre los accidentes que puedan sufrir los niños en una guardería.
	Patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> - Employment Practices Liability Insurance: seguro de Responsabilidad Civil. - Póliza de inundación privada: póliza de Hogar que incluye cobertura de inundación.
	Personales	<ul style="list-style-type: none"> - SegurViaje No Residentes: seguro de Viaje.
	Asistencia	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia en carretera para vehículos pesaje Mediano: seguro de Asistencia en carretera, que incluye, entre otras coberturas, el remolque del vehículo o el cambio de neumáticos. - I-Care: seguro de asistencia en carretera, que cubre avería mecánicas o eléctricas, entre otras. - Ultimate Car Care: Seguro de Asistencia en carretera que incluye servicios de reparación.
REPÚBLICA DOMINICANA <i>www.mapfrebhd.com.do</i>	Patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE 1000: seguro para pequeñas y medianas empresas, que incluye coberturas de Automóviles, Comercios, Salud, RC, etc.
TURQUÍA <i>www.mapfregenelsigorta.com</i>	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> - Kaskojet: seguro de Automóviles.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> - Life Insurance with return of Premium: póliza de Vida.
	Personales	<ul style="list-style-type: none"> - Ticket Cancellation Insurance: seguro de Viaje, que incluye indemnización en caso de cancelación de vuelos.
URUGUAY <i>www.mapfre.com.uy</i> <i>mapfre-asistencia.com.uy</i>	Accidentes Personales	<ul style="list-style-type: none"> - AP Senior: póliza de accidentes personales para mayores de 65 años.
	Asistencia	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia Gadget: seguro para dispositivos electrónicos. - Asistencia Bici: seguro de Asistencia para viajes que se hagan en bicicleta.
VENEZUELA <i>www.mapfre.com.ve</i>	Personales	<ul style="list-style-type: none"> - Cobertura Culminación Año Escolar: seguro de Accidentes que cubre los gastos de escolarización en caso de fallecimiento de los progenitores o tutores legales del alumno. - Ayuda Psicológica: cobertura incluida en los seguros de Vida, Accidentes Personales y Decesos.
	Decesos	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio Médico Forense: seguro de Decesos.

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

- > Centros propios (1.026) de peritación y pago rápido de siniestros de automóviles, con profesionales formados en las técnicas más avanzadas, y cinco talleres propios (3 en España, 1 en Puerto Rico, y 1 en Venezuela para la reparación de los vehículos siniestrados.
- > Centros de servicio al automóvil (12 en España, 6 en Turquía, 7 en Venezuela y 2 en Paraguay), en los que se gestiona, coordina y supervisa la reparación del vehículo que ha tenido un siniestro, ofreciendo a los clientes un vehículo de sustitución mientras el suyo se repara.
- > Unidades de diagnóstico del automóvil (9 en España, 2 en El Salvador y 1 en Argentina) para realizar revisiones gratuitas de los vehículos y fomentar así la seguridad.
- > Talleres (6.252) con los que se tienen acuerdos para reparar los vehículos siniestrados.
- > Centros de investigación y desarrollo de sistemas de prevención de accidentes de circulación y de reparación de vehículos (CESVIMAP) en España, Argentina, México, Brasil, Colombia y Francia, cuyas investigaciones son una referencia para el mantenimiento de la seguridad.
- > Policlínicos de Salud propios (13) en España y (2) en Paraguay, para prestar asistencia sanitaria y especialidades médicas.
- > Clínicas (1.281) concertadas en las que la entidad presta asistencia de sus asegurados.
- > Clínicas dentales (2 en España) dotadas con la última tecnología y los equipos más avanzados en salud dental.
- > Centros médicos para la atención de accidentados de tráfico (5 con área de rehabilitación), y de los asegurados de Asistencia desplazados (1 en República Dominicana, 1 en El Salvador y 2 en Honduras).
- > Centros de gestión de negocio de empresas (63), en los que se atienden a las compañías de forma integral.
- > Aplicaciones móviles específicas en cada país para acceder a determinados servicios del Grupo.

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALTO CONTENIDO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

MAPFRE ha desarrollado productos dirigidos específicamente a colectivos con niveles de renta limitados, sobre todo en países de América Latina, con el objetivo de favorecer el acceso de la población con menos recursos a productos aseguradores. Se trata de seguros con coberturas básicas (cosechas, decesos, hogar, etc.) adaptadas a las necesidades concretas de cada país y con primas reducidas, que se distribuyen, sobre todo, a través de canales no convencionales. Este tipo de productos contribuye a prevenir y cubrir los riesgos personales de estos colectivos y fomentan la cultura aseguradora en los diferentes países en los que se comercializan.

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



BRASIL www.mapfre.com.br				
RAMO	Tipo de producto y/ o servicio	% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	Nº Clientes/ asegurados
Vida	Vida protegida Premiada: seguro de Vida, que incluye descuentos en la compra de medicamentos en determinadas farmacias	3,99	1,40	2.243.142
	BB Seguro Amparo Familiar: póliza de Decesos	0,0001	0,000358	185
	BB Microseguro Proteção Pessoal: seguro de Vida que incluye, entre otras coberturas, indemnización en caso de hospitalización	0,0005	0,001301	1.963
	Agroamigo: seguro para pequeñas empresas	0,0177	0,0504	1214.07
	Crediamigo: póliza de Decesos	0,0760	0,215	37.842
	PASI: seguro de Vida que incluye, entre otras coberturas, indemnización por invalidez	0,3965	1,13	584.475
	Programa Conta Protegida Telefónica: seguro de protección de pagos	0,0262	0,074	77.926
	MAPFRE Inversion Fundo de Investimento Multimercado: fondo de inversión	0,26	3,21	779
	MAPFRE AACD Referenciado DI: fondo que destina parte de sus comisiones a donativos para asociaciones humanitarias	0,01	0,18	6
	PGBL/VGBL vinculados al Fondo MAPFRE GOVERNANCE: fondo que destina el 5 por ciento de su comisión de gestión a una institución benéfica	0,74	0,97	n.d
Auto	Seguro AutoMais Responsável: póliza de automóviles, cuya prima se puede pagar hasta en 4 plazos	0,1254	0,3627	33.125
Agro-pecuario	Seguro Vida Agricultura e Familiar: seguro agrario, que incluye, entre otras, la amortización de los préstamos contratados por el titular en caso de fallecimiento	0,5138	3,9068	412.165
	Multirrisco Simplificado: seguro Agrario que cubre daños a la maquinaria, entre otros	0,0113	0,03207	90

COLOMBIA www.mapfre.com.co				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Decesos	Exequias: seguro de Decesos	2,00	92,00	282.360
Vida	Seguro de Vida, que incluye, entre otras, coberturas de Salud	2,00	2,00	262.760
	Seguro de Vida que garantiza el pago de la deuda de los microcréditos	0,08	3,00	116.614
Accidentes	Seguro de Accidentes, que incluye indemnización en caso de fallecimiento o invalidez	1,00	81,00	151.684
Hogar	Seguro de Hogar	0,22	27,00	65.022
Pyme	Seguro para pequeños comercios o industrias	0,11	11,00	24.154
Salud	Seguro de Salud con cobertura odontológica	0,05	100	3.846
	Seguro de Salud, que incluye servicio de consultas telefónicas las 24 horas del día	0,04	34,00	3.120

EL SALVADOR www.lacentro.com				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Vida	Plan AVE. Seguro de vida diseñado para personas que se dedican a actividades relacionadas con el comercio	2,00	3,00	3.048

GUATEMALA www.mapfre.com.gt				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Personas	Saldo Deudor FINCA de Guatemala. Este producto sirve para garantizar el pago de una deuda en caso de muerte de la persona asegurada	0,57	3,70	47.800

ESPAÑA www.mapfre.com www.verti.com				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Autos	Cuenta Kms: seguro de Automóviles para personas que hacen un uso esporádico de su vehículo	0,3	0,32	1.448
Salud	Salud Elección: seguro de Salud que incluye cobertura de pruebas diagnósticas e indemnización por hospitalización	0,41	0,41	12.863
Decesos	Decesos esencial: seguro de Decesos	1,56	6,12	179.422

MÉXICO www.mapfre.com.mx				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Autos	Seguro Básico Estandarizado: póliza de Automóviles, que incluye cobertura de Responsabilidad Civil.	0,0107	0,116	706
Vida	Seguro de Vida	19,4	48,61	3.323.427

PANAMÁ www.mapfre.com.pa				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Vida	Exequias: seguro de Decesos	0,17	1,23	5.863

PERÚ www.mapfreperu.com				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Vida	Vida Ripley: seguro de Vida anual	0,07	0,7	16.706
	Vida Financiero: seguro de Vida anual	0,12	1,2	7.410
Salud	MAPFRE Salud Chiclayo y MAPFRE Salud Chiclayo Plus: seguros de Salud, que incluyen indemnización por hospitalización	0,01	0,2	98
Patrimoniales	Protección de pagos Ripley: seguro que cubre los créditos solicitados en caso de desempleo o invalidez permanente	0,11	0,3	49.613

PUERTO RICO www.mapfrepr.com				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Autos	Póliza Trébol: seguro de Automóviles, que incluye, entre otras coberturas, asistencia en carretera	0,02	0,06	319
	Seguro de Responsabilidad Obligatorio: póliza de Automóviles	0,23	0,92	5.692

REPÚBLICA DOMINICANA www.mapfrebhd.com.do				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Patrimoniales	MAPFRE 1000: seguro para pequeños negocios, que incluye coberturas de incendio y robos, entre otras	0,00035	0,017701	2
Automóviles	MAPFRE 1000: seguro de Automóviles que incluye indemnización por lesiones o fallecimiento, entre otras coberturas	0,006096	0,011705	14

VENEZUELA www.mapfre.com.ve				
Tipo de producto y/ o servicio		% sobre el total de primas de la compañía	% sobre el total de primas en el ramo	NºClientes/ asegurados
RAMO				
Personales	Pólizas Solidarias: Seguros de Salud, Decesos y Accidentes Personales	0,041	0,107	1.115

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

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



1 Gestión del Riesgo Ambiental: incluye coberturas de Daños, Responsabilidad Civil y Responsabilidad Medioambiental; servicios para la identificación, análisis, evaluación y control de riesgos; y revisión y seguimiento de la evolución de los riesgos y de sus medidas correctoras. Esta línea de negocio supone unos ingresos anuales de 9,63 millones de euros (Ver pág. 18: La Gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno).

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

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

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

PRODUCTOS Y SERVICIOS MEDIOAMBIENTALES		
PRODUCTO / SERVICIO		2013
Coberturas de riesgos ambientales	nº de pólizas	8.389
Seguros para proyectos sostenibles	Primas netas (€)	34.518.704
Servicios medioambientales y de ahorro energético	Facturación (€)	67.800

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

SEGURO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
PÓLIZA ECOLÓGICA	- Primer seguro de pago por uso para vehículo eléctricos, híbridos y ecológicos. Este producto se comercializa en España.
SEGURO DE DAÑOS Y RESPONSABILIDAD CIVIL	- Producto destinado a centrales solares, fotovoltaicas, parques eólicos y plantas de cogeneración. Este producto se comercializa en España.
SEGURO DE CONTINGENCIA	- Póliza que cubre la falta de sol o viento en plantas de generación fotovoltaica y eólica. Este producto se comercializa en España.
PÓLIZA PARA PLANTACIONES FORESTALES	- Seguro que garantiza la repoblación forestal tras un siniestro. Este producto se comercializa en Brasil y en España.

SEGURO	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
PÓLIZA DE DAÑOS Y RESPONSABILIDAD CIVIL	- Seguro que cubre las distintas fases (diseño, construcción, puesta en marcha y explotación) de grandes plantas de energías renovables (termosolares y eólicas). Este producto se comercializa a nivel global por MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE RE y MAPFRE ASISTENCIA.
SEGURO ENERGÉTICO LEDS	- Póliza que cubre el defecto en ahorro energético obtenido frente al estimado inicialmente en la implantación de instalaciones de LEDS. Este producto se comercializa en España.
PÓLIZA DE RESPONSABILIDAD CIVIL MEDIOAMBIENTAL	- Seguro diseñado específicamente para la reparación de daños causados al medio ambiente. Este producto se comercializa a nivel global por MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE RE y MAPFRE ASISTENCIA. También se comercializa en Estados Unidos y en Brasil por la Unidad de Seguro.
SEGURO RC AMBIENTAL	- Póliza de Transportes que proporciona cobertura para la reparación de daños por contaminación derivada de fugas de productos peligrosos. Este producto se comercializa en Estados Unidos.
GASOLINERA SEGURA	- Seguro que incluye cobertura de Responsabilidad Civil por contaminación. Este producto se comercializa en México.

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

	Unidad	2013	2012
Pólizas Responsabilidad Civil medioambiental suscritas	nº	8.389	3.203
Instalaciones de energía eólica aseguradas	MW	10.311	11.780
Aerogeneradores asegurados	nº	7.547	9.368
Explotaciones forestales sostenibles	ha	28.805	16.537
Pólizas Ecológicas Autos	nº	6.073	2.054
Primas netas en productos ambientales	€	34.518.704	31.816.463

En conjunto, en 2013 se han emitido más de 16.500 pólizas con coberturas relacionadas con aspectos medioambientales, que suponen un volumen de primas superior a 31.8 millones de euros.

En el caso de los servicios ambientales y energéticos, algunos están ligados de forma directa a prestaciones de seguro, tales como el servicio de Asistencia con bicicletas eléctricas para atender pequeñas averías o reparaciones mecánicas que no precisen el traslado del vehículo, implantado en Brasil el presente año, y las investigaciones sobre técnicas de reparación de vehículos accidentados que realizan los Centros de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI) de España y América y que contribuyen al ahorro en el consumo de recursos contaminantes, como pinturas o disolventes, y a minimizar los impactos medioambientales en la actividad de reparación de vehículos.

En otros casos, este tipo de servicios medioambientales está directamente relacionado con servicios a terceros, es el caso de CESVIMAP, ITSEMAP y MULTIMAP.

CESVIMAP, a través de CESVI RECAMBIOS lleva la gestión de los vehículos fuera de uso. En 2013 se han tratado 2.455 vehículos fuera de uso, de los que se ha recuperado, para reutilización, un total de 74.021 piezas y componentes, experimentando un incremento positivo frente a los datos de 2012.

RECUPERACIÓN DE PIEZAS DE VEHÍCULOS	Unidad	2013	2012	% Evolución
Vehículos fuera de uso (VFU) tratados	ud	2.455	2.386	+2,9
Piezas de VFU recuperadas	ud	74.021	68.924	+7,4

ITSEMAP, no sólo tiene funciones de apoyo al seguro en la gestión de riesgos medioambientales en MAPFRE, sino que presta servicios de asistencia técnica y formación para la gestión ambiental de las empresas, asesoramiento en cumplimiento de requisitos legales y análisis de riesgos ambientales.

Los servicios ambientales que proporciona MULTIMAP se dirigen principalmente al ahorro y eficiencia energética. Esta empresa instala puntos de recarga para vehículos eléctricos que pueden instalarse en garajes de viviendas unifamiliares o en plazas de parking de la comunidad de vecinos, y proporciona servicios integrales de eficiencia y ahorro energético en la edificación e instalaciones. En 2013 se han realizado 13 actuaciones de ahorro de energía mediante la implantación de LED, 63 inspecciones con realización del certificado energético y una instalación de puntos de recarga para vehículos eléctricos. Ello ha supuesto un volumen de negocio de 67.800 € en servicios ambientales.

RECLAMACIONES Y QUEJAS

MAPFRE vela por preservar la confianza de sus clientes cumpliendo con su compromiso de otorgarles la mejor atención y promoviendo la implantación interna de órganos de protección de sus derechos en todos los países donde opera.

En España el Grupo cuenta con la Comisión de Defensa del Asegurado creada en 1984 y la Dirección de Reclamaciones desde 2004. También existen servicios de defensa al cliente en Brasil, Colombia, Argentina y Chile - países que disponen, además, de Defensor - y en Panamá, Costa Rica, Nicaragua, México, Perú, Honduras y El Salvador. Estos dos y últimos países están adheridos de forma voluntaria a los sistemas de solución extrajudicial de conflictos previstos en sus respectivas legislaciones, a través de distintas asociaciones de entidades aseguradoras.

Portugal cuenta con un Servicio de Reclamaciones; Malta dispone de un Departamento de Quejas; en Turquía y Filipinas se ha implantado durante 2013 una Unidad para la atención de las reclamaciones; y Estados Unidos cuenta con una Unidad especializada para atender reclamaciones y un Defensor para el Seguro de Autos.

Los objetivos de la política de gestión de reclamaciones y quejas son los siguientes:



INDIVIDUAL

- Facilitar al cliente un procedimiento extrajudicial gratuito, voluntario, ágil, sencillo y breve para atender, tramitar y resolver las quejas y reclamaciones cuando, a su juicio, la entidad no ha satisfecho sus pretensiones
- Proporcionar en las pólizas información sobre dicho procedimiento, así como en la página web de cada país. Este procedimiento extrajudicial no obstaculiza el derecho de los clientes al ejercicio de las acciones previstas legalmente, tanto judiciales como administrativas
- Implantar, en su caso, la institución del Defensor del Asegurado, de acuerdo a los procedimientos establecidos en cada país, para conocer y resolver las reclamaciones promovidas por los tomadores, asegurados o beneficiarios de pólizas de seguros, así como de los partícipes o beneficiarios de planes de pensiones promovidos, gestionados o depositados en MAPFRE y los derechohabientes de todos ellos

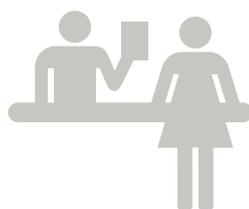
COLECTIVO

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

Los principios rectores de la gestión de reclamaciones y quejas sobre los que se sustentará este servicio son los siguientes:

- Creación en cada país donde MAPFRE realiza operaciones aseguradoras de un Departamento de Reclamaciones y aprobación de un Reglamento para la Solución de Conflictos entre las Sociedades del Grupo MAPFRE y los Usuarios de sus Servicios Financieros
- Difusión de la existencia de los Departamentos de Reclamaciones a los usuarios
- Separación del Departamento de Reclamaciones de los restantes servicios comerciales u operativos de la organización
- Los escritos de rechazo o rehusé de un siniestro, prestación u otra circunstancia derivada del contrato de seguro contendrán información del derecho a reclamar
- Implantación opcional de un Defensor del Asegurado o Comisión de Defensa del Asegurado
- Carácter vinculante de las decisiones del Departamento de Reclamaciones y, en su caso, de las resoluciones del Defensor del Asegurado

- Información al Consejo de Administración de la respectiva Entidad u órgano de gobierno equivalente e información periódica
- Criterios Generales de Actuación y Recomendaciones
- Información consolidada de gestión de reclamaciones y quejas
- Evaluación del procedimiento de solución extrajudicial de conflictos
- Información sectorial



PRINCIPALES MAGNITUDES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES RECIBIDAS Y TRAMITADAS EN 2013 EN LOS PAÍSES EN LOS QUE MAPFRE REALIZA OPERACIONES ASEGURADORAS Y DE ASISTENCIA

DIVISIÓN / MAPFRE	PAÍS	RECLAMACIONES Y QUEJAS 2013										
		Volumen				Resueltas / Signos					Pendientes 12/2013	
		Admitidas	Recibidas No admitidas	Pendientes A/A	Total	Estimadas	Desestimadas	Otros Signos	No admitidas	Total		
S. ESPAÑA G. RISKS ASISTENCIA	España ¹	DR	7.015	1.583	437	9.035	2.944	3.534	672	1.583	8.733	435
		OTR	100	0	0	100	32	61	0	0	93	7
	SUBTOTAL ESPAÑA		7.115	1.583	437	9.135	2.976	3.595	672	1.583	8.826	442
AMÉRICA *	Brasil		26.643	164.610	15.388	206.641	24.497	22.161	29.837	164.610	241.105	6.171
	México		9.445	477	775	10.697	5.409	3.350	891	477	10.127	272
	El Salvador		125	0	5	130	125	0	0	0	125	70
	Costa Rica		200	0	10	210	190	0	0	0	190	10
	Venezuela		1.450	0	430	1.880	1.880	0	0	0	1.880	0
	Colombia		3.682	22	89	3.793	1.620	2.062	0	22	3.704	56
	Argentina		2.878	0	179	3.057	2.878	0	915	0	3.793	167
	Chile		475	0	36	511	255	135	0	0	390	10
	Perú		527	0	23	550	280	255	0	0	535	15
	Puerto Rico		32	2	0	34	32	2	0	0	34	0
	SUBTOTAL 10 PAÍSES		45.457	165.111	16.935	227.503	37.166	27.965	31.643	165.109	261.883	6.771
INTERNACIONAL *	EE.UU.		439	0	7	446	96	350	0	0	446	7
	Turquía		4.991	0	0	4.991	1.487	3.215	113	0	4.815	176
	Malta		46	18	3	67	34	18	0	18	70	1
	Portugal		367	0	0	367	367	317	0	0	684	0
	Filipinas		26	0	0	26	26	0	0	0	26	1
		SUBTOTAL 5 PAÍSES		5.869	18	10	5.897	2.010	3.900	113	18	6.041
NEGOCIOS GLOBALES *	Bélgica	MAPFRE ASISTENCIA	127	170	10	307	170	127	21	170	488	63
	Francia		230	759	56	1.045	230	759	15	759	1.763	41
	Irlanda		210	216	20	446	219	210	0	216	645	34
	Reino Unido		1.621	1.190	566	3.377	1.133	1.635	0	1.190	3.958	407
	Italia		281	14	0	295	49	182	50	14	295	0
	SUBTOTAL 5 PAÍSES		2.469	2.349	652	5.470	1.801	2.913	86	2.349	7.149	545
TOTAL 21 PAÍSES		60.910	169.061	18.034	248.005	43.953	38.373	32.514	169.059	283.899	7.943	

(1) DR Grupo: Competencia sobre Sociedades principales y filiales; OTR Seguro España: Competencia sobre VERTI y participadas

* Fuente: Responsabilidad Social Corporativa

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

> **Encuestas de satisfacción**, que permiten conocer el grado de satisfacción de los clientes que han acudido al procedimiento de reclamaciones y quejas:

RATIOS DE GESTIÓN DE RECLAMACIONES Y QUEJAS EN EL NEGOCIO DE AUTOMÓVILES Y PATRIMONIALES	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo máximo para la resolución de reclamaciones y quejas: MAPFRE FAMILIAR mejora notablemente el plazo legal de dos meses desde su presentación situándose en un tiempo medio de 29,4 días a junio de 2013 - Índice de estimación de reclamaciones y quejas en MAPFRE FAMILIAR: 43,4% de los escritos admitidos a trámite y resueltos. Para el conjunto de las Divisiones fue del 41,9%
RESULTADOS DESTACABLES DE LA ENCUESTA	<ul style="list-style-type: none"> - El 67,2% considera que existen facilidades para presentar una reclamación o queja ante cualquier incidencia - El 53,8% cree que el tiempo de respuesta a su reclamación o queja es adecuado - El 50% opina que la respuesta a su reclamación o queja es clara en su contenido y argumentación - El 49,8% estaría dispuesto a recomendar la marca MAPFRE

> **Informes sobre aspectos específicos por su influencia en el negocio**, como, por ejemplo, el impacto de las reclamaciones y quejas en la rescisión de contratos o el seguimiento de las reclamaciones y quejas no admitidas.

> **Recomendaciones y criterios generales de actuación** emitidos para mejorar la relación con los clientes, en base a los argumentos expuestos en las quejas y reclamaciones tramitadas y posterior implementación y supervisión.

Durante el ejercicio 2013 se ha llevado a cabo el proceso de implementación de las 31 recomendaciones que se emitieron por la Comisión de Defensa del Asegurado sobre el ejercicio 2012.



MOTIVO	RECOMENDACIÓN 2012	ACCIONES 2013
FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO	Mejorar la información y documentación contractual que se traslada a los asegurados en pólizas colectivas	Recabar la firma de los asegurados y recoger su aceptación expresa a las Condiciones Generales al tiempo de hacerle entrega de las mismas, así como eludir facilitar a los clientes documentación cuya información y alcance en materia de ofertas, promociones, etc, no haya sido validada por la Entidad
	Incluir un cuestionario de salud en la contratación de pólizas de Decesos	Recordar la obligación de someter un cuestionario de salud a los candidatos del seguro de Decesos y de recoger su firma en prueba de conformidad
REDACCIÓN DEL CONTRATO	Perfeccionar la redacción de algunas cláusulas de seguros de personas, como la del período de incapacidad en los seguros de Indemnización, los gastos de adopción en pólizas de Asistencia Sanitaria o las definiciones en los seguros de Accidentes Personales para la práctica deportiva	Recoger con mayor precisión los términos que definen la cobertura que se pretenda y modificar, una vez delimitados, la redacción del condicionado que corresponda
	Matizar el texto de las condiciones generales de pólizas de Hogar en aspectos como la asistencia en viaje o las definiciones de mobiliario	
	Revisar algunas cláusulas de las pólizas de Asistencia en Viaje relacionadas con la cancelación de los viajes	
	Reconsiderar la redacción de la garantía de privación del permiso de conducir en pólizas de Automóviles	

MOTIVO	RECOMENDACIÓN 2012	ACCIONES 2013
INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO	Modificar la interpretación que se hace de algunas cláusulas como las relativas a los períodos de carencia en los seguros de Asistencia Sanitaria o las coberturas de defensa jurídica en las pólizas de Hogar	Interpretar de manera restrictiva las exclusiones de cobertura que figuran en los condicionados generales, al tratarse de una excepción a la regla general de cobertura, y modificar la redacción del articulado en lo procedente
PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN	Exigir mayor rigor y fundamentación en sus informes a los peritos e investigadores que colaboran con la Entidad	Instruir a la red de peritos a fin de reforzar la importancia de fundamentar y documentar los informes periciales, centrándose en esclarecer las cuestiones concretas encomendadas y eludiendo las conjeturas y contrastando los datos
	Reforzar la comunicación con los clientes, informando de manera más precisa y completa de la liquidación o del rechazo de los siniestros, así como de los servicios de defensa jurídica que se prestan	Insistir en ofrecer al cliente la información que precisa de la forma más clara y completa posible, dando respuesta a todas las cuestiones que plantee y reflejando con nitidez en los escritos que se le remitan los motivos que informen la decisión de la Entidad
	Limitar la capacidad de la rescisión de pólizas de Salud cuando se presentan enfermedades crónicas o de larga duración al supuesto en que se hayan producido ocultaciones dolosas o no, o amparar los gastos consecuencia de enfermedad manifestada durante la vigencia de la póliza	Considerar improcedente la rescisión de la póliza en los casos en que el asegurado contraiga una enfermedad crónica durante su vigencia, con independencia de la fecha de contratación, salvo que se acredite ocultación dolosa en dicho momento

La Comisión de Defensa del Asegurado de MAPFRE en su Memoria Anual 2013 ha formulado 46 recomendaciones para incrementar la calidad del servicio a los clientes. Tales recomendaciones se han extraído de las 870 reclamaciones que ha resuelto, habiéndosele elevado 888. De ellas destacan:

- > Clarificar la redacción de determinadas cláusulas de algunos contratos de seguros patrimoniales (Hogar, Comercios, Protección de Alquileres), que frecuentemente originan conflictos en cuanto a su alcance; como la definición de joya, recuperación de datos informáticos, tratamiento de cocinas vitrocerámicas o cambio de inquilinos en una vivienda arrendada.
- > Precisar en las condiciones de seguros de Asistencia Sanitaria conceptos como carácter preventivo de las pruebas genéticas, consideración de los permisos y bajas por maternidad o la consideración de tratamiento médico novedoso, etc.
- > Reconsiderar la interpretación de algunas cláusulas como, por ejemplo, la existencia de conflicto de intereses o calificación de robo, en las pólizas de Automóviles; o, la existencia de una actitud dolosa del asegurado en los seguros de Responsabilidad Civil Profesional.
- > Adecuar la articulación de prestaciones de Asistencia Sanitaria en determinadas zonas geográficas en las que no existan algunos servicios concertados.
- > Ampliar los supuestos de lo que se considera hecho derivado de la circulación en el seguro de Automóviles, y establecer tratamiento específico en los supuestos de multas impuestas al asegurado por carencia de seguro obligatorio, al concurrir en la identificación que consta en la póliza un error material.
- > Mejorar los procedimientos de cobro y reintegro de primas, teniendo en cuenta los efectos del impago de fracciones de prima en caso de siniestro, continuidad de la póliza, etc. Reconsiderar los supuestos en que deben resultar de aplicación los plazos de prescripción.

> Establecer en los seguros de Decesos un procedimiento que facilite la constancia escrita de la renuncia de los familiares a la prestación parcial de servicios.

> Perseverar en las instrucciones a la red pericial respecto a la importancia del contenido técnico de los informes.

> Perfeccionar el contenido de las comunicaciones escritas que se dirigen a los clientes y sus representantes.

Fruto de la actividad llevada a cabo, la Dirección de Reclamaciones ha establecido en su Informe Anual del ejercicio 2013 un total de 14 criterios generales de actuación destinados a disminuir el número de reclamaciones y quejas de los usuarios, entre los que destacan:

> Incidir en el uso de alternativas de comunicación por las Áreas de Prestaciones y Emisión que favorezcan transmitir con empatía a los clientes el compromiso permanente de mejora y acercamiento, así como personalizar y agilizar la solución del problema planteado para un mejor y más estrecho vínculo con ellos.

> Información a los asegurados de los datos y localización de los medidores oficiales tenidos en cuenta en los expedientes de riesgos atmosféricos para que puedan comprobar si se han superado o no los límites de viento y lluvia establecidos en la póliza.

> Revisión de la cobertura de daños por agua en las viviendas unifamiliares cuando no se producen daños directos en ellas y comparación con el tratamiento que se otorga cuando los daños se producen en viviendas situadas en bloques de edificios.

> Ampliación de la información que los abogados colaboradores de la compañía ofrecen a los asegurados en la defensa de sus intereses y fomento del uso de la nota de encargo profesional.

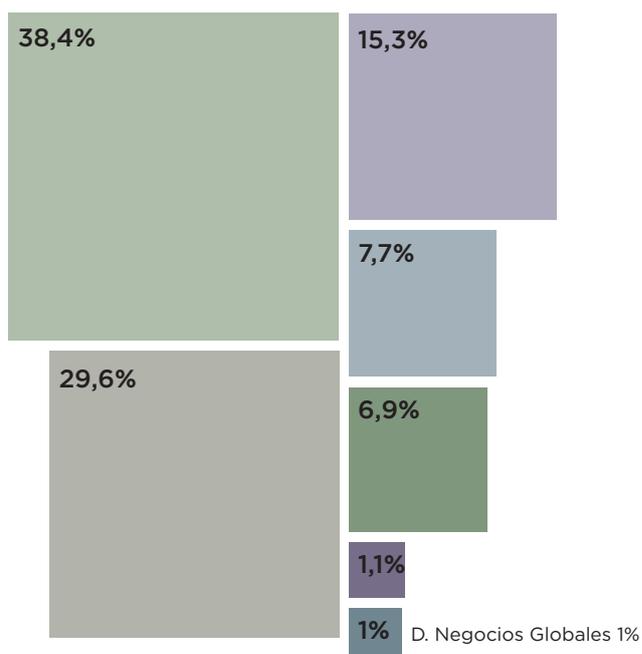
> Utilización de la tercería pericial para los supuestos donde pueda cumplir función efectiva, ofreciendo a los clientes un

procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos sobre discrepancias meramente técnicas y no de otra clase.

- > Mejora de los procedimientos de revisión de los trabajos realizados por los colaboradores de la compañía en la prestación de servicios de reparaciones en pólizas de multirriesgos de daños materiales.
- > Incremento de la actividad investigadora de la compañía para dotarse de las pruebas suficientes en defensa jurídica en los supuestos de reclamación de daños en vehículos o lesiones personales.
- > Definición precisa de los conceptos, especialmente, nicho o sepultura, para determinar el alcance del servicio que debe prestar la compañía en los seguros de Decesos, evitando interpretaciones erráticas.
- > Ampliación de la información facilitada a los asegurados por los médicos colaboradores en las pólizas de Indemnización Temporal Total, cuando se reconoce el alta a efectos del seguro mientras el médico de la Seguridad Social mantiene otro criterio.
- > Mejora de la calidad y el nivel de información transmitida a los clientes en los productos mixtos de Vida acerca de sus características, duración, rentabilidad e importe del rescate.

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

Las Recomendaciones y Criterios referidos se han extraído de las reclamaciones y quejas tramitadas en el ejercicio 2013, en el que se han recibido en la Dirección de Reclamaciones 8.598 escritos: el 99 por 100 corresponden al negocio de España y apenas el uno por 100 a la División de Negocios Globales (además se recibieron 28 escritos que no permitían identificar la entidad a que se dirigían). De los citados escritos recibidos se han admitido a trámite 7.015: 3.999 reclamaciones con pretensiones concretas de contenido económico y 3.016 quejas relativas a incidencias en la tramitación de prestaciones.



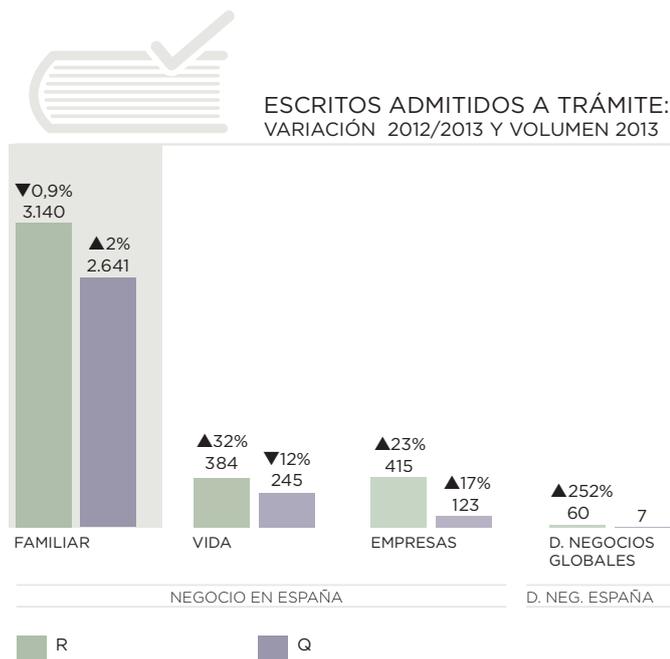
NEGOCIO EN ESPAÑA 99%

- Hogar y Multirriesgos
- Automóvil
- Salud, accidentes y decesos
- Empresas
- Vida
- Resto seguros

DATOS POR UNIDADES

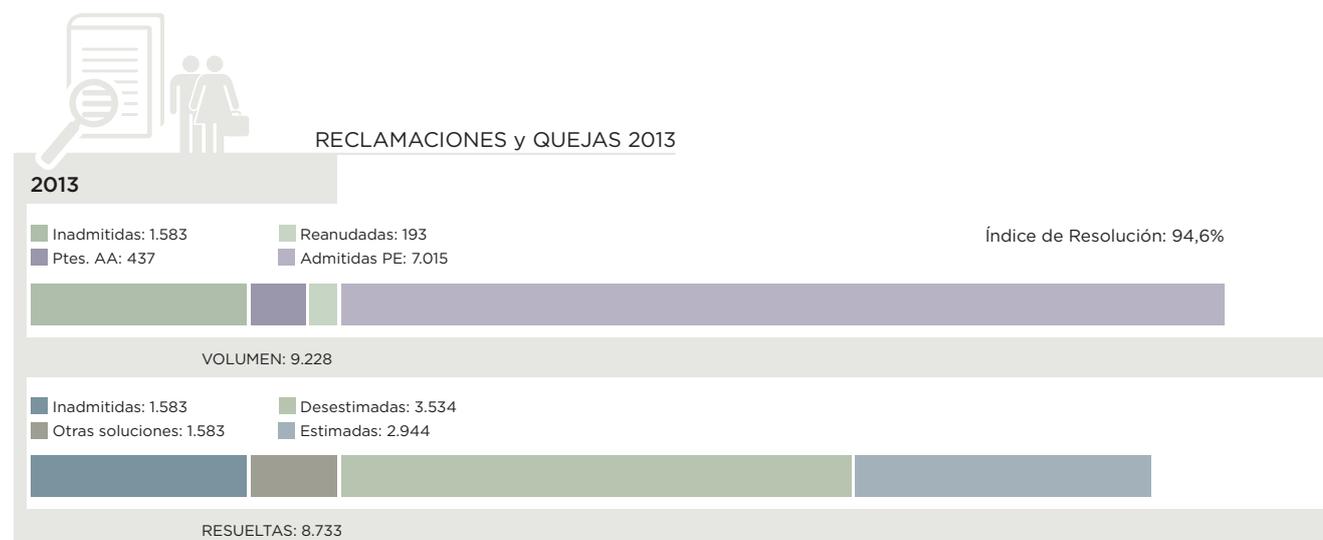
- Familiar: 82,4%
- Empresas: 7,7%
- Vida: 9%
- Global Risks: 0,1%
- M. Asistencia: 0,9%

Durante el ejercicio se han inadmitido a trámite por no cumplir los requisitos legalmente previstos 1.583 escritos, comunicándose a los usuarios de forma motivada para que, en su caso, subsanasen las deficiencias.



Se ha resuelto un 0,7 por 100 más de reclamaciones y quejas que en el ejercicio anterior, estimándose un 41,2 por 100, porcentaje sensiblemente superior al de 2012, y desestimándose el 49,4 por 100, dos puntos porcentuales menos que en el ejercicio precedente. Además, se otorgaron otras soluciones en el 9,4 por 100 de los casos (alternativa pericial, conocimiento en el curso de la tramitación de que el reclamante había iniciado, paralelamente, un procedimiento judicial o administrativo, desistimiento del reclamante, etc.).

Se ha mejorado la atención a los clientes al reducirse el tiempo medio de resolución un 11 por 100, situándose en 22,3 días (período de rotación).

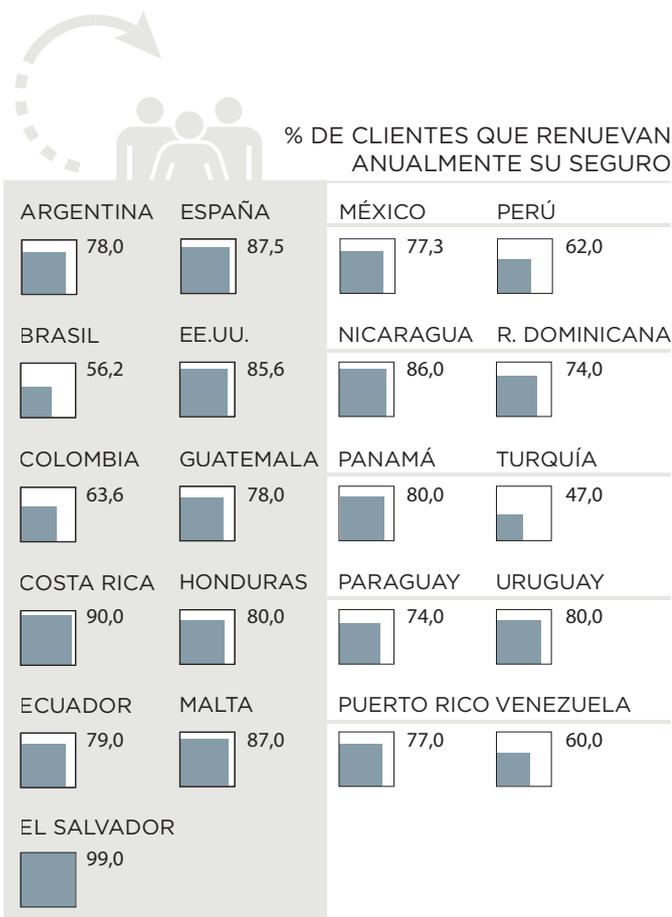


FIDELIZACIÓN Y CALIDAD EN MAPFRE

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vinculación, MAPFRE lleva a cabo diferentes acciones de fidelización y venta cruzada, teniendo siempre en cuenta que cada cliente o asegurado requiere una gestión distinta adaptada a sus necesidades. Para ello, se han desarrollado diferentes programas de fidelización (*teCuidamos* y *Cuidamos tu empresa*, en España, *Club MAPFRE* en Brasil, *Club MAPFRE* en Argentina, *MAPFRE Dólar* en Perú, *Plan Pas* en El Salvador, etc). Estos programas incluyen promociones, descuentos y ofertas exclusivas y benefician a 4.476.935 socios en todo el mundo.

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

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



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

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

NEGOCIO DE AUTOMÓVILES	% clientes satisfechos o muy satisfechos
Argentina	81,8
Ecuador	85,0
El Salvador	86,0
España	93,4
Estados Unidos	88,0
Nicaragua	93,0
Puerto Rico	86,6
República Dominicana	83,0

NEGOCIO DE ASISTENCIA	% clientes satisfechos o muy satisfechos
Asistencia en carretera	93,0
Asistencia médica	91,0
Asistencia Hogar	93,0

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

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

- ORIENTACIÓN AL CLIENTE
- TÉCNICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE
- ESTRATEGIAS DE VENTA TELEFÓNICA
- MANEJO DE CONFLICTOS
- COMUNICACIÓN INTERPERSONAL
- PRODUCTOS MAPFRE
- PROCEDIMIENTOS INTERNOS (GESTIÓN DE COBROS, SINIESTROS Y RECLAMACIONES)

MAPFRE dedica 342 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. En este sentido, es destacable que MAPFRE cuenta con la certificación ISO 9001:2008 en Bahrain, Brasil, Colombia, Chile, China, Filipinas, Italia, México, Nicaragua, Túnez, Turquía y Venezuela; la certificación ISO 14001 en Colombia y Puerto Rico. En España, está vigente la norma UNE-EN ISO 9001:2008 para los servicios de prestaciones y proveedores de Automóviles y de Patrimoniales, para SI24 y para los centros de servicio. Además, los productos YCAR, póliza ecológica y EBIKE están respaldados por el Reglamento Particular R.P. B14.04

Por otra parte, en relación a la atención telefónica, en el ejercicio 2013, el número total de llamadas atendidas por los centros telefónicos ha ascendido a 33.630.535 (12.155.540 en España, 12.467.298 en Brasil, 2.351.551 en EE.UU. y 6.656.146 en el resto de países), un 1,29 por 100 más que el año anterior.

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



PAÍS	LLAMADAS COMERCIALES		
	Nº llamadas entrantes	Nº llamadas contestadas	% contestadas
ARGENTINA	37.976	32.631	86
BRASIL	(1)	(1)	(1)
CHILE	82.470	68.776	83
COLOMBIA	(1)	(1)	(1)
ESPAÑA	209.419	196.898	94
EEUU	(1)	(1)	(1)
MÉXICO	63.834	54.776	86
PERÚ	9.295	7.827	84
PORTUGAL	4.981	4.981	100
PUERTO RICO	25.401	23.138	91
TURQUÍA	496.881	473.793	95
VENEZUELA	133.434	113.455	85

PAÍS	LLAMADAS PRESTACIONES		
	Nº llamadas entrantes	Nº llamadas contestadas	% contestadas
ARGENTINA	340.651	296.199	87
BRASIL	3.680.299	3.565.151	97
CHILE	79.520	57.628	72
COLOMBIA	571.500	510.582	89
ESPAÑA	7.992.976	7.681.909	96
EEUU	395.823	332.983	84
MÉXICO	1.053.019	1.008.380	96
PERÚ	279.902	270.587	97
PORTUGAL	83.326	77.567	93
PUERTO RICO	45.520	40.798	90
TURQUÍA	399.748	389.295	97
VENEZUELA	658.572	578.650	88

(1) No se registran este tipo de llamadas

La red de plataformas telefónicas de MAPFRE ASISTENCIA, atendió en 2013 un total de 22.236.846 llamadas, un 1,12 por 100 más que en 2012. Los datos más significativos son los siguientes:

PAÍS	LLAMADAS ASISTENCIA PRESTACIONES		
	Nº llamadas entrantes	Nº llamadas contestadas	% contestadas
BRASIL	966.617	917.913	95
COLOMBIA	2.035.401	1.896.079	93
EEUU	2.921.951	2.691.339	92
TURQUIA	2.116.216	2.031.418	96

PAÍS	LLAMADAS ASISTENCIA ATENCIÓN GENERAL		
	Nº llamadas entrantes	Nº llamadas contestadas	% contestadas
BRASIL	1.734.267	1.646.883	95
COLOMBIA	153.202	142.716	93
EEUU	121.748	112.139	92
TURQUIA	2.116.216	2.031.418	96

PAÍS	LLAMADAS ATENCIÓN GENERAL		
	Nº llamadas entrantes	Nº llamadas contestadas	% contestadas
ARGENTINA	551.157	446.742	81
BRASIL	9.304.314	8.942.701	96
CHILE	66.181	57.953	76
COLOMBIA	303.790	277.379	91
ESPAÑA	2.532.676	2.366.214	93
EEUU	829.894	774.646	93
MÉXICO	628.222	574.417	91
PERÚ	288.306	242.995	84
PORTUGAL	237.033	171.155	72
PUERTO RICO	386.782	352.671	92
TURQUÍA	(1)	(1)	(1)
VENEZUELA	207.347	128.927	62

PAÍS	LLAMADAS DE SOPORTE A ENTIDADES QUE DISTRIBUYEN PRODUCTOS MAPFRE		
	Nº llamadas entrantes	Nº llamadas contestadas	% contestadas
ARGENTINA	153.042	136.463	89
BRASIL	838.794	782.131	93
CHILE	59.652	39.059	65
COLOMBIA	67.648	65.313	97
ESPAÑA	472.967	446.575	94
EEUU	1.311.470	1.241.388	95
MÉXICO	26.857	25.229	94
PERÚ	971	818	84
PORTUGAL	44.117	43.309	98
PUERTO RICO	(1)	(1)	(1)
TURQUÍA	(1)	(1)	(1)
VENEZUELA	26.918	25.799	96

(1) No se registran este tipo de llamadas

La confidencialidad y seguridad sobre los datos personales que los clientes proporcionan a MAPFRE es un compromiso irrenunciable. Para ello existen procedimientos específicos, entre los que se incluyen cláusulas de confidencialidad de los trabajadores, colaboradores y proveedores, así como auditorías periódicas, que permiten garantizar la protección de los datos de los clientes.

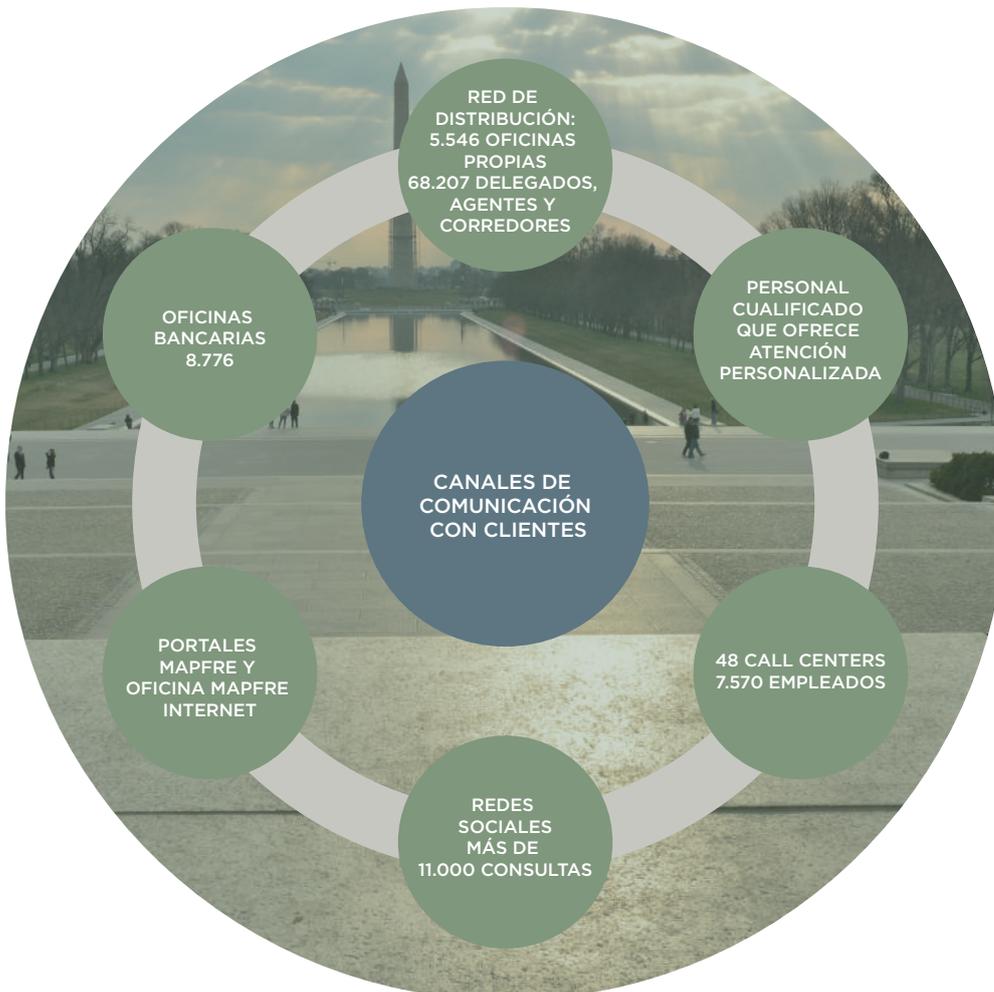
MAPFRE dispone de un Cuerpo Normativo de Seguridad de la Información basado en la normativa ISO al respecto, que es de aplicación a todos los procesos y actividades en los que participan las entidades del Grupo, lo que permite cumplir los estándares internacionales de seguridad más exigentes.

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

CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE

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

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



> **La RED propia de distribución del Grupo**, integrada por 5.546 oficinas (3.114 en España y 2.432 en el resto de países), que facilitan una atención personal y directa a través de 68.207 delegados, agentes y corredores (17.474 en España y Portugal y 50.733 en el resto del mundo).

> **Oficinas bancarias** (8.776, de las que 3.273 están ubicadas en España y Portugal y 5.503 en el resto de países) de entidades con las que el Grupo tiene acuerdos para la comercialización de sus productos.

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

> **Plataformas telefónicas**, que proporcionan una atención permanente durante las veinticuatro horas todos los días del año, y que permiten a los clientes realizar consultas y gestiones relacionadas con los seguros y servicios que tienen contratados.

El Grupo cuenta con 48 call centers (8 en España, 5 en Brasil, 7 en Panamá y 28 en el resto de países) en los que trabajan 7.570 empleados (7.171 en 2012), de los que 1.112 lo hacen desde España y 6.458 en otros países.

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

> **Redes Sociales**, a través de las que permiten entre otras funcionalidades, realizar consultas y acceder a plataformas de resolución de dudas y/o incidencias. Para ello, se han establecido procesos específicos de atención al cliente que tienen en cuenta las particularidades y características de cada red social. En el año 2013, se han gestionado más de 11.000 consultas a través de estos canales.

MAPFRE y sus accionistas

La gestión socialmente responsable del negocio está basada en la ética, la transparencia y la generación de valor, que son los compromisos asumidos por MAPFRE en relación con sus accionistas. En este sentido, en el año 2013 cabe destacar el crecimiento del beneficio consolidado del Grupo, gracias a la diversificación del negocio y la prudencia en la gestión.

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

CANALES DE RELACIÓN CON LOS ACCIONISTAS

En relación con las actuaciones llevadas a cabo en 2013 para desarrollar los canales de comunicación con los accionistas, cabe destacar lo siguiente:



EL SERVICIO TELEFÓNICO DE ACCIONISTAS (902 024 004) HA ATENDIDO MÁS DE 1.100 CONSULTAS, RELACIONADAS PRINCIPALMENTE CON LA EVOLUCIÓN DE LA ACCIÓN, JUNTA GENERAL, PAGO DE DIVIDENDOS E INFORMACIÓN FINANCIERA

LA SECCIÓN "ACCIONISTAS E INVERSORES" DE LA PÁGINA WEB CORPORATIVA INCLUYE VÍNCULOS ESPECÍFICOS QUE FACILITAN EL ACCESO A DOCUMENTACIÓN DE ESPECIAL IMPORTANCIA PARA EL ACCIONISTA, COMO LA JUNTA GENERAL

DE ACUERDO CON LA MODIFICACIÓN INTRODUCIDA EL 1 DE JULIO DE 2010 EN LA LEY DEL MERCADO DE VALORES, CON MOTIVO DE LA JUNTA GENERAL DEL DÍA 5 DE MARZO DE 2011 SE CONSTITUYÓ EL FORO ELECTRÓNICO DE ACCIONISTAS, QUE HA VUELTO A ESTAR OPERATIVO PARA LA JUNTA GENERAL DEL DÍA 9 DE MARZO DE 2013.

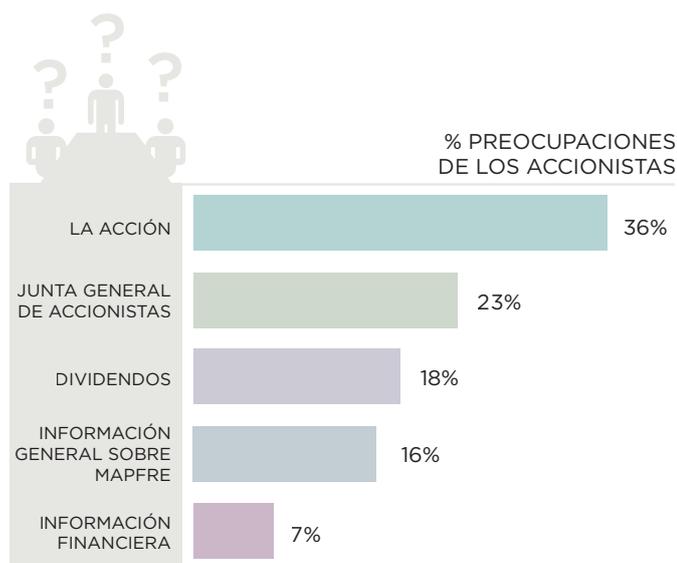
EN EL AÑO 2013 SE HA IMPLEMENTADO UN ACCESO A LA SECCIÓN "ACCIONISTAS E INVERSORES" EN LA VERSIÓN MÓVIL DEL PORTAL MAPFRE, QUE DE ESTA FORMA PUEDE SER CONSULTADA DESDE CUALQUIER TIPO DE DISPOSITIVO.

SE HAN DISTRIBUIDO DOS BOLETINES CON INFORMACIÓN SEMESTRAL SOBRE LOS RESULTADOS, LAS ACTIVIDADES MÁS RELEVANTES Y LA EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA ACCIÓN DE LA SOCIEDAD.



Jornada sobre la Responsabilidad Social en las empresas europeas

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



LA ACCIÓN DE MAPFRE

En el siguiente cuadro se muestra la información básica relativa a la acción de MAPFRE al cierre del ejercicio 2013:

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

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

COMPOSICIÓN DE LA BASE DE ACCIONISTAS

Al cierre del ejercicio 2013 la Sociedad contaba con un total de 266.984 accionistas, de los que 263.435 tenían residencia en España con una participación individual inferior al 0,10 por 100 del capital. La FUNDACIÓN MAPFRE, mediante su participación directa e indirecta, era titular del 67,7 por 100 del capital social; los inversores españoles con participación superior al 0,1 por 100 representaban el 3,8 por 100. En cuanto a los accionistas con residencia en otros países, el 17,7 por 100 correspondía a inversores con participación superior al 0,1 por 100, y el 1,5 por 100 al resto. En el siguiente cuadro se muestra el desglose del accionariado por países:

PAÍS	%
España	80,8
Reino Unido	1,5
Alemania	1,5
Estados Unidos	1,2
Francia	1,2
Países Nórdicos	0,9
Países Bajos	0,5
Suiza	0,3
Canadá	0,3
Austria	0,1
Portugal	0,1
Sin identificar	11,6

El 25 de septiembre de 2013 el Grupo BFA-BANKIA llevó a cabo la venta de un 12 por 100 del capital de MAPFRE, que generó un gran interés entre inversores institucionales y fondos de inversión. La mayor parte de los títulos fueron adquiridos por inversores institucionales extranjeros, que han valorado positivamente la oportunidad de entrar en el capital de MAPFRE, ante su atractivo "equity story" y perspectivas de crecimiento. La FUNDACIÓN MAPFRE ha querido aprovechar esta oportunidad para aumentar en un 3 por 100 su participación en MAPFRE, privilegiando que la gran mayoría de la colocación estuviese destinada a aumentar el capital de libre circulación en Bolsa del Grupo. En este sentido, esta operación ofrece mayor liquidez al valor, algo valorado muy positivamente por la comunidad inversora.

VALOR Y RENTABILIDAD DE LA ACCIÓN

Entre los principales compromisos de MAPFRE se encuentran la generación de valor y la adecuada remuneración a sus accionistas. Por ello, el Consejo de Administración ha acordado abonar un dividendo activo a cuenta de los resultados del ejercicio 2013 de 0,05 euros por acción, elevando el dividendo total pagado en el año a 0,12 euros por acción, la misma cifra que en el año anterior. El desembolso total en 2013 en concepto de dividendos ha ascendido a 369,6 millones de euros. Debe destacarse que, desde que se inició la actual crisis económica y financiera en 2007, MAPFRE ha aumentado el importe destinado a dividendos en un 47,6 por 100.

El dividendo que se propone a la Junta General como dividendo complementario del ejercicio 2013 es de 0,08 euros brutos por acción.

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

	2013	2012	2011	2010	2009
Dividendo (euros)	0,12	0,12	0,15	0,15	0,15
RENTABILIDAD POR DIVIDENDO	4,4%	6,1%	5,9%	6,3%	6,3%

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

	1 AÑO	3 AÑOS	5 AÑOS
MAPFRE	34,5%	49,8%	29,7%
DJ Stoxx Insurance	28,9%	47,8%	69,7%
IBEX 35	21,4%	0,6%	7,8%

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

	2013	2012	2011	2010	2009
BPA (euros)	0,26	0,22	0,32	0,31	0,33
INCREMENTO	18,2%	(31,3)%	3,2%	(6,1)%	--

INFORMACIÓN PÚBLICA

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

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

COMUNICACIÓN CON LOS MERCADOS FINANCIEROS

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

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

Las reuniones presenciales y las teleconferencias dirigidas a presentar los resultados de cada trimestre se retransmiten en directo a través de Internet ("webcasts") para facilitar el acceso del público a la compañía. En el año 2013 se han realizado 4 retransmisiones de este tipo.

RELACIONES CON INVERSORES

En el año 2013 se ha desarrollado una intensa actividad de comunicación con analistas financieros, accionistas e inversores institucionales. Entre los principales asuntos comentados destacan las perspectivas macroeconómicas en los países en los que opera el Grupo, especialmente en España y Brasil, la contracción del volumen de negocio en España como consecuencia de la menor actividad económica, la evolución de los resultados del ejercicio por áreas de negocio, y la tendencia esperada de los próximos dividendos.

En el siguiente cuadro se muestra la actividad de comunicación con los mercados financieros llevada a cabo en el año 2013:

Presentaciones de resultados	4
Teleconferencias	4
Reuniones con analistas e inversores institucionales españoles	102
Reuniones con analistas e inversores institucionales de otros países	327
Participación en foros de inversores institucionales	9

En relación con la participación en foros de inversores institucionales, en noviembre de 2013 se participó en la conferencia "Sustainable + Responsible: Financials & Property Investor Day" organizada por Morgan Stanley en París, en la que se comentaron los desarrollos y políticas de Responsabilidad Social de MAPFRE con los analistas especializados en esta área.

En este sentido, en el año 2013 se ha comenzado la colaboración con la agencia de calificación Vigeo y la sociedad de análisis OEKOM, dedicadas a la elaboración y difusión de informes sobre la actuación de las compañías cotizadas en relación con el medioambiente, gobierno corporativo, factores sociales y de derechos humanos, y los riesgos asociados a estos aspectos.

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

DATOS BURSÁTILES

Durante el ejercicio 2013 las acciones de MAPFRE S.A. han cotizado 255 días en el Mercado Continuo, con un índice de frecuencia del 100 por 100. Se han contratado 2.480.589.582 títulos, frente a 2.421.572.407 en el ejercicio anterior, con aumento del 2,4 por 100. El valor efectivo de estas transacciones ha ascendido a 6.695,9 millones de euros, frente a 4.739,4 millones de euros en 2012, con aumento del 41,3 por 100.

A finales de 2013, 8 bancos de negocios españoles e internacionales recomendaban "comprar" las acciones de la Sociedad, frente a 7 recomendaciones de "mantener" y 7 de "vender".

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

En MAPFRE, la comercialización de productos y servicios se sustenta, en la mayoría de los países en los que opera, mediante una amplia red de distribución de mediadores y colaboradores con los que mantiene un diálogo permanente a través de estructuras comerciales específicas. La relación de la compañía con este Grupo de Interés responde al compromiso de mantener con estos profesionales y entidades colaboradoras unas relaciones honestas y constructivas que favorezcan la confianza y el desarrollo mutuo.

El Grupo, en el marco de su estrategia multicanal, apuesta por el mantenimiento de redes propias y por la utilización de otros canales de distribución para ofrecer al cliente todas las opciones posibles de contacto y relación con la entidad. La orientación al cliente, la oferta global de productos y la adaptación a las particularidades jurídicas y comerciales de cada uno de los mercados en que está presente son algunas de las claves del éxito de su modelo de negocio, basado en la captación y fidelización de clientes como motor de crecimiento futuro.

La red comercial de MAPFRE en el mundo está compuesta por 5.546 oficinas propias (1.218 directas, 4.305 delegadas y 23 de representación), 8.776 de bancaseguros, a los que se suman otros puntos de venta correspondientes a diferentes acuerdos de distribución.



Nueva oficina en Madrid especializada en clientes de origen chino

Por otro lado, 7.406 empleados del Grupo realizan un trabajo relacionado con la actividad comercial (2.626 en España y Portugal, 4.132 en Seguros Internacional y 648 en Negocios Globales). El siguiente cuadro muestra con mayor detalle la composición de la red comercial de MAPFRE en el mundo.



OFICINAS	2013	2012
Seguros España y Portugal		
Propias	3.179	(*)
Bancaseguros	3.273	(*)
TOTAL ESPAÑA Y PORTUGAL	6.452	—
Seguros Internacional		
Propias	2.282	2.250
Bancaseguros	5.503	5.426
Negocios Globales	85	71
TOTAL EXTERIOR	7.870	7.747
TOTAL OFICINAS	14.322	14.865

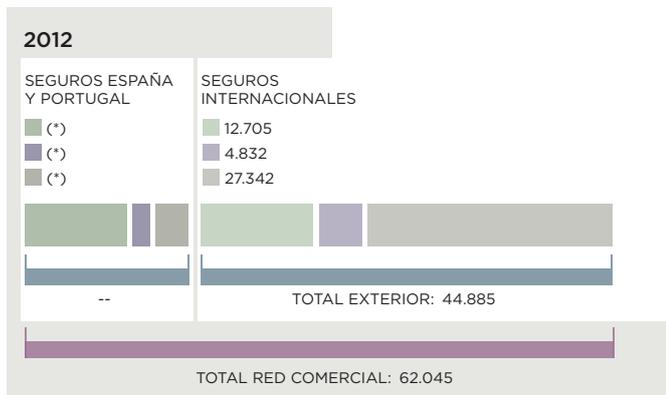
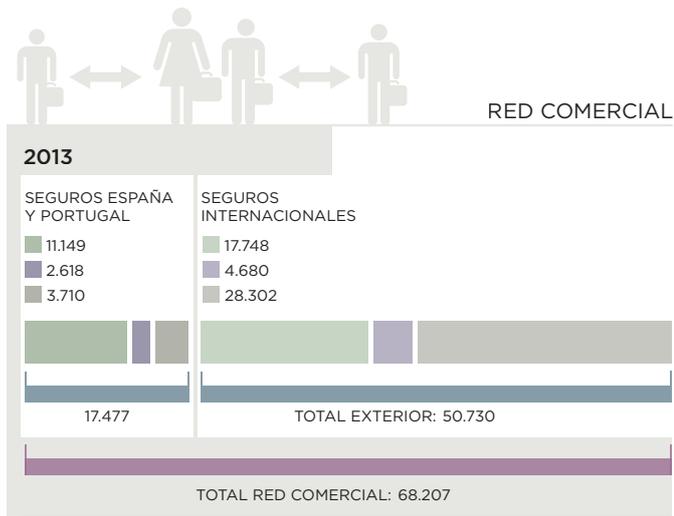
(*) En 2012 se reportaron únicamente las cifras correspondientes a España: oficinas propias 3.069; oficinas Bancaseguros 4.049

Los modelos de organización comercial desarrollados en cada país o región potencian la presencia de la entidad en el territorio y tienen como objetivo avanzar en la mejora de la orientación al cliente particular y empresa, y aprovechar sinergias para incrementar la eficiencia e impulsar, de forma ordenada, la complementariedad de los distintos canales de distribución.

La Dirección Global de Seguro Directo, creada en 2012 para el desarrollo global de la venta on-line y telefónica en el Grupo, ha continuado definiendo su estrategia para avanzar en este ámbito y ha colaborado, junto a otras áreas de la compañía, en el desarrollo de iniciativas de venta electrónica en diferentes países. En 2013, Argentina, Chile, Colombia y México han participado en la primera fase del Proyecto Regional de Comercio Electrónico, que se apoya en la plataforma tecnológica "Neurona", y en el diseño de un producto común y una estrategia de distribución homogénea.

PROFESIONALES DE LA MEDIACIÓN

En la mediación de seguros, MAPFRE colabora con diferentes figuras o perfiles comerciales. En España y en América Latina, la entidad sustenta parte de su crecimiento orgánico en un amplio colectivo de profesionales especializados en la distribución de seguros, que mantienen diferente grado de vinculación y relación con la compañía (delegados, agentes, corredores, brokers y otros colaboradores). Todos ellos desempeñan un papel relevante en la comercialización de las operaciones y en la atención a los asegurados. La siguiente tabla muestra la distribución de los mediadores del Grupo por colectivos:



(*) En 2012 se reportaron únicamente las cifras correspondientes a España: Agentes 10.495; Delegados 2.623; Corredores 4.042



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

RELACIONES CON LOS MEDIADORES

Las relaciones de MAPFRE con las entidades y profesionales que colaboran en la distribución de sus operaciones se desarrollan con vocación de estabilidad, permanencia y profesionalidad. En España y en países de América Latina, donde más desarrollado está el modelo de distribución comercial con mediadores y redes propias, destaca el alto nivel de vinculación de estos profesionales con la entidad y el bajo índice de rotación que existe en este ámbito. A esta vinculación contribuye la globalidad de la oferta del Grupo, que aporta a sus mediadores un importante valor añadido, permitiéndoles presentar una oferta integral personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente, y el compromiso de la compañía con estas redes de distribución.

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

La potenciación en los últimos años de una estrategia de distribución multicanal, común en todos los países en los que opera, fomenta la complementariedad de las redes tradicionales, con otros interlocutores especializados y con la venta on-line y telefónica.

Asimismo, se están desarrollando e impulsando plataformas on-line para mediadores, que favorecen el aprovechamiento de Internet y las redes sociales en la gestión comercial. En este sentido podemos destacar el desarrollo en España de "La RED en la Red", plataforma que refuerza la presencia de las oficinas MAPFRE en Internet y su capacidad de relación con el cliente en este entorno. De forma general, estos nuevos medios de comunicación se utilizan cada vez más para interactuar con los distintos canales y como herramienta para fomentar la fidelización de clientes. El uso de la redes sociales y las aplicaciones para dispositivos móviles (smartphones y tablets) ayudan también a promocionar el posicionamiento de la marca en Internet y a redireccionar negocio hacia los mediadores.

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



La entidad ha desarrollado también en algunos países plataformas operativas, herramientas de comunicación y trabajo, documentación y manuales corporativos específicos que favorecen el desarrollo de la actividad comercial de los mediadores y dispone, en algunos casos, de revistas especializadas dirigidas a estos profesionales.

Para facilitar la venta de seguros de empresas, se ha desarrollado en España el modelo de gestión comercial "Empresas 360°", cuyos resultados se analizarán para poder implantarlo posteriormente en otros países.

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

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

Es también objetivo de MAPFRE fomentar la conciencia medioambiental entre sus mediadores, impulsando prácticas respetuosas con el medio ambiente que constituyen, además, un ahorro en el consumo de papel y energía. En España y Portugal ya se han puesto en marcha actuaciones de asesoramiento a la red comercial en materia de gestión de residuos y de ahorro energético, facilitando la implantación de políticas que favorecen ambos aspectos. Valorando el ahorro promedio obtenido por equipo, se estima que en 2013 se ha logrado una disminución de consumo energético superior a 200.000 kwh solo por este medio.

SELECCIÓN Y FORMACIÓN

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

En estos procesos, de forma general, están involucrados profesionales de las áreas de Recursos Humanos y áreas Comerciales, que trabajan en colaboración para elegir profesionales con capacidad, potencial y ética en su actuación.

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

La formación que desarrolla la entidad para mediadores está concebida para ayudar a cumplir los objetivos marcados, y para contribuir al desarrollo profesional de las personas a las que se dirige. Responde a las necesidades formativas de cada perfil y a la experiencia de cada alumno. Los programas de formación incluyen, además, información corporativa orientada a transmitir la política, cultura, estrategia y valores de la compañía; capacitación técnica, orientada al conocimiento de los procesos de las distintas áreas o divisiones del Grupo; y formación comercial, dirigida a proporcionar conocimientos sobre productos, herramientas, habilidades y técnicas de venta.

En 2013 se han impartido cerca de 1,5 millones de horas de formación a mediadores, con programas que contemplan principalmente formación comercial y técnica, entre otras materias.

A lo largo de 2013 la formación se ha distribuido de la siguiente forma:



MEDIADORES		Tipo	HORAS
COMERCIAL	Multimedia		332.904
	Presencial		599.670
TRANSVERSAL	Multimedia		89.578
	Presencial		165.068
TÉCNICA	Multimedia		39.040
	Presencial		265.279
TOTAL GENERAL			1.491.540

ACUERDOS DE DISTRIBUCIÓN

Podemos destacar también la aportación de negocio y la atención especializada que prestan los canales complementarios procedentes de acuerdos con entidades financieras, talleres, concesionarios de automóviles, centros comerciales, etc.

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

Al cierre de 2013, el grupo contaba con 2.247 acuerdos de distribución que complementan la actividad comercial de su red.

MAPFRE distribuyó sus productos en 2013 a través de 8.776 oficinas de bancaseguros, 3.273 en España y Portugal y 5.503 en otros países, cifra que incluye la extensa red de BANCO DO BRASIL entre otras entidades.

PRINCIPALES ACUERDOS DE DISTRIBUCIÓN CON ENTIDADES FINANCIERAS

PAÍSES	Entidades Financieras	Nº de acuerdos
Argentina	Banco Patagonia/Santander/ ICBC Banco de Crédito y Securitización (BACS)/Banco Hipotecario	20
Brasil	Banco do Brasil	79
Colombia	Corpbanca/Gmac/Crezcamos	5
Chile	Banco Bice/Banco Itau-Banco Chile	7
España* y Portugal	Bankia/Bankinter/Banco Castilla-La Mancha/Banco de Caja España de Inversiones Salamanca y Soria/ Catalunya Banc	60
Malta	Bank of Valleta	1
México	Santander-Scotiabank/CI Banco	6
Panamá	Banvivienda Delta/BAC/BANISI/MULTIBANK/BICSA/ CORPORACIÓN DE CRÉDITO	7
Paraguay	BBVA/Itau/Banco Regional	6
Perú	Scotiabank/ Ripley/ Banco Financiero/Santander/BanBif y principales Cajas del país	21
Puerto Rico	Banco Popular/Doral Bank/Reliable Financial	8
República Dominicana	Banco BHD/ARS PALIC SALUD/BANCO POPULAR DE AHORROS Y PRÉSTAMOS	1
Turquía	Aktifbank/Finansbank	2
Uruguay	Citibank/Itau/HSBC/BBVA/Santander-Creditel	6

* En España algunos de los acuerdos mencionados proceden de otros anteriores: Bankia/Caja Madrid; Banco Castilla-La Mancha/CCM; Banco de Caja España de Inversiones Salamanca y Soria/Caja Duero y Catalunya Banc/Catalunya Caixa

MAPFRE y sus proveedores

MAPFRE mantiene con sus proveedores relaciones basadas en la calidad de los servicios y productos que ofrecen, y en la integridad de sus prácticas empresariales, a la vez que les asegura transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establece el Código Ético y de Conducta y la nueva Norma Corporativa de Compras, aprobada por la Comisión Delegada en el mes de junio de 2013.

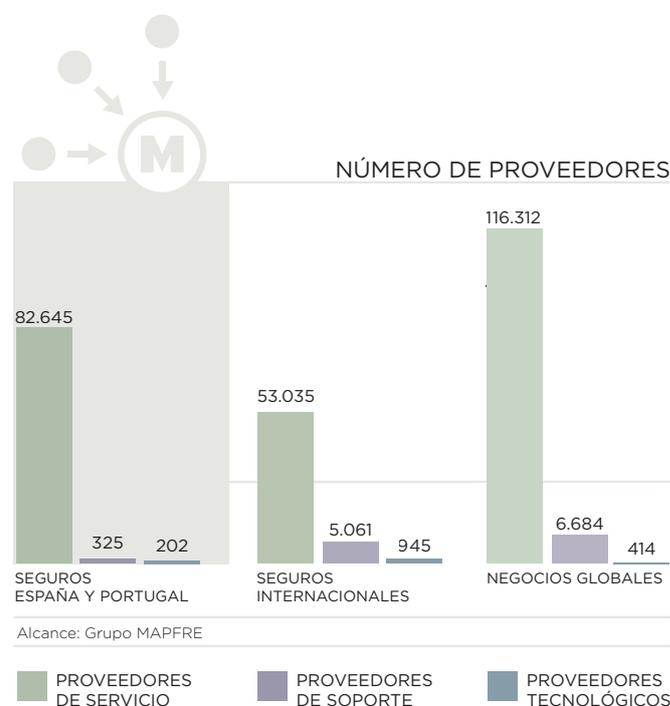
Dicha norma, de carácter global, tiene por objeto establecer los criterios y principios de obligado cumplimiento que debe observar cualquier contratación que se realice en nombre de MAPFRE, y la gestión de la relación con los proveedores del Grupo, tanto los de servicios operativos de negocio, como los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

TIPOS DE PROVEEDORES

En el Grupo se distinguen las siguientes categorías de proveedores:

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

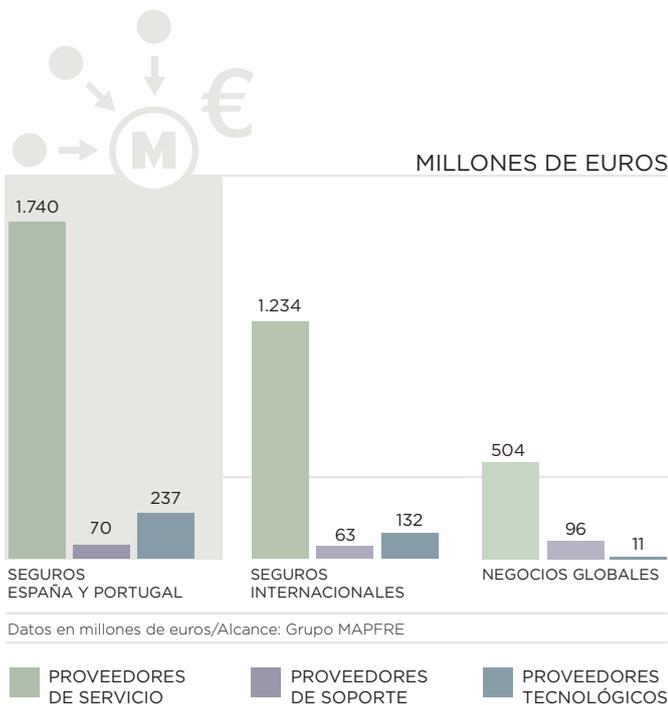
En total, MAPFRE ha mantenido principalmente relación en 2013 con 265.623 proveedores con el siguiente desglose:





Grúas MAPFRE

En 2013, el coste total facturado por los proveedores a entidades de seguros del Grupo ha ascendido a más de 4.087 millones de euros, con el siguiente detalle:



CANALES DE RELACIÓN CON PROVEEDORES Y SISTEMAS DE APOYO

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

Entre las novedades en canales específicos, con el objetivo de crear un canal de comunicación creciente y continuo con los prestadores del GRUPO BB y MAPFRE, en Brasil se ha editado por primera vez la revista SIM - red de servicios, de carácter trimestral, que se acompaña con un boletín on line. Colombia, por su parte, acaba de estrenar también un portal específico para proveedores.

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PROVEEDORES Y RELACIÓN CON ELLOS

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

La selección y contratación de productos o servicios a terceros debe realizarse dentro del marco de la Ley y de los principios básicos establecidos en el Código Ético y de Conducta y la Norma Corporativa de Compras, con criterios técnicos, profesionales y económicos adecuados, y siempre atendiendo a las necesidades e intereses del Grupo.

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

Como regla general, no se deberá contratar con personas físicas y, si así fuera por interés del Grupo, se deben adoptar las medidas necesarias para evitar que éste se convierta en un proveedor dependiente del mismo. Para ello, se aplicará la norma general mencionada de que la facturación total no supere el 50 por 100 de los ingresos. Este tipo de contrataciones se deberán validar especialmente con las respectivas áreas jurídicas para su adecuada realización.

Los empleados deben situar los intereses de la empresa por encima de los suyos propios en cualquier negociación realizada en nombre de MAPFRE. Ningún empleado podrá recibir u ofrecer cantidades en concepto de comisiones o gratificaciones, ni regalos o favores de cualquier otra naturaleza por actuaciones que esté realizando en nombre de MAPFRE, salvo los regalos de cortesía de valor simbólico o de carácter publicitario, de acuerdo con lo establecido en las normas internas de contratación y gastos.

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

> ANÁLISIS DE NECESIDADES
> HOMOLOGACIÓN PARA CADA TIPOLOGÍA DE PROVEEDOR
> ANÁLISIS DE LAS CAPACIDADES APORTADAS POR LOS DISTINTOS PROVEEDORES Y DE SU COBERTURA GEOGRÁFICA
> ACREDITACIÓN DE FLEXIBILIDAD ANTE CAMBIOS
> PROCESO DE NEGOCIACIÓN, ESTABLECIENDO LOS PRECIOS/TARIFAS DE MERCADO A APLICAR
> REVISIÓN DE LA CALIDAD DEL BIEN O SERVICIO, CON ANÁLISIS DE VALORES AÑADIDOS, MEDIANTE IMPLANTACIÓN DE MODELOS DE GESTIÓN QUE PERMITAN SU MEDICIÓN
> VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES CONTRACTUALES
> PROCESO DE PAGO

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

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

- > Criterios de selección de proveedores que valoran su comportamiento ambiental así como la huella ambiental de sus productos y servicios, especialmente de aquellos que se consideran de mayor impacto ambiental o energético. Así, las nuevas plataformas corporativas de gestión de proveedores recogen los criterios de sostenibilidad en las especificaciones de compra y en las matrices utilizadas para las comparaciones de ofertas.
- > Cláusulas medioambientales en todos los pliegos de contratación y en los contratos de los servicios que se llevan a cabo en las instalaciones de MAPFRE.
- > Información a proveedores de actividades o servicios sobre buenas prácticas en el desarrollo de su actividad con impacto en el entorno en el que operen en centros de trabajo con certificado ambiental. Una iniciativa destacable en este sentido, llevada a cabo en Brasil, es la de las 'Academias de Sostenibilidad', que consiste en encuentros sobre temas específicos, de acuerdo con la necesidad de los proveedores, corredores y colaboradores.

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

HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

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

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

Será motivo de no homologación de un proveedor el negarse a firmar o incumplir alguna de las cláusulas de Protección de Datos; Tratamiento de Datos de Proveedores; Carta de Compromiso Medioambiental y Energético; Cláusula de Igualdad para Proveedores; Declaración de relación de contratistas, accionistas o personas vinculadas con el proveedor, que puedan tener con personas vinculadas a MAPFRE; y Cláusula de Responsabilidad Social.

FIDELIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE es alta, siendo la rapidez en el pago uno de los factores más valorados. Su rotación es, en general, reducida. Las razones más habituales de las bajas son el incumplimiento de sus obligaciones, o su inadaptación a los requerimientos del servicio en cada momento.

MAPFRE ha desarrollado programas específicos de fidelización de sus proveedores en distintos países, siendo común ofrecerles ventajas como descuentos en seguros, viajes o vehículos. Como ejemplos, en España además de lo ya citado, se elabora un ranking anual por categorías profesionales y se premia a los diez mejores de cada grupo; en Paraguay destaca el sistema de pago rápido, con el que atienden esta gestión en un plazo de 48 horas; y MAPFRE ASISTENCIA ofrece descuentos en neumáticos, navegadores, combustible, mensajería y ropa de trabajo a sus proveedores en países como Turquía, Estados Unidos, Grecia, Irlanda o Italia.

Todas las entidades del Grupo llevan a cabo un seguimiento de la calidad del servicio que prestan sus proveedores, principalmente a través de visitas a las instalaciones del proveedor o encuestas entre los clientes. Las evaluaciones de calidad y los criterios utilizados varían en función de las actividades que realizan para MAPFRE. En general, se lleva a cabo una evaluación del grado de cumplimiento del servicio, del plazo en el que se ha realizado el mismo, y de la competitividad de sus tarifas.

El sistema de evaluación de los proveedores extrae información de diferentes canales como son las incidencias detectadas por los operadores; visitas, reuniones o convenciones de proveedores; comités de compras; comunicación con el cliente; y auditorías internas y específicas. En este sentido, MAPFRE ASISTENCIA mide en cada una de sus unidades una serie de parámetros mínimos que incluyen ratios de rechazo de servicios y de reclamaciones procedentes, el tiempo medio de llegada al lugar de la asistencia, la satisfacción de clientes y el estado de los equipos y las instalaciones.

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



Aenor certifica la calidad del servicio de proveedores de MAPFRE FAMILIAR

FORMACIÓN

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

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

En general, es práctica habitual el desarrollo de sistemas, materiales, dossiers formativos, herramientas y cursos on-line y presenciales para proveedores, que faciliten su labor y mantengan actualizados sus conocimientos sobre modificaciones legislativas, desarrollos tecnológicos y otros temas relevantes para el desarrollo de sus funciones.

Por ejemplo, MAPFRE España, que ha incorporado en 2013 a 396 proveedores, además de realizar con cada uno de ellos acciones detalladas de formación sobre aspectos como las herramientas de comunicación con la compañía, ha organizado reuniones conjuntas para profesionales de la misma actividad y reuniones individuales para proveedores que son los únicos prestadores de su actividad en su zona además, de visitas con proveedores a riesgos asegurados y encuentros semanales con aquellos proveedores en los que se detecta que pueden estar fallando en la prestación del servicio. Como prueba de la efectividad en la dedicación a los proveedores, la mayoría de clientes valora con una calificación alta de entre 7 y 10 el cumplimiento de sus expectativas en servicios como grúa (97%), carrocería y chapa (94%) o rent a car (93%).

Muchos otros países destacan por iniciativas como la capacitación de proveedores en materia de Política Medioambiental y Energética y Gestión de Residuos en el caso de Colombia o la formación especializada en sistemas informáticos en Puerto Rico.

En el caso de Brasil, este país ha desarrollado un Modelo de Gestión Sostenible de Proveedores (desde 2012) que incluye formación, evaluación y seguimiento para una clasificación según el grado de sostenibilidad de sus procesos. Asimismo, se definen los temas clave a trabajar con ellos y se establece un modelo de seguimiento y evaluación para ofrecer a los proveedores estratégicos un refuerzo según los principios y valores de MAPFRE.





5

Dimensión medioambiental de MAPFRE

El concepto de Responsabilidad Social para MAPFRE integra una parte muy importante del comportamiento con el entorno, asumiendo el compromiso de “contribuir a satisfacer las necesidades presentes y futuras de la Sociedad”. De ahí la importancia del desarrollo de la actividad empresarial de manera responsable y respetuosa con el Medio Ambiente teniendo en cuenta los tres pilares de la Política Medioambiental y Energética.

INTEGRACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA ENERGÍA EN EL NEGOCIO

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA

PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA

(Ver. Política Medioambiental y Energética. Publicada en www.mapfre.com)

Estrategia medioambiental de MAPFRE

El Grupo ha puesto en marcha un proyecto estratégico de gestión medioambiental, basado en la mejora continua de sus actuaciones y orientado hacia la contribución al desarrollo sostenible.

Este proyecto tiene establecidas sus bases en la Política Medioambiental y Energética con el objetivo de lograr la implantación global en las entidades del Grupo a través de la estrategia basada en las siguientes líneas de actuación:

- > Desarrollo e implantación de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética (SIGMAYE), basado en las Normas Internacionales ISO 14001 e ISO 50001.
- > Definición de líneas de actuación específicas para los siguientes grupos de interés de MAPFRE:
 - > **Asegurados y Clientes:** búsqueda permanente de soluciones aseguradoras de carácter ambiental y prestación de servicios ambientales a los clientes.
 - > **Accionistas e Inversores:** adhesión a los principales programas e iniciativas en los que se valora la gestión ambiental de la empresa.
 - > **Sociedad:** cumplimiento de la legislación ambiental y energética de aplicación, utilización de los recursos de manera racional y evaluación permanente para la optimización del uso de los mismos, así como difusión y

promoción de prácticas medioambientales a través de foros nacionales e internacionales como mecanismo de contribución a la sociedad.

- > **Proveedores:** establecimiento de criterios ambientales para la toma de decisión en los procesos de compras corporativas, así como procesos para extender los compromisos ambientales y energéticos a la cadena de valor y cálculo de huella ambiental asociada a sus servicios prestados.
- > **Empleados:** formación y sensibilización a través de diversas iniciativas tanto de carácter global como local.
- > **Globalidad** basada en el desarrollo e implantación del Plan Estratégico Medioambiental de Expansión Internacional.

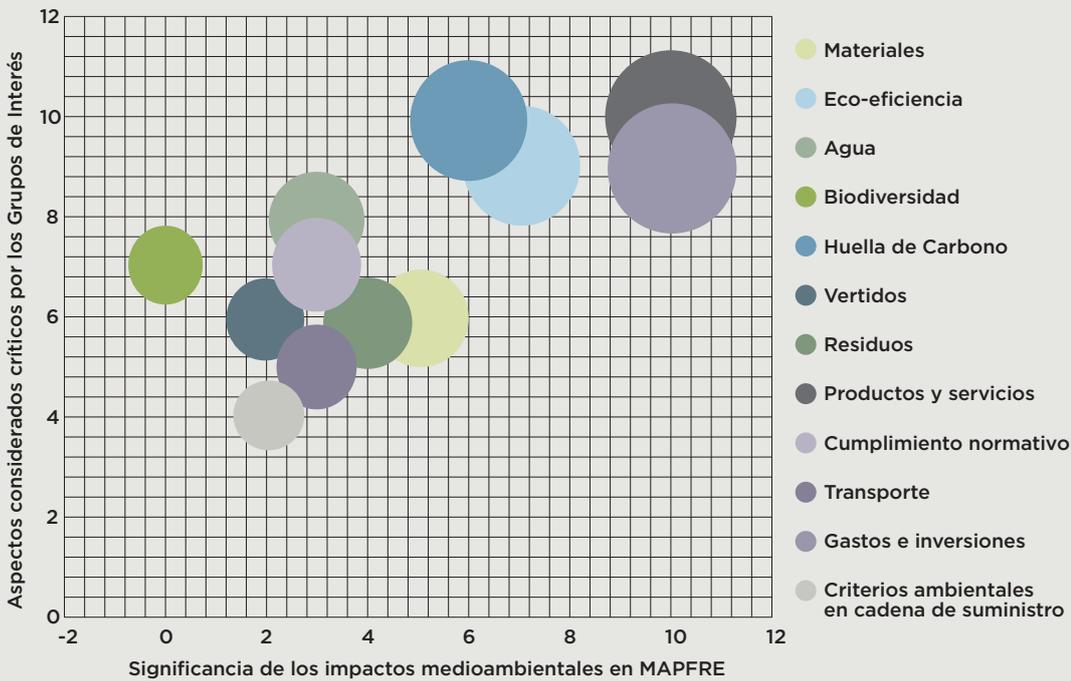


> Análisis de materialidad medioambiental:

Desde la Dirección de Medio Ambiente, se ha llevado a cabo un análisis inicial de aquellos aspectos ambientales que por su relevancia, tanto para la entidad como para los grupos de interés anteriormente citados, se han considerado "materiales".

En el presente informe Anual, se hace referencia a cada uno de estos aspectos:

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD



ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES CLAVE DE MAPFRE

- > **PRODUCTOS Y SERVICIOS** Ver capítulo MAPFRE y sus clientes, pág. 42
- > **EVALUACIÓN DE PROVEEDORES** Ver capítulo MAPFRE y sus proveedores, pág. 65
- > **ECO-EFICIENCIA** Pág. 77 de este capítulo
- > **HUELLA DE CARBONO** Pág. 78 de este capítulo

Objetivos y planes estratégicos

MAPFRE establece su estrategia medioambiental mediante planes de carácter trienal y objetivos anuales, cuyo grado de cumplimiento es una muestra del desempeño del Grupo.

OBJETIVOS AMBIENTALES Y LOGROS DE 2013

OBJETIVOS 2013	ACTUACIONES REALIZADAS Y LOGROS ALCANZADOS
INCREMENTO DE EMPLEADOS TRABAJANDO EN CENTROS CERTIFICADOS MEDIOAMBIENTALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> - Certificación de la Sede de MAPFRE PUERTO RICO. - Certificación de la Sede de MAPFRE COLOMBIA. - Certificación de la Sede de la Dirección Gral. Territorial Este en España.
EXPANSIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO MEDIOAMBIENTAL A NUEVAS ENTIDADES	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de requisitos legales, diagnóstico medioambiental y aprobación del Plan Estratégico local en: <ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE VENEZUELA - MAPFRE PARAGUAY - MAPFRE REPÚBLICA DOMINICANA - MAPFRE PORTUGAL - Elaboración de diagnóstico medioambiental en: <ul style="list-style-type: none"> - Sede de MAPFRE PORTUGAL - MULTICENTRO de Pamplona - Edificio Singular Llodio 2-4 de Madrid - Implantación del Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energético Corporativo en: <ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE BRASIL - MAPFRE MÉXICO - MAPFRE ARGENTINA
REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES DE ALCANCE 1,2 Y 3 (SEGÚN GHG PROTOCOL)	<ul style="list-style-type: none"> - Actuaciones de control de consumos en edificios mediante instalación de nuevos medidores. - Mejora de la eficiencia energética de las instalaciones de iluminación y climatización mediante sustitución y/o renovación de equipos o activación mediante detección de presencia. - Mejora de la operativa existente para el control y mantenimiento de las instalaciones de los edificios. - Actuaciones sobre la envolvente de edificios como instalación de protecciones solares o renovación de elementos de la fachada con criterios de eficiencia energética.
MEJORA DEL COMPORTAMIENTO AMBIENTAL Y ENERGÉTICO DE PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliación del alcance del Sistema operativo de gestión de energía de equipos informáticos de la red de oficinas delegadas. - Incorporación de criterios ambientales y energéticos en la Norma de Compras Corporativa. - Revisión del proceso de comunicaciones ambientales a contratistas y proveedores. - Uso de agentes extintores respetuosos con el medio ambiente en nuevas instalaciones fijas de protección contra incendios.
INCLUSIÓN DE LOS POLICLÍNICOS SALUD 4 Y CENTROS DE SERVICIO EN EL MODELO DE GESTIÓN CENTRALIZADA DE RESIDUOS DE MAPFRE EN ESPAÑA	<ul style="list-style-type: none"> - Incorporación de los servicios de gestión de residuos sanitarios, residuos peligrosos y otros, a los acuerdos marco de gestión centralizada consiguiendo una mejora del servicio y optimización de los costes previos de gestión
INCREMENTAR LOS PROCESOS DE REUTILIZACIÓN DE EQUIPOS OFIMÁTICOS FRENTE AL RECICLADO EN PLANTA DE TRATAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> - Fomento y mejora de los canales para la donación de equipos. - Definición de procesos de reutilización interna en MAPFRE.

Por otra parte, en el Plan 2014-2016, se han establecido líneas de actuación enfocadas a continuar con la expansión del Plan Estratégico en entidades internacionales, así como a mejorar las operativas de obtención, verificación y reporte de datos a nivel global y en concreto aquellos relativos a la huella de carbono y eco-eficiencia de MAPFRE:

LÍNEAS DE ACTUACIÓN 2014-2016

E-LEARNING CORPORATIVO: actualización y desarrollo de nuevos contenidos sobre sostenibilidad y huella ambiental

ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE CONCIENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN MEDIOAMBIENTAL CORPORATIVO

AMPLIACIÓN DEL ALCANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO MEDIOAMBIENTAL CORPORATIVO

Certificación de nuevas Sedes de Entidad e inicio de diagnósticos y planes estratégicos locales en países internacionales

Ampliación del alcance del Sistema Integrado de Gestión medioambiental y energética para la implantación y certificación de nuevas sedes de entidad conforme a la ISO 50001 de Gestión Energética

MEJORA DE LA ECO-EFICIENCIA DE MAPFRE

DEFINICIÓN DE NUEVOS PROCESOS PARA EL CÁLCULO Y VERIFICACIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO CORPORATIVA DE MAPFRE

Desarrollo e implantación de procedimientos corporativos e instrucciones locales para el cálculo y verificación de la huella de carbono en MAPFRE

Desarrollo de pruebas piloto de control y ahorro en oficinas directas de España y desarrollo del plan de implantación

Definición del nuevo Plan de Eficiencia Energética de MAPFRE y adopción de compromisos

Gestión medioambiental y energética en MAPFRE

Gestión Medioambiental

Hasta 2010, las principales actuaciones referidas al SIGMAYE se venían desarrollando en España, y en concreto en los edificios Sede Social de Entidades, edificios Sede de las Direcciones Generales Territoriales, así como en los que albergan otras actividades de MAPFRE como los talleres MULTISERVICAR, el centro de investigación de CESVIMAP y los policlínicos SALUD 4.

El carácter corporativo y global del desarrollo del sistema desde sus inicios nos ha permitido traspasar fronteras para, tras aprobar en el año 2010 el Plan Estratégico de Expansión Medioambiental, iniciar en 2012 la implantación local del Sistema de Gestión Medioambiental y Energética en países con gran madurez del negocio asegurador, como se refleja en el siguiente gráfico:



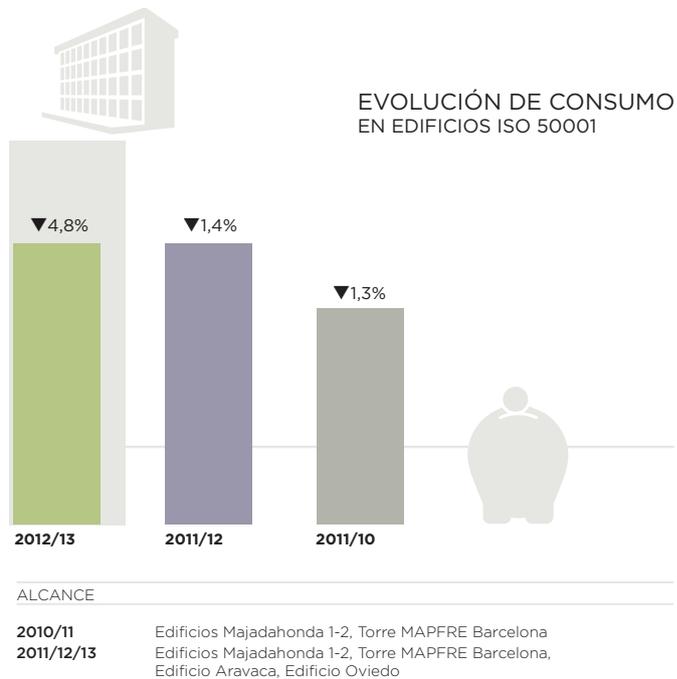
Fruto de este proceso, 5.738 empleados de MAPFRE trabajan en edificios certificados conforme a la ISO 14001.

	2013	2012	% variación
Empleados	5.738	4.549	26,14

Gestión Energética

Debido a la madurez del Sistema Integrado de Gestión en su parte ambiental, se está impulsando la gestión energética conforme a los principios definidos en la política de referencia de MAPFRE en esta materia, para implantar de manera transversal y global las directrices de eficiencia energética y cambio climático.

La certificación ISO 50001 supone la puesta en marcha de un Sistema de Gestión Energética Corporativo, integrado en el Sistema de Gestión Medioambiental (SIGMAYE), que se sustenta en la identificación de las fuentes de energía, el control de consumos y la identificación de usos e instalaciones con mayor demanda energética en los edificios, con el fin de desarrollar acciones de mejora continua que representen un desempeño energético más eficiente.



Cabe destacar que en el año 2014 se completará la implantación de la norma ISO 50001 del complejo Sede Social de Majadahonda (Madrid) con la inclusión de los Edificios 3 y 4. De esta forma quedarán bajo esta norma los 34.152 m², más de 2.000 empleados, y una demanda energética anual próxima a los 20.000 MWh, que supone el complejo de edificios. Además, con la entrada del nuevo edificio 4 de la Sede Social del Grupo, se incluirá por primera vez la gestión de energía solar bajo la Certificación ISO 50001.

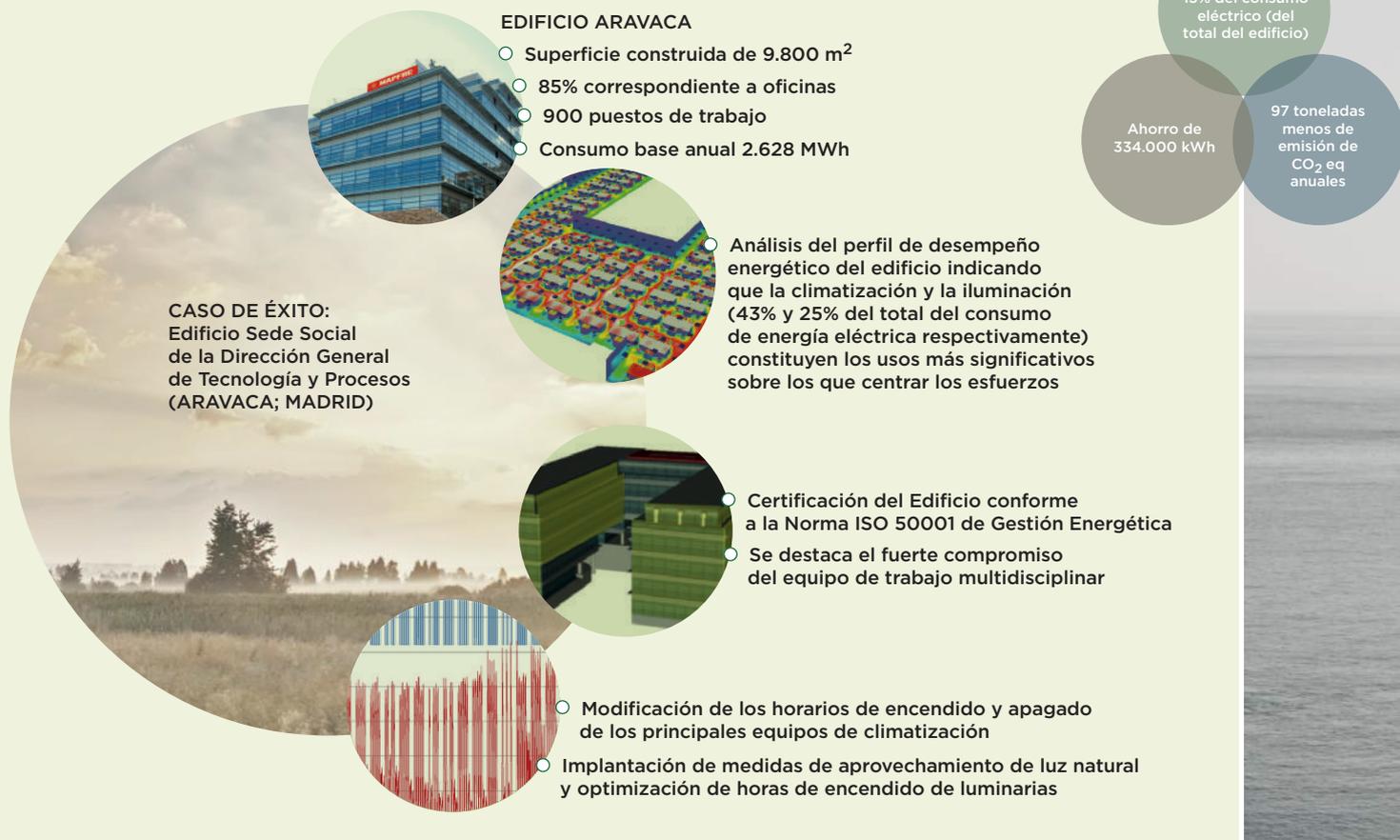
El Sistema de Gestión Energética sirve de apoyo para la continua adaptación al marco legal que realiza MAPFRE respecto a requisitos en Instalaciones con uso energético significativo, como por ejemplo, la adaptación a la nueva legislación en materia de instalaciones frigoríficas y térmicas.

El seguimiento del comportamiento de cada uno de los edificios gestionados bajo ISO 50001 se realiza a través de una serie de indicadores que constituyen el punto de partida y referencia para dimensionar su evolución. Estos indicadores están disponibles en la web corporativa:

<http://www.mapfre.com/responsabilidad-social/es/informativo/politica-medioambiental-mapfre.shtml#>

CASO DE ÉXITO: implantación ISO 50001 edificio Aravaca (Madrid)

Una muestra fehaciente del efecto de la implantación de la gestión energética en los edificios la constituyen los ahorros obtenidos en el edificio de MAPFRE en Aravaca (Madrid), sede de la Dirección General de Tecnología y Procesos del Grupo, en el que, partiendo de una situación de relativa eficiencia, se han conseguido los resultados que se muestran en el gráfico.



ECO-EFICIENCIA

MAPFRE, de acuerdo a la estrategia establecida a través de su Política Medioambiental y Energética, desarrolla acciones para satisfacer, de forma sostenible, sus necesidades energéticas. De esta manera, a la vez que se afianzan los compromisos asumidos en relación al cambio climático, se consiguen ahorros económicos. Dentro de las medidas de Eco-eficiencia realizadas en 2013, tanto a nivel corporativo como local, destacan las siguientes:

- > Desarrollo de una Norma de Compras corporativa en la que se incorporan, de manera específica, criterios energéticos en la homologación y selección de proveedores.
- > Extensión del uso del enfriamiento gratuito -Freecooling- y ajuste de puntos de consigna de equipos de control, para la climatización de oficinas y otros edificios de uso administrativo.

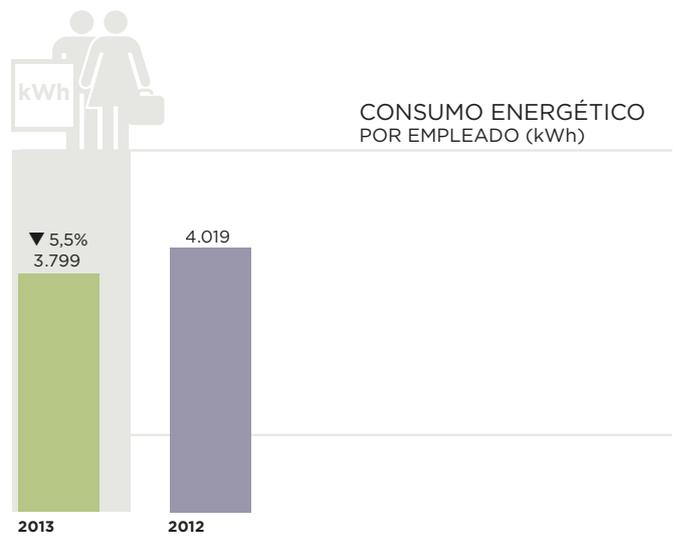
- > Aplicación de políticas de ahorro energético en el software de gestión de las plataformas informáticas.
- > Políticas de ahorro mediante racionalización de horarios de apertura y cierre de edificios.
- > Aplicación de criterios de eficiencia energética en el diseño y construcción de los nuevos Centros de Procesos de Datos.
- > Renovación de instalaciones de iluminación y climatización con criterios de eficiencia energética.
- > Finalización del proyecto para la implantación de la gestión centralizada de impresión, entre cuyas funciones destacan la monitorización. Este proyecto ha supuesto un ahorro cercano a los 150.000 kWh en el año 2013.



La tabla adjunta muestra indicadores de consumo de energía en los establecimientos de MAPFRE:

	INDICADORES DE CONSUMO DE ENERGÍA		
	Unidad	2013	2012
Consumo energía total	MWh	129,97	112,41
Total energía consumida/empleado	kWh/ empleado	3,79	4,02
Consumo energía eléctrica	MWh	113,79	98,21
Consumo gas natural	MWh	12,22	10,63
Consumo de gasóleo en edificios	L	399.625,51	364.750,32

A continuación se reflejan indicadores globales que representan la intensidad energética de MAPFRE:



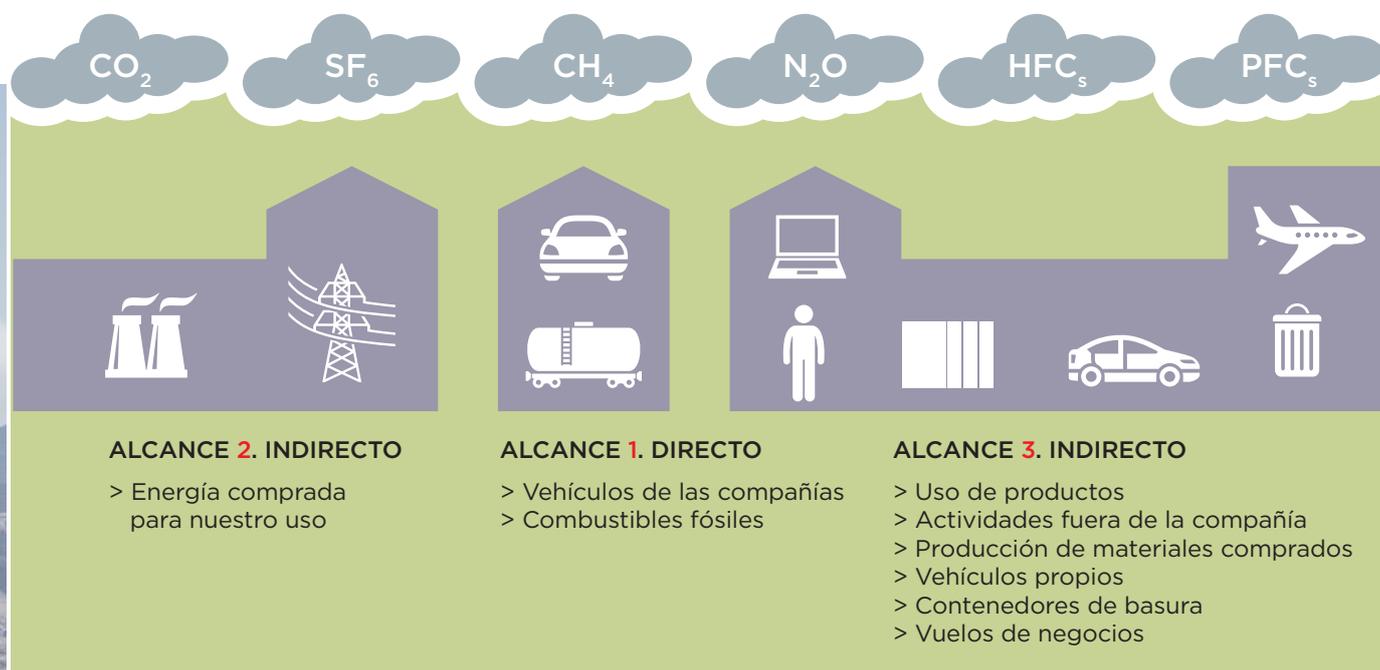
Huella de carbono

Uno de los grandes desafíos a los que nuestra entidad se enfrenta es el de alcanzar un desarrollo económico sostenible y competitivo, así como contribuir a la mejora del medio ambiente, reduciendo, entre otras, las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (en adelante GEI) y otros gases contaminantes.

Por ello, MAPFRE determina, cuantifica y evalúa la huella de carbono ocasionada por su actividad, basándose en las siguientes normas y metodologías:

- > Metodología propuesta para el Sector Oficinas, por “The Greenhouse Gas (GHG) Protocol. A Corporate accounting and reporting standard”, del World Business Council for Sustainability Development.
- > Las nuevas categorías incluidas en el Alcance 3 se obtienen según la clasificación del Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard del GHG Protocol.
- > Se emplean factores de emisión específicos de acuerdo con las directrices del Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) de 2006 para los inventarios nacionales de GEI y otras fuentes documentales y bibliográficas contrastables.

La clasificación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) contempladas en el inventario se realizan conforme a los alcances que muestra el siguiente gráfico:



Fuente gráfico GHG Protocol

A continuación, para cada uno de los alcances, se presenta el inventario de emisiones de CO₂ de MAPFRE⁴.

Alcance 1. Emisiones directas de GEI, entendiéndose por éstas, las que son controladas por la propia compañía, las que proceden de edificios, oficinas, talleres y vehículos pertenecientes a la flota.

MAPFRE aplica programas de mantenimiento y control, cuyo objetivo no es sólo asegurar que las instalaciones susceptibles de generar emisiones a la atmósfera cumplen los parámetros que establece la normativa, sino que su rendimiento es óptimo y, por tanto, sus emisiones son las mínimas.

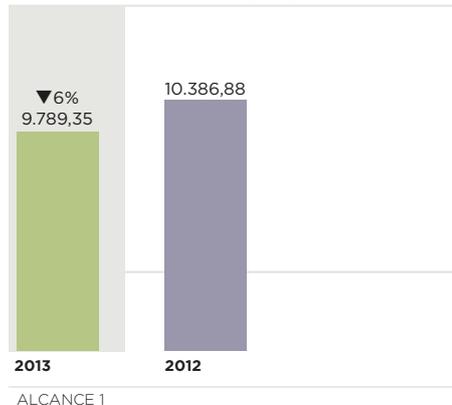
Alcance 2. Emisiones indirectas derivadas del consumo de energía eléctrica originado por las actividades que se llevan a cabo en el interior de sus establecimientos.

MAPFRE hace un seguimiento de los consumos, lo que nos permite evaluar el efecto de los programas e iniciativas de ahorro de energía, tanto individuales como agrupados, que lleva a cabo la compañía.

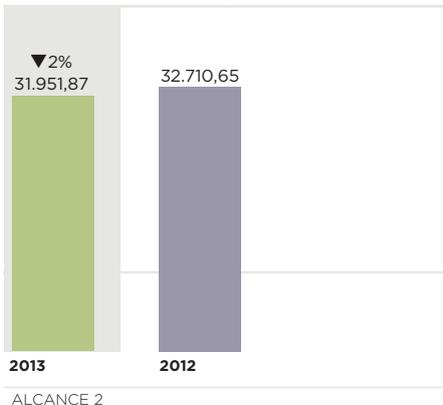
Alcance 3. Emisiones indirectas correspondientes a los bienes y servicios requeridos para la actividad empresarial.

MAPFRE ha calculado las correspondientes a viajes de empresa y consumo de papel, así como las emisiones evitadas mediante videoconferencia y servicio de lanzaderas de autobuses. Estas categorías se reportan conforme a las indicaciones del "Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard del GHG Protocol".

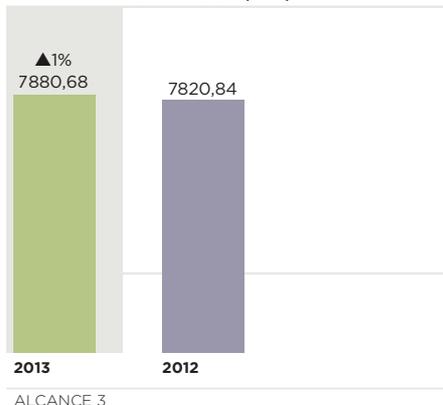
EMISIONES DE CO₂ (Tm)



EMISIONES DE CO₂ (Tm)

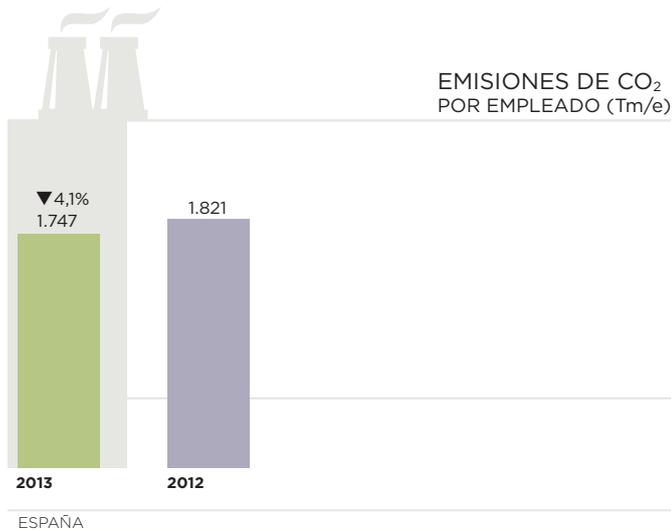


EMISIONES DE CO₂ (Tm)



(4) Engloba las emisiones de las actividades realizadas por MAPFRE en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, EEUU, México, Puerto Rico y Turquía

Gráfico. Emisiones de CO₂/ empleado



A continuación se detallan para el Alcance 3 las diferentes iniciativas llevadas a cabo que tienen por objeto reducir las emisiones relacionadas con bienes y servicios de la actividad empresarial:

OBJETIVO	INICIATIVAS
TELECOMUNICACIONES	Los programas de reducción de estas emisiones se centran, por un lado, en el desarrollo del teletrabajo, y por otro, en la promoción de las conferencias, videoconferencias, que evitan desplazamientos de los empleados entre distintas zonas geográficas
REDUCCIÓN CONSUMOS	Ecoeficiencia en edificios y control de consumos de agua, impulsadas por el SIGMAYE Proyectos de adquisición de papel “cero emisiones”
TRANSPORTE EMPLEADOS	MAPFRE pone una serie de servicios a disposición de los empleados para promover medidas de movilidad sostenible buscando alternativas al vehículo privado: - autobuses y lanzaderas, de uso gratuito, que comunican los principales edificios corporativos con importantes puntos de conexión de la ciudad. Dispone de lanzaderas para dar servicio a los edificios Sede de Majadahonda y Aravaca en España, en Turquía, Argentina, México y Puerto Rico - además, se han desarrollado otras iniciativas como la aplicación “Compartir coche” en España y Estados Unidos, que facilita el contacto entre empleados que hacen trayectos similares al centro de trabajo y quieren compartir vehículo

Gestión de recursos

Gestión del agua

MAPFRE es consciente de la importancia que tiene realizar una gestión adecuada del agua en la conservación de los ecosistemas así como en el proceso de adaptación al cambio

climático. Por eso, con el lema “Cada gota cuenta”, ha venido desarrollando actuaciones dirigidas tanto a la sensibilización de los empleados en su uso como en el control operacional de este aspecto en el mantenimiento de los edificios:

> Convenio de Colaboración con el Canal de Isabel II para fomentar el uso adecuado y responsable del agua, dentro del Proyecto “El Reto del Agua”.



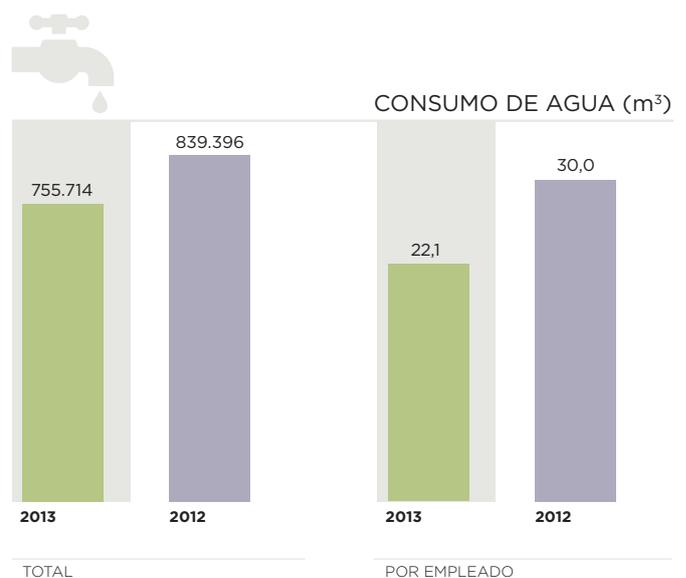
> Instalación de medidas de ahorro de agua (perlizadores, temporizadores, sensores, doble descarga...) en todos los edificios.

> Control de consumos internos mediante la instalación de contadores propios, medida encaminada a la optimización del recurso.

> Mantenimiento continuo para la detección y reparación de fugas.

> Campañas de sensibilización para empleados.

Desde el inicio de las actuaciones medioambientales en MAPFRE, se han logrado importantes ahorros en el consumo de agua de los edificios. Un ejemplo de ello es el la reducción de consumo de agua superior al 30% que ha experimentado la sede de Puerto Rico en la que se ha implantado y certificado en 2013 el sistema corporativo de gestión medioambiental. México, que también se ha incorporado a la instalación de medidas de ahorro en las oficinas, cuenta con una planta de tratamiento de agua.



Gestión del consumo de papel

La implantación progresiva del proceso de gestión centralizada de impresión, que incluye la monitorización de los trabajos de impresión y la preferencia de configuraciones de ahorro que incorpora la mayoría de los equipos ofimáticos, conlleva un importante ahorro de papel y consumibles, lo que ha contribuido al descenso en los consumos de dichos recursos, como se muestra en la tabla adjunta. El ahorro de consumo de papel atribuible a este proyecto es de 35.500 kg

La implantación progresiva de compra corporativa con criterios medioambientales ha dado lugar a la utilización de papel procedente de otras materias primas. Es el caso de MAPFRE COLOMBIA que, desde febrero de 2013, utiliza para impresión y copia papel elaborado a partir de fibra de caña de azúcar, materia prima natural, renovable, reciclable y 100 por 100 biodegradable.

De igual forma, se generaliza el uso de papel respetuoso con el medio ambiente: el papel de copias es libre de cloro (ECF), y se ha ampliado el alcance de los certificados de explotación sostenible para el papel consumido. Mientras que en años anteriores dichos certificados respaldaban de forma casi exclusiva el consumo en España, en 2013 se ha utilizado también en entidades de Brasil, Colombia, México, Paraguay, Puerto Rico y República Dominicana.

También ha colaborado al ahorro de consumo de papel la iniciativa lanzada en 2012 de presentar en un formato digital los packs de bienvenida que se entregan al cliente con toda la documentación de su seguro, y que se ha iniciado con los clientes que contratan seguros de las modalidades Autos, YCAR, Camiones, Póliza Ecológica y Motos.

INDICADORES DE CONSUMOS DE PAPEL Y TÓNER	Unidad	2013	2012
Total consumo de papel	Tm	3.750	4.148
Total consumo papel reciclado	Tm	21,8	nd
Total consumo papel "carbon neutral"	Tm	65,5	12,8
Papel con etiqueta ecológica sobre total papel consumido	%	38,9%	nd
Papel consumido/empleado	Tm	0,11	0,15
Total consumo de tóner	Ud	18.724	nd

Otras actuaciones de ahorro de recursos que cabe destacar son las implantadas sobre políticas de impresión en las entidades de Colombia, EE.UU, Guatemala, República Dominicana y Venezuela para el ahorro de papel y consumibles.

Gestión de residuos

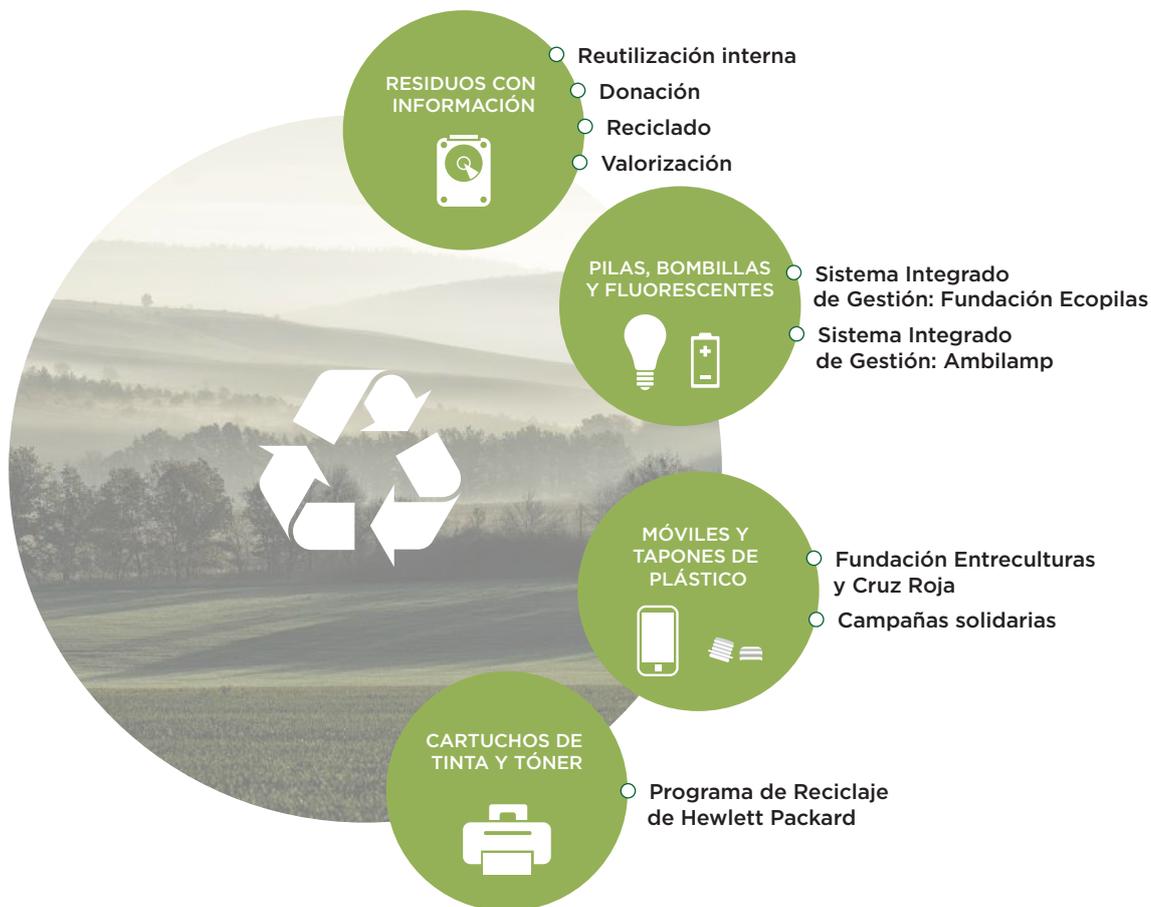
En el marco del sistema integrado de gestión y reforzando el modelo de gestión centralizada, MAPFRE posee procedimientos de gestión y control de residuos a través de los cuales se definen los protocolos para su adecuada segregación, disposición, almacenamiento, control y posterior gestión, teniendo en cuenta tanto la tipología de los residuos generados como la procedencia de los mismos conforme al cuadro adjunto:

TIPOLOGÍA DE RESIDUOS GENERADOS	Mantenimiento de los edificios	Actividad administrativa	Canal doméstico	Actividad Sanitaria
	Residuos peligrosos	Móviles		Residuos Sanitarios
	Pilas			Medicamentos caducados y sus envases
	Fluorescentes y bombillas	Papel	Radiografías	
		Cartuchos de tinta y tóner	Tapones de plástico	
		Soporte informático		
	Equipos ofimáticos fuera de uso			

Todos los residuos se gestionan a través de los mecanismos fijados por la legislación y en consonancia con las mejores prácticas medioambientales, donde priman la reducción, la reutilización y el reciclaje. La tabla adjunta muestra las cifras globales de tratamiento de residuos en MAPFRE en 2013.

RECICLAJE Y RECUPERACIÓN DE RESIDUOS	Medida	
Tóner reciclado	kg	12.848
Papel reciclado	kg	1.123.831
Ordenadores y equipos electrónicos	Total gestionados	kg 75.846
	Donados	kg 25.149
	%	33
Lámparas y fluorescentes al final de su vida útil	kg	5.377
Pilas	kg	3.254
Residuos peligrosos en Edificios	kg	8.243
Residuos peligrosos en Talleres	Tm	81
Residuos no peligrosos en Talleres	Tm	1.204
Otros residuos no peligrosos	kg	139.498
Residuos Sanitarios	kg	492
Medicamentos caducados	kg	68
Radiografías	kg	1.580
Soportes Informáticos gestionados	kg	3.610
Telefonos móviles reciclados (acumulados)	Ud	14.574

El modelo de gestión que se ha ido perfilando tiene ya un largo recorrido y permite optimizar de manera continua los procesos y los costes de gestión, estableciendo además, en muchos casos, diversos acuerdos con Fundaciones.



Es importante destacar las siguientes actuaciones llevadas a cabo:

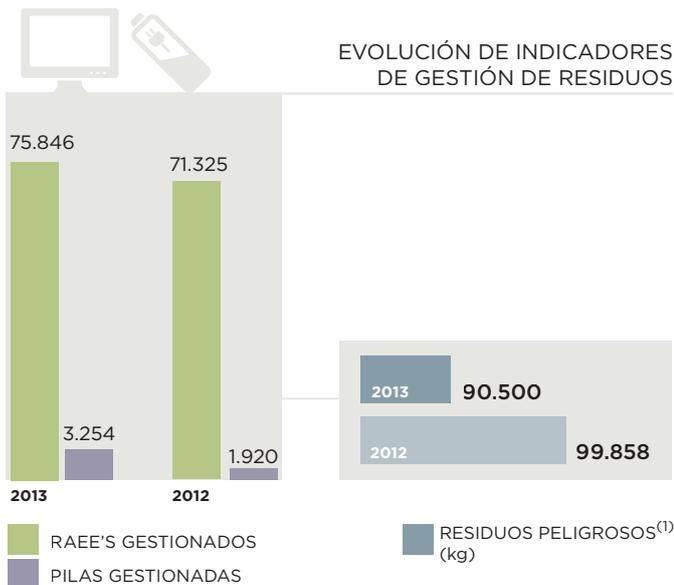
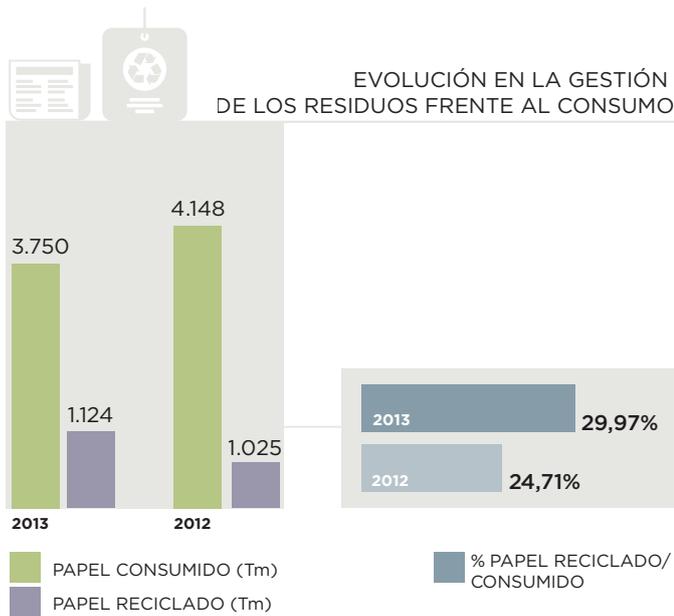
> Se ha continuado implantando la gestión de las distintas tipologías de residuos que se generan en los Policlínicos Salud 4 de España, haciendo especial hincapié en la correcta gestión de los residuos sanitarios. Actualmente está centralizada la gestión del 83 por 100 de los residuos que se generan en dichos centros y se prevé que en 2014 abarcará la totalidad de dichos residuos. Además de optimizar la gestión de los residuos se obtienen sensibles ahorros de coste.

> Se ha finalizado el proceso de implantación de la gestión externalizada de la impresión en España, lo que supone que la totalidad de los consumibles sean reciclados al final de su uso.

Por otro lado, la implantación de los procedimientos de gestión de residuos corporativos iniciada a nivel internacional, ha permitido conseguir importantes hitos en aquellos países donde se está trabajando en la implantación y certificación del Sistema Corporativo de Gestión Medioambiental.

MAPFRE trabaja con sus proveedores impulsando la generación de valor de los residuos que genera mediante la reutilización de materiales.

A continuación se muestran los datos donde se aprecia la evolución en la gestión de los residuos frente al consumo:



Emisiones y vertidos

Los establecimientos en los que MAPFRE lleva a cabo su actividad son, principalmente, de tipo administrativo y, por su propia naturaleza, tienen bajo impacto ambiental. Estos establecimientos disponen de servicios de mantenimiento que realizan controles periódicos de las instalaciones con parámetros definidos para asegurar que las emisiones se encuentran por debajo de los límites legales.

(1) Engloba residuos sanitarios de clases II y III, medicamentos caducados y residuos peligrosos de talleres, de mantenimiento de edificios y de actividades sanitarias

En lo que se refiere a las emisiones de gases refrigerantes es de destacar que en 2013 se ha realizado la identificación y cuantificación de las instalaciones que utilizan R-22, estableciéndose un plan que contempla el cambio de refrigerante. Aquellos equipos que no admiten tal posibilidad serán retirados antes de efectuar reparación alguna sobre ellos.

En cuanto a la actividad de talleres de automóviles, se han formalizado acuerdos con los suministradores y proveedores para la puesta en marcha de las mejores técnicas disponibles del sector y el uso de productos más eficientes y menos contaminantes. Se ha llevado a cabo la sustitución total de pinturas con base de disolvente por pinturas con base agua, que no generan compuestos orgánicos volátiles.

Los vertidos de aguas sanitarias se realizan a la red de saneamiento. Aquellas actividades que así lo requieran, disponen de instalaciones de tratamiento previo (separadores de grasas antes de vertido).

En actividades reguladas, como son los talleres de reparación de automóviles, se realizan analíticas periódicas de los vertidos a la red de saneamiento.

Derrames y fugas

El Área de Medio Ambiente de MAPFRE realiza el seguimiento de las incidencias ambientales que tienen lugar en los establecimientos del Grupo, tanto en edificios de oficinas como en talleres, centros médicos o centros de servicios.

Existe una metodología de comunicación de dichos incidentes, lo que facilita que se disponga de la documentación referente a su alcance, gestión y resolución.

En el año 2013 se han comunicado cuatro incidencias de derrames, todos ellos de gasóleo de grupos electrógenos. En ningún caso se detectó afección a redes de alcantarillado o desagüe y en todos ellos se tomaron las medidas paliativas y se efectuaron las acciones correctoras correspondientes.

Costes ambientales

Como indica expresamente en su política, MAPFRE pone a disposición de su Gestión Medioambiental los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos y metas.

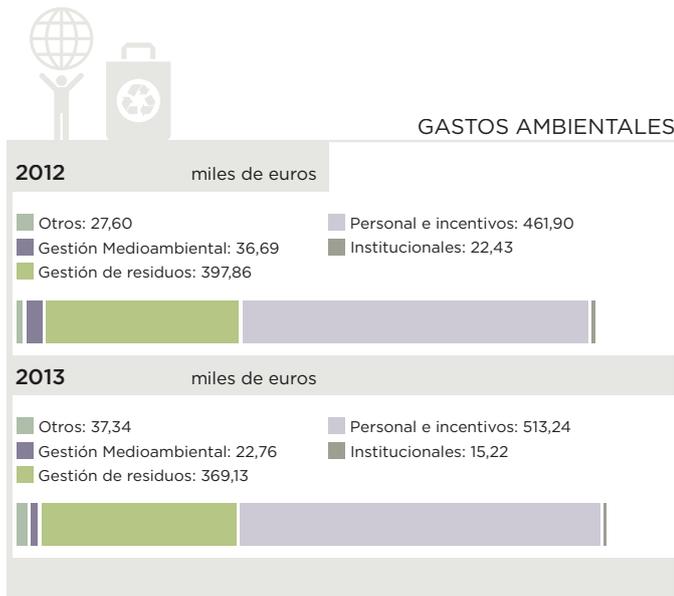
Los servicios a los que se destinan las principales partidas que se recogen como gastos medioambientales son los siguientes:

- > Gestión de residuos: del coste de este servicio, se deduce el ahorro obtenido por aquellos residuos cuya gestión genera valor.
- > Servicios de consultoría en Gestión Ambiental y Eficiencia Energética y Auditorías para la Certificación del Sistema Integrado de Gestión (SIGMAYE).
- > Participación en campañas, foros e instituciones.

A los costes de los residuos citados, se añaden los costes salariales y operativos del personal dedicado, de forma exclusiva, a la gestión medioambiental o energética.

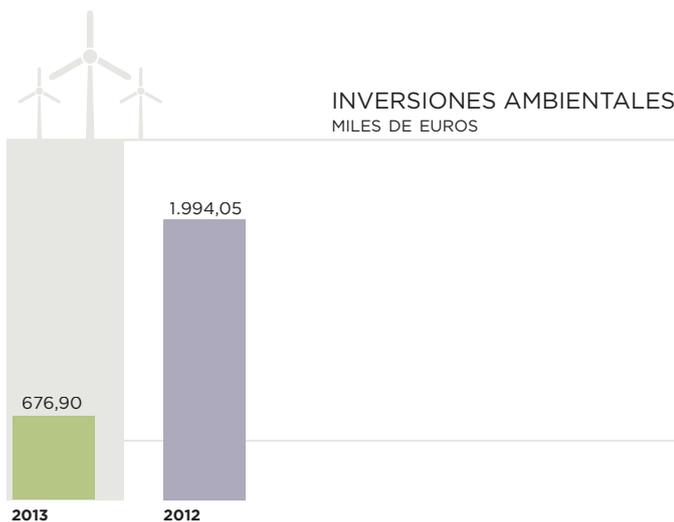
El total de costes correspondientes a 2013 ha sido de 1,31 millones de euros.

Los siguientes gráficos reflejan los principales datos de gastos ambientales y los retornos obtenidos por la generación de valor de residuos.



Además, se realizan inversiones para mejorar la eficiencia energética de los edificios. Como contrapartida, se obtienen subvenciones de programas nacionales y regionales. Las cantidades invertidas por estos conceptos en los dos últimos años ascienden a 2,67 millones de euros, habiéndose obtenido una subvención de 1,4 millones de euros por este concepto en el último trienio.

El gráfico siguiente recoge los principales datos sobre inversiones ambientales.



Cumplimiento normativo, procesos de control y evaluación

MAPFRE identifica y evalúa el cumplimiento de los requisitos legales aplicables al desarrollo de sus actividades en la totalidad del territorio español.

Desde 2010 se está identificando la legislación ambiental de los distintos países donde MAPFRE desarrolla su actividad

mercantil. En aquellos en los que ya se está implantando el Plan Estratégico Medioambiental de Expansión Internacional se revisa el cumplimiento de la normativa aplicable.

El Área de Medio Ambiente obtiene información global sobre la legislación ambiental y sobre las evidencias de su cumplimiento, mediante la utilización de herramientas específicas y a través del estudio y análisis de la información publicada en las web de todas las Administraciones competentes a todos los niveles en todos los países, así como con la estrecha colaboración de las áreas locales.

En 2013 se han realizado 57 visitas de control a edificios del Grupo según establece el Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética en las que, además del cumplimiento normativo, se han identificado y evaluado los aspectos ambientales, así como los procedimientos para el control y minimización de su impacto. Como resultado de estas visitas, se han elaborado planes de acción que contiene propuestas de mejora, que han sido consideradas en la definición de los objetivos ambientales.

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

Compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad

En 1997 MAPFRE suscribió la Declaración Medioambiental del Sector Asegurador bajo el patrocinio del Programa Ambiental de Naciones Unidas (UNEP). Desde entonces, el Grupo ha renovado su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad con la doble intención de mejorar en su propio desempeño medioambiental y, como empresa aseguradora que es, asumir un papel predominante en la promoción de la adecuada gestión medioambiental en las empresas y en otros agentes sociales. El convertirse en una referencia para la Sociedad en este campo entra dentro de la visión del propio UNEP sobre las empresas del sector asegurador, por su mayor conocimiento en la gestión de riesgos ambientales, con los que trabajan a diario.



Avances en la investigación sobre el coche eléctrico

También es doble el compromiso de MAPFRE como signatario de los Programas del "Climate Disclosure Project", sobre todo del "Carbon Disclosure" que firmó en 2012, y también de los

“Water Disclosure” y “Carbon Action”. Por un lado, muestra transparencia en la divulgación de su desempeño ambiental; por otra promueve, junto con otras muchas entidades financieras, que esa divulgación se universalice, en beneficio del medio ambiente y de la creación de respuestas adecuadas frente al cambio climático.

MAPFRE lleva a cabo la promoción y divulgación de las buenas prácticas medioambientales a través de foros, jornadas, publicaciones y estudios, de forma directa o a través de patrocinios y fundaciones. También se realiza promoción interna de estas prácticas entre los empleados.

Una muestra de esta doble actuación la constituye la participación en 2013, por quinto año consecutivo, en la iniciativa “La Hora del Planeta”, en la que han participado las entidades de MAPFRE de Argentina, Brasil, Colombia, España, México, Paraguay, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela. En ella se combina el gesto simbólico externo de apagar durante una hora las luces de los letreros luminosos de la compañía y de sus carteles publicitarios en 43 edificios principales y 309 oficinas comerciales, con el fomento de la participación, a través de comunicaciones internas, de los empleados, de los más de 6.000 colaboradores y más de 17.000 corredores y proveedores.

Creación de valor a los Stakeholders desde la dimensión medioambiental de MAPFRE

A continuación se muestran las principales líneas de trabajo desde la dimensión medioambiental, con algunos de los principales grupos de interés, facilitando la localización de la información en el presente Informe:



GRUPO DE INTERÉS LÍNEAS DE TRABAJO

GRUPO DE INTERÉS	LÍNEAS DE TRABAJO	
EMPLEADOS	<ul style="list-style-type: none"> - Formación interna impartida por la Dirección de Medio Ambiente - Sensibilización a los empleados a través de diversas iniciativas tanto de carácter global como local 	- Ver MAPFRE y sus empleados. Pág. 29
ASEGURADOS Y CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> - Búsqueda permanente de soluciones aseguradoras de carácter ambiental y prestación de servicios ambientales 	- Ver MAPFRE y sus clientes. Pág. 42
ACCIONISTAS E INVERSORES	<ul style="list-style-type: none"> - Transparencia en la gestión medioambiental - Colaboración permanente con la Dirección de Responsabilidad Social y el Área de Relaciones con Inversores - Participación activa con Climate Disclosure Project (CDP) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver MAPFRE y la Responsabilidad Social. Pág. 13 - Ver MAPFRE y sus accionistas. Pág. 59
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> - Establecimiento de criterios ambientales para la toma de decisión en los procesos de compras corporativas, así como procesos para extender los compromisos ambientales y energéticos a la cadena de valor y cálculo de huella ambiental asociada a sus servicios prestados 	- Ver MAPFRE y sus proveedores. Pág. 65
SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de la legislación ambiental y energética de aplicación, utilización de los recursos de manera racional y evaluación permanente para la optimización del uso de los mismos, así como difusión y promoción de prácticas medioambientales a través de foros nacionales e internacionales como mecanismo de contribución a la Sociedad - Participación en la iniciativa “La Hora del Planeta” - Proyectos de carácter no lucrativos de FUNDACIÓN MAPFRE 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver Cumplimiento normativo, procesos de evaluación y control. Pág. 20 - Ver Compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad. Pág. 71 - Informe Anual 2013 de FUNDACIÓN MAPFRE



6

Información complementaria

Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social

ALCANCE Y PERFIL

Como en años anteriores, MAPFRE ha elaborado su Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3.1, tanto las relativas a indicadores generales, centrales y adicionales, como las correspondientes al Sector Financiero aplicables a las entidades aseguradoras¹. MAPFRE ha incluido en este informe algunos de los requerimientos del nuevo estándar G4, y con el que informará en 2015.

El Informe da cobertura a las actuaciones empresariales de MAPFRE en el **ámbito asegurador**.

FIABILIDAD Y VERIFICACIÓN

Los datos cualitativos y cuantitativos que dan respuesta a los indicadores GRI han sido verificados externamente por la firma Ernst & Young, e incluyen los aportados por las entidades de MAPFRE en Argentina, Brasil, EE.UU, Colombia, Chile, México, Puerto Rico, Turquía y España (que en su conjunto representan el 83 por 100 del volumen de negocio del Grupo).

Además se ha realizado una revisión limitada de los datos aportados por el resto de las entidades de MAPFRE.

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

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

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

CLARIDAD, PRECISIÓN Y EXHAUSTIVIDAD

La información se expone de forma sistemática, incluyendo un índice general, que facilita su lectura (página 1), y un índice global de indicadores GRI (págs. 89-108), que permite la accesibilidad y ubicación de los datos que se presentan.

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

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

PERIODICIDAD Y COMPARABILIDAD

Este Informe tiene periodicidad anual (enero a diciembre), y se presenta en la Junta General de Accionistas conjuntamente con la información financiera del Grupo en formato digital, y se publica también en formato web. [www.mapfre.com/Responsabilidad Social/ Informes Anuales](http://www.mapfre.com/Responsabilidad_Social/ Informes Anuales)

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

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

EQUILIBRIO

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

MATERIALIDAD, RELEVANCIA E INCLUSIVIDAD²

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

Además, se han tenido en cuenta las observaciones de los grupos de interés con los que se relaciona el Grupo, obtenidas a lo largo del año por medio de los canales de comunicación que MAPFRE tiene establecidos formalmente con ellas. También se han considerado las indicaciones contenidas en los acuerdos y normas internacionales aplicables. (Ver apartado Materialidad y Stakeholders – pág. 13)

Por otra parte, existen aspectos relevantes cuya información no se presenta completa en este Informe, por estar plenamente desarrolladas e incluidas en los otros informes que publica el Grupo. En estos casos, el índice de indicadores GRI incorpora,

como cada año, las oportunas referencias a los siguientes documentos:

> Informe de Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales (Publicado en la página web corporativa www.mapfre.com)

> Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE. (Publicado en la página web www.fundacionmapfre.com)

NIVEL DE APLICACIÓN DE LOS INDICADORES GRI V3.1

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

CAPACIDAD DE RESPUESTA

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

> La Dirección de Responsabilidad Social: responsabilidadsocial@mapfre.com

> La Dirección de Comunicación: comunicacion@mapfre.com

> La Dirección de Medio Ambiente: medioambiente@mapfre.com

> El Departamento de Relaciones con Inversores: relacionesconinversores@mapfre.com

> Y el Portal corporativo de MAPFRE: www.mapfre.com

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

Índice de indicadores: tabla de indicadores GRI

ALCANCE DE LA INFORMACIÓN: **G**: INFORMACIÓN GLOBAL, **E**: INFORMACIÓN SOLO DE ESPAÑA, **NA**: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN, **ND**: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

PARTE GENERAL

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
Estrategia y análisis 		
1.1	G	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la responsabilidad social para la organización y su estrategia
		- Carta del Presidente: visión, misión y valores. Pág. 4 - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: modelo de Responsabilidad Social de MAPFRE y sus principios de actuación. Pág. 16
1.2	G	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades
		- Carta del Presidente: visión misión y valores. Pág. 4 - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación Ética y Socialmente responsable. Pág. 17 - Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: - Innovación en productos y servicios 2013; productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. Págs. 43-49 - Reclamaciones y Quejas. Pág. 50 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: contexto económico. Págs. 25-33
Perfil de la organización 		
2.1	G	Nombre de la organización
		- MAPFRE
2.2	G	Principales marcas, productos y/o servicios
		- Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes: Innovación en productos y servicios 2013; productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Págs. 43-49 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: sociedades filiales. Págs. 195-233
2.3	G	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures)
		- Capítulo 2. Información General: Presencia Internacional, Organigrama Corporativo. Págs. 7-11 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: sociedades filiales. Págs. 195-233
2.4	G	Localización de la sede principal de la organización
		MAPFRE 1. Ctra. de Pozuelo nº 52 28222 - Majadahonda. Madrid (España)
2.5	G	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria
		- Capítulo 2. Información General: Presencia Internacional. Pág. 7 - Capítulo 6. Información complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social: Alcance y perfil. Pág. 87
2.6	G	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica
		- Capítulo 2. Información General. Págs. 7-9 - Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes. Pág. 42
2.7	G	Mercados servidos: Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios
		- Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: contexto económico. Págs. 25-33 ; Sociedades Filiales: Págs. 195-233
2.8	G	Dimensiones de la organización informante
		- Capítulo 2. Información General: Presencia Internacional y Principales magnitudes económicas. Págs. 7-9 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	G - Capítulo 2. Información General: Presencia Internacional. Págs. 7-9 - Capítulo 6. Información complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social: Alcance y perfil. Pág. 87 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: hechos relevantes de los últimos diez años. Págs. 18-19
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	G - Capítulo 3. MAPFRE Y la Responsabilidad Social. Págs. 23-24



Parámetros de la memoria

3.1	Periodo cubierto por la información contenida	G	2013
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente	G	- Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2012 - Informes locales de empresas del Grupo: MAPFRE ARGENTINA 2012; MAPFRE BRASIL 2012; MAPFRE COLOMBIA 2012; MAPFRE MEXICO 2012; MAPFRE PUERTO RICO 2012



Perfil de la memoria

3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.)	G	Anual
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido	G	- Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social: capacidad de respuesta. Pág. 88



Alcance y cobertura de la memoria

3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria	G	- El Informe da cobertura a todas las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador en el que MAPFRE desarrolla sus principales actividades.
3.6	Cobertura de la memoria	G	- El Informe no incluye datos sobre la actividad fundacional de MAPFRE. FUNDACIÓN MAPFRE elabora su informe Anual propio e independiente (www.fundacionmapfre.org)
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	G	- El informe incluye una referencia a las principales magnitudes del grupo, para ampliar la información económica, sobre el informe de gestión y sobre las sociedades, consultar el Informe de Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados. Sociedades Filiales (www.mapfre.com)
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones	G	- Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 6. Información Complementaria Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social; Informe de Verificación Externa. Págs. 87-88
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria	G	

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
3.10	Descripción del efecto que pueda tener los cambios de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que los han motivado	G - No existen cambios significativos en relación con el alcance y cobertura de la información que afecte al conjunto del contenido de este informe, ni relativos a periodos anteriores
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria	G - No obstante, en aquellos casos en los que se haya producido un cambio en el alcance y método de valoración se ha incluido la correspondiente nota informativa

Índice del contenido GRI



3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria	G - Capítulo 6. Información complementaria: Índice de Indicadores. Pág. 89
------	--	---

Verificación



3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria	G - Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 6. Información complementaria: Principios para la elaboración del Informe; Informe de Verificación Externa. Pág. 87-114
------	---	--

Gobierno



4.1	Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. Mandato y composición (incluyendo el número de miembros independientes y de miembros no ejecutivos) de dichos comités e indicar su responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y ambiental	G - Capítulo 2. Información General: Órganos de Gobierno. Pág. 11 - Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Órganos de Gobierno: Pág. 5 ; Informe de Gestión Consolidado: Págs. 21-23; 47; 51-64
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen)	G
4.3	Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos	G
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno	G - Capítulo 4. MAPFRE y sus accionistas: canales de relación. Págs. 59-60 - Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Comunicación con los empleados. Pág. 37 - www.mapfre.com : - Código de Ética y Conducta - Código de Buen Gobierno - Información corporativa Grupo MAPFRE/ Sección Accionistas e Inversores
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental)	G - Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados. Pág. 29 - Código de Buen Gobierno - www.mapfre.com : - Código de Buen Gobierno - Información corporativa Grupo MAPFRE/ Sección Accionistas e Inversores: Junta General 2014

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 2. Información General: Órganos de Gobierno. Pág. 11 - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE: Medidas de prevención y control. Canal de denuncias. Págs. 20-21 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Gestión Consolidado: Pág. 51 - <i>www.mapfre.com:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Código de Buen Gobierno - Reglamento interno de conducta relativo a los valores cotizados emitidos por MAPFRE, publicado en la Intranet de MAPFRE, en la página web corporativa y en la página web de la CNMV - Código de Ética y Conducta: Comité de Ética: canal de consultas y denuncias éticas para empleados
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos	G	<ul style="list-style-type: none"> - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Gestión Consolidado: Pág. 51-81 - <i>www.mapfre.com:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Código de Buen Gobierno - Información corporativa Grupo MAPFRE/ Sección Accionistas e Inversores
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación	G	<ul style="list-style-type: none"> - Carta del Presidente: visión, misión y valores. Pág. 4 - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: El modelo de Responsabilidad Social y sus principios de actuación. La actuación ética y socialmente responsable. Págs. 16-21 - Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Código Ético y de Conducta. Pág. 29 - Capítulo 4. MAPFRE y sus clientes. Pág. 42 - Capítulo 5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Estrategia medioambiental. Pág. 71 - <i>www.mapfre.com:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Principios Institucionales y Empresariales del Código de Buen Gobierno - Política Medioambiental y Energética
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios	G	<ul style="list-style-type: none"> - Carta del Presidente: misión, visión y valores. Pág. 4 - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: materialidad y stakeholders Págs. 13-15; Modelo de Responsabilidad Social Págs. 16-17 y Actuación Ética y Socialmente Responsable de MAPFRE Págs. 17-21 - Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: Introducción; diversidad e igualdad; acoso moral y sexual en el trabajo; comunicación con los empleados y con los representantes. Págs. 29; 31-32;37 - Capítulo 6. Información complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe. Pág. 87 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Gestión Consolidado: Págs. 51-81 - <i>www.mapfre.com:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Información corporativa Grupo MAPFRE/ Sección Accionistas e Inversores - Código de Buen Gobierno

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: La actuación ética y socialmente responsable: Control Interno. Pág. 20 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Gestión Consolidado: Págs. 51-81 - <i>www.mapfre.com</i>: <ul style="list-style-type: none"> - Información corporativa Grupo MAPFRE/ Sección Accionistas e Inversores - Código de Buen Gobierno

Compromisos con iniciativas externas



4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	G	<ul style="list-style-type: none"> - Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación Ética y socialmente responsable: Compromisos internacionales; La gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno. Págs. 17-21 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Gestión Consolidado: Págs. 21-81 - <i>www.mapfre.com</i>: Código de Buen Gobierno
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe	G	<ul style="list-style-type: none"> - Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social : Principales Asociaciones: Actuación Ética y socialmente responsable: Compromisos internacionales. Págs. 17-21 - Capítulo 4: MAPFRE y sus accionistas: Índices bursátiles en los que se incluye la acción. Pág. 59 - Capítulo 5. Dimensión Medioambiental: Participación en el Informe del Carbon Disclosure Project y patrocinio como entidad colaboradora del Carbon Disclosure Project Iberia (<i>www.cdproject.net</i>). Pág. 71 - Capítulo 6. Información complementaria: Principios del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Pág. 109; Principios para la Sostenibilidad en Seguros - Indicadores MAPFRE GRI. Pág. 114 - En su edición Internacional e Interamericana, MAPFRE ha patrocinado el Premio Robin Cosgrove que premia trabajos que se ocupan de la ética en los negocios, escritos por menores de 35 años
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya como miembros a nivel de organización	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social : Principales asociaciones. Pág. 25

INDICADOR GRI

ALCANCE,
INFORMACIÓN Y
VERIFICACIÓN

LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS



Participación de los grupos de interés

4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social. Materialidad y stakeholders. Págs. 13-17 - La estructura del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE, dedica un capítulo a los siguientes grupos de interés: empleados, clientes, accionistas, profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos y a los proveedores. Además, MAPFRE dedica un capítulo a su Dimensión Medioambiental. En cada uno de estos capítulos, dedicados a los grupos de interés, se trata de forma específica los canales de relación o atención que MAPFRE tiene establecidos con ellos
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Materialidad y stakeholders. Pág. 13
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés	G	<ul style="list-style-type: none"> - Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 6: Información complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe. Pág. 87 - Ver indicador 4.14
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria	G	

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

INDICADOR GRI

ALCANCE,
INFORMACIÓN Y
VERIFICACIÓN

LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS



Dimensión económica

EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Discapacidad: donaciones a Fundación MAPFRE. Política de compensaciones: Págs. 32-36 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales - Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2013 (www.fundacionmapfre.org) - (Relacionado con el LA14; LA3; SO1)
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Compromisos internacionales. La gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno: Págs. 18-19 - Oportunidades: MAPFRE y sus clientes: productos aseguradores medioambientales: Pág. 49 - Capítulo 6: Información complementaria. Principios para la Sostenibilidad del Seguro – Indicadores GRI. Pág. 112 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Gestión Consolidado: Págs. 44-48; Informe de Cuentas Consolidadas: Págs. 146-156 - (Relacionado con el EN3)

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	G	- Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: política de compensaciones. Beneficios sociales: Pág. 36 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Cuentas Consolidadas: Págs. 83-157 - (Relacionado con el LA3)
EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	G	- Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales

Presencia en el mercado



EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	G	- En MAPFRE se cumple lo dispuesto en la legislación laboral vigente en cada país y en los convenios colectivos que también le sean de aplicación a las entidades del Grupo. No existe, por tanto un "salario inicial estándar" - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Política de compensaciones (cuadro): Págs. 36-37 - (Relacionado con el LA14)
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	G	Política y prácticas: - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Cuadro compromisos Grupos de Interés. Política de Responsabilidad Social. Págs. 13-15 - Capítulo 4: MAPFRE y sus proveedores: introducción. Pág. 65. Gasto proveedores. Pág. 66 - Código Ético y de Conducta: www.mapfre.com - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Cuentas Consolidadas. Págs. 83-157
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	G	- www.mapfre.com : Código de Buen Gobierno: - Principio Institucional de actuación ética y socialmente responsable apartado c) "Equidad en las relaciones con quienes prestan sus servicios como consejeros, directivos, empleados, delegados y agentes y profesionales colaboradores. Ello exige objetividad en su selección y promoción, retribución y condiciones de colaboración adecuadas y razonables; y no discriminación por razón de su raza, ideología política, creencias religiosas, sexo o condición social" - TII (Altos Cargos de Representación y Dirección) (Altos Cargos) - Política de Selección del Grupo - El 92,26% de los empleados de alta dirección y directivos que trabajan en las empresas del Grupo en el exterior son de origen local

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
Impactos económicos indirectos		
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie	NA
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos	NA



INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
Materiales		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen	G - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Gestión medioambiental y energética: Pág. 76
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	E - Solo aplica para CESVIMAP en España: Pág. 81
Energía		
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	G - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Eco-Eficiencia: Pág. 77
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	G
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	G
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas	G
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas	G
Agua		
EN8	Captación total de agua por fuentes	G - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Gestión del agua: Pág. 80
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	NA
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	NA



INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
Biodiversidad		
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas	G - Los edificios sedes sociales de Entidades del GRUPO MAPFRE, no se encuentran ubicados en espacios protegidos o en Áreas de Alta Diversidad no protegidas
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas	G
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	G
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	G
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitat se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie	G
Emisiones, vertidos y residuos		
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	G - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Eco-Eficiencia: Pág. 77. Huella de carbono. Págs. 78-80
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	G
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: sensibilización medioambiental. Pág. 41 - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Eco-Eficiencia; Empleados/ compartir coche: Págs. 77; 80
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	G - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Emisiones y vertidos: Pág. 83
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	NA
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	NA
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	G - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Gestión de residuos: Págs. 81-82
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	G - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Pág. 83

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente	NA
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante	G - Los edificios sedes sociales de Entidades del GRUPO MAPFRE, no se encuentran ubicados en espacios protegidos o en Áreas de Alta Diversidad no protegidas

Productos y servicios



EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios para el riesgo ambiental: Pág. 49
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	NA

Cumplimiento normativo



EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	G - No tenemos constancia de que se encuentren pendientes de tramitación multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental, por parte de MAPFRE, durante el ejercicio 2013.
------	---	---

Transporte



EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	ND No disponible tal como requiere este indicador. Consultar: - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Sensibilización mediambiental. Pág. 41 - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Huella de carbono. Págs. 78-79 (Alcance 3). Pág. 80
------	---	--

General



EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	G - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Residuos. Pág. 82. Costes ambientales. Págs. 83-84
------	---	--

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
Empleo		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Estructura de la plantilla; Política de empleo: Págs. 29-32
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	G
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Política de compensaciones: Pág. 37
LA15	Vuelta Al trabajo y tasas de retención después de las bajas por maternidad/paternidad, por género	G - El 98% de las mujeres regresa al trabajo después de la baja por maternidad - El 99,4% de los hombres regresa al trabajo después de la baja por paternidad
Relaciones empresa/trabajadores		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Comunicación con los empleados y con los representantes de los trabajadores. Pág. 37 - (Relacionado con el LA1)
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos	G - Se aplica lo dispuesto en la legislación laboral vigente de cada país
Salud y seguridad en el trabajo		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Salud y Bienestar: Prevención. Pág. 38
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Salud y Bienestar: Promoción de la salud. Págs. 38-39
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Salud y Bienestar: Promoción de la Salud: Pág. 39
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Salud y bienestar: Prevención. Pág. 37 - Se han alcanzado 7 acuerdos formales, relacionados principalmente con la aprobación de los objetivos anuales en prevención de riesgos laborales, el proceso de evaluaciones de riesgos, el proceso de auditoría realizado sobre el Sistema de Prevención de MAPFRE y campañas de salud

INDICADOR GRI

ALCANCE,
INFORMACIÓN Y
VERIFICACIÓN

LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS



Formación y educación

LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	G	- Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Formación y desarrollo profesional: cuadros: Pág. 35
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	G	- Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Formación y desarrollo profesional. Págs. 33-35
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	G	- Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Evaluación y desarrollo: Pág. 33



Diversidad e igualdad de oportunidades

LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	G	- Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: - Estructura de la plantilla: Pág. 29 - Empleados con discapacidad. Págs. 31 - Selección. Pág. 33 - Movilidad y promoción interna. Pág. 33 - Igualdad de oportunidades y conciliación de la vida familiar y laboral. Págs 31- 32 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Págs. 5; 51-64; 195-233 - (Relacionado con el indicador LA1)
------	--	---	---



Igualdad salarial

LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	ND	- Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: introducción y Política de compensaciones: Págs. 36-37
------	---	----	--



Prácticas de inversión y abastecimiento

HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	G	- Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: La actuación ética y Socialmente Responsable: compromisos internacionales. La gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno: Págs. 18-19
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	G	- Política de Responsabilidad Social, principio 1. Pág. 17 - Capítulo 4: MAPFRE y sus proveedores: Introducción. Págs. 65-67 - <i>www.mapfre.com</i> : Código Ético y de Conducta (Art. 3.2.3) de aplicación en todo el Grupo.
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados	G	- Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación Ética y Socialmente Responsable: Medidas de prevención y control: Formación en dichas materias. Pág. 21 . Ver indicador SO3 - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Formación. Pág. 35

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
No discriminación		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	<p>G</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: medidas de prevención y control. Pág. 20 - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Acoso moral y sexual en el trabajo. Pág. 32
Libertad de asociación y convenios colectivos		
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos	<p>G</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: El modelo de Responsabilidad Social; La Actuación Ética y Socialmente Responsable: Compromisos Internacionales, La gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno: Págs. 17-21
Trabajo infantil		
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	<p>G</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: introducción. Comunicación con los empleados y con los representantes legales de los trabajadores: relación empresa-trabajadores: Representantes de los trabajadores: Págs. 29; 37 - Capítulo 4: MAPFRE y sus accionistas Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX Pacto Mundial (www.globalcompact.com); DJSI. Pág. 59 - www.mapfre.com: el Código de Ética y Conducta de MAPFRE (publicado en español, inglés y chino): <ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE está comprometida con la defensa, respeto y protección de los derechos laborales básicos, y de los derechos humanos y libertades públicas reconocidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos y ha suscrito formalmente su apoyo a los Diez Principios contenidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas. - MAPFRE mantiene una línea de máximo respeto a los derechos de los trabajadores en materia sindical y de negociación colectiva, de acuerdo con la normativa aplicable en cada país. - No emplea ni directa ni indirectamente mano de obra infantil, no admite el trabajo forzoso y garantiza la libertad de opinión y expresión de sus empleados. Todo ello, de conformidad con lo establecido en su Código de Ética y Conducta, que aplica a todos los a todos los empleados del Sistema MAPFRE, sea cual fuere su puesto o nivel, así como en sus filiales y empresas participadas en las que el Grupo tenga el control de la gestión, con independencia de su actividad o ubicación geográfica. - Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org)
Trabajos forzados		
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	<p>G</p> <ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE está comprometida con la defensa, respeto y protección de los derechos laborales básicos, y de los derechos humanos y libertades públicas reconocidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos y ha suscrito formalmente su apoyo a los Diez Principios contenidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas. - MAPFRE mantiene una línea de máximo respeto a los derechos de los trabajadores en materia sindical y de negociación colectiva, de acuerdo con la normativa aplicable en cada país. - No emplea ni directa ni indirectamente mano de obra infantil, no admite el trabajo forzoso y garantiza la libertad de opinión y expresión de sus empleados. Todo ello, de conformidad con lo establecido en su Código de Ética y Conducta, que aplica a todos los a todos los empleados del Sistema MAPFRE, sea cual fuere su puesto o nivel, así como en sus filiales y empresas participadas en las que el Grupo tenga el control de la gestión, con independencia de su actividad o ubicación geográfica. - Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org)

INDICADOR GRI

ALCANCE,
INFORMACIÓN Y
VERIFICACIÓN

LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS



Prácticas de seguridad

HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades	G	<ul style="list-style-type: none"> - Verificado externamente tanto en España como en las entidades de MAPFRE en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU., México, Puerto Rico - Verificado a través de los procedimientos internos de la S.D.G. de Seguridad y Medio Ambiente también en El Salvador, Uruguay y Portugal
-----	---	---	--



Derechos de los indígenas

HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	G	<ul style="list-style-type: none"> - No tenemos constancia de que en 2013 se hayan producido demandas judiciales o sentencias por asuntos relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas producidos directamente por MAPFRE en el ejercicio de su actividad mercantil - Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) - Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX; DJSI
-----	--	---	--



Evaluación

HR10	Porcentaje y número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: La actuación ética y socialmente responsable: Ver las denuncias establecidas a través del canal de denuncias Ética. Pág. 20
------	---	---	---



Medidas correctoras

HR11	Número total de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, abordadas y resueltas a través de los mecanismos de queja formal	G	<ul style="list-style-type: none"> - Relacionado con indicadores HR1-HR7 - No tenemos constancia de que en 2013 se hayan producido demandas judiciales o sentencias por asuntos relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas producidos directamente por MAPFRE en el ejercicio de su actividad mercantil
------	--	---	--



Comunidad local

S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa	NA	<ul style="list-style-type: none"> - No se consideran indicadores materiales para el Informe Corporativo: El tipo de actividad que desarrolla MAPFRE no tiene un impacto significativo negativo directo en las comunidades locales en las que opera - Carta del Presidente. Pág. 4
S09	Porcentaje de las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales	NA	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Política de Responsabilidad Social. Actuación Ética y Socialmente Responsable de MAPFRE: Compromisos internacionales, La gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno: Pág. 17-21. MAPFRE como promotora de la responsabilidad social. Pág. 22
S10	Medidas de prevención y de mitigación aplicadas en las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales	NA	<ul style="list-style-type: none"> - Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) - Pertenencia al FTSE4Good y FTSE4Good IBEX; DJSI

INDICADOR GRI

ALCANCE,
INFORMACIÓN Y
VERIFICACIÓN

LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS



Corrupción

S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	G	
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación ética y socialmente responsable. Tabla de formación en dichas materias: Pág. 21 - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: formación Pág. 35
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	G	<ul style="list-style-type: none"> - No tenemos constancia de que se hayan producido demandas judiciales o sentencias por asuntos relacionados con la corrupción en el Grupo. MAPFRE dispone de mecanismos de control para evitar este tipo de comportamientos dentro de la organización - Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación ética y socialmente responsable: Gestión de riesgos ASG y Medidas de prevención y control Págs. 17-21 - Ver Código de Ética y Conducta (www.mapfre.com)



Política pública

S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying"	G	- Capítulo 3. MAPFRE y la Responsabilidad Social. Principales Asociaciones. Pág. 25
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	G	<ul style="list-style-type: none"> - www.mapfre.com: - Código Ético y de Conducta de MAPFRE - Código de Buen Gobierno de MAPFRE



Comportamiento de competencia desleal

S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	G	<p>En el Informe Anual de Responsabilidad Social de 2010 informamos en este indicador sobre el recurso presentado ante los Tribunales competentes contra una resolución sancionadora de la C.N. de la Competencia por una supuesta infracción de MAPFRE consistente en la fijación de unas primas mínimas en el seguro decenal de daños a la edificación</p> <p>Frente a la resolución descrita se interpuso un recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional. Con fecha 20 de marzo de 2013 se dictó sentencia por la que se estimaba íntegramente el recurso, por lo que la Resolución quedó anulada</p> <p>Frente a la sentencia dictada por la Audiencia Nacional, la C.N. de la Competencia presentó un recurso de casación ante el Tribunal Supremo, que se encuentra actualmente en tramitación</p>
-----	---	---	--

INDICADOR GRI

ALCANCE,
INFORMACIÓN Y
VERIFICACIÓN

LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS



Cumplimiento

SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	G	<ul style="list-style-type: none"> - Valor monetario no significativo - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Cuentas anuales consolidadas. Págs. 83-157 - Relacionado con los siguientes indicadores: HR4, HR9; SO7; PR4, PR8-9
-----	---	---	--



Salud y seguridad del cliente

PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación	NA	<ul style="list-style-type: none"> - Los productos y servicios aseguradores de MAPFRE no afectan a la salud y seguridad de los clientes. - El ciclo de vida de la póliza de seguros, depende del cliente y de la entidad aseguradora, quedando regulados todos los aspectos en el contrato que suscriben ambas partes
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	NA	



Etiquetado de productos y servicios

PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos	G	<ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE aplica lo dispuesto en la Ley y demás normativa aplicable, en todos los países en los que desarrolla su actividad, Además, aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Págs. 15; 16-17; 19 - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: introducción: Pág. 29 - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes: Pág. 42 - Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com)
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	G	<ul style="list-style-type: none"> - No tenemos constancia de que se hayan producido demandas judiciales o sentencias por incumplimiento en la aplicación de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	G	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes: Fidelización y Calidad: Págs. 56-58

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
Marketing 		
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios	G - MAPFRE aplica en todo el grupo lo dispuesto en la Guía de Buenas prácticas en materia de transparencia y publicidad de UNESPA y demás legislación aplicable en cada país en el que MAPFRE desarrolla su actividad
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	G - Valor monetario no significativo
Privacidad del cliente 		
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	G - En 2013, el Grupo MAPFRE ha sido notificado de 2 expedientes sancionadores por temas relacionados con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), ambos pendientes de resolución judicial - Asimismo se ha dictado sentencia en un procedimiento judicial pendiente del año 2012, estimando íntegramente nuestra demanda y anulando la sanción impuesta a una entidad del Grupo
Cumplimiento normativo 		
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	G - Relacionado con el indicador PR4 - Valor monetario no significativo

INDICADORES GRI SUPLEMENTO FINANCIERO

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
Impacto de productos y servicios 		
FS1	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio	G - Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: El modelo de Responsabilidad Social (disponible también en la web corporativa www.mapfre.com) - Actuación Ética y socialmente responsable: compromisos internacionales, Medidas de prevención y control: Auditorías de Responsabilidad Social Págs. 17-21 - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Estrategia Medioambiental. Págs. 71-73 - Política Medioambiental (disponible también en la web corporativa www.mapfre.com)

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
FS2	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación Ética y socialmente responsable: la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno: Págs. 18-19 - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Gestión ambiental y energética: Pág. 76 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Informe de Gestión Consolidado. Págs. 36; 44-48. Cuentas anuales consolidadas. Págs. 147-157
FS3	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: : Actuación Ética y socialmente responsable: la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno. Medidas de prevención y control: Págs. 20-21 - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE. Págs. 84-85
FS4	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	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Formación; Encuestas de Satisfacción y compromiso; Sensibilización Medioambiental. Págs. 33-35; 40; 41
FS5	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente	<p>Interacciones con clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación Ética y socialmente responsable: la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno: Págs. 14-16; 16-19 - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes: Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Canales de atención al cliente: Págs. 43-49 - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE. Pág. 73 <p>Interacciones con inversores y socios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4: MAPFRE y la sus accionistas: Canales de relación con los accionistas. Relaciones con inversores: Págs. 59; 61 - Capítulo 5: Dimensión Medioambiental de MAPFRE. Pág. 73 - <i>www.mapfre.com</i>: Información corporativa del Grupo MAPFRE/ Sección Accionistas e Inversores

Cartera de producto



FS6	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes: Innovación en productos y servicios; Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Págs. 43-46; 47-48; 49 - Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados; Sociedades Filiales: Págs. 193-233
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes. Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Págs. 47-48

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos	G - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación Ética y socialmente responsable: la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno. Págs. 18-19 - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes. Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Pág. 49



Auditoría

FS9	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos	G - Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Actuación Ética y socialmente responsable: la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno; Medidas de prevención y control. Auditorías de Responsabilidad Social. Pág. 21 - Capítulo 6. Información complementaria. Principios seguidos en la elaboración del Informe: Págs. 87-88
-----	---	--



Gestión activa de la propiedad

FS10	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales	ND - No se dispone de la información tal y como la solicita este indicador. - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes. Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Págs. 47-48
FS11	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental	NA
FS12	Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto	NA



Comunidad

FS13	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos	G - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes. Págs. 42; 47-48 - Programas de FUNDACIÓN MAPFRE (www.fundacionmapfre.org)
------	---	---

INDICADOR GRI	ALCANCE, INFORMACIÓN Y VERIFICACIÓN	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME /COMENTARIOS
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros	<p>G</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carta del Presidente. Pág. 4 - Capítulo 4: MAPFRE y sus clientes: Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Págs. 47-48 - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Diversidad e igualdad de oportunidades: Programa Global de Discapacidad. Pág. 31 - FUNDACIÓN MAPFRE: cuyo objetivo principal es contribuir al bienestar de los ciudadanos y la sociedad. Consultar Informe Anual (www.fundacionmapfre.org) <ul style="list-style-type: none"> - Programa <i>Seguros para Todos</i>: proyecto que pretende ayudar a los consumidores y a la sociedad a comprender mejor los productos aseguradores. Sigue la línea del <i>Plan de Educación Financiera</i> promovido por la CNMV, el Blanco de España, el Ministerio de Economía y Hacienda a través de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y el Ministerio de Educación, además sigue las recomendaciones y principios de la Comisión Europea y la OCDE
Salud y seguridad del cliente		
FS15	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa	<p>G</p> <ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. En España se aplica lo dispuesto en la Guía de Buenas prácticas en materia de transparencia y publicidad y la guía de Discapacidad de UNESPA y en el resto del Grupo las guías de autorregulación correspondientes en este ámbito a cada país. - Capítulo 3: MAPFRE y la Responsabilidad Social: Págs. 14-18 - Capítulo 4: MAPFRE y sus empleados: Págs. 33-35
Comunicaciones de marketing		
FS16	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario	<p>G</p> <ul style="list-style-type: none"> - MAPFRE, a través del Instituto del Seguro de la FUNDACIÓN MAPFRE, y con su colaboración, promueve y fomenta el conocimiento del seguro. <ul style="list-style-type: none"> - Programa <i>Seguros para Todos</i>: proyecto que pretende ayudar a los consumidores y a la sociedad a comprender mejor los productos aseguradores. Sigue la línea del <i>Plan de Educación Financiera</i> promovido por la CNMV, el Blanco de España, el Ministerio de Economía y Hacienda a través de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y el Ministerio de Educación, además sigue las recomendaciones y principios de la Comisión Europea y la OCDE. (www.fundacionmapfre.com) - Capítulo 4. MAPFRE y sus empleados: formación: Págs. 33-35



Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio

La siguiente tabla muestra la correlación entre Principios del Pacto Mundial, indicadores de desempeño del GRI V3.1 y Objetivos de Desarrollo del Milenio según la Memoria Responsabilidad Social de MAPFRE.

ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3.1	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
DERECHOS HUMANOS	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - No discriminación: HR4 - Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6 - Trabajos forzados: HR7 - Prácticas de seguridad: HR8 - Derechos de los indígenas: HR9 - Relación Empresa/Trabajadores: LA4 - Salud y seguridad en el trabajo: LA6-LA9 - Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 - Política Pública: SO5 - Salud y seguridad del cliente: PR1, PR2 - Privacidad del cliente: PR8 <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC5</p>	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p>Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil</p> <p>Objetivo 5: Fomentar la salud materna</p> <p>Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>
	2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - No discriminación: HR4 - Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6 - Trabajos forzados: HR7 - Prácticas de seguridad: HR8 - Derechos de los indígenas: HR9 - Evaluación: HR10 - Medidas correctivas: HR11 - Política Pública: SO5 	

ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3.1	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
DERECHOS LABORALES	3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relación Empresa/Trabajadores: LA4-LA5 - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5 - Política Pública: SO5 	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>
	4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - Trabajos forzados: HR7 - Política Pública: SO5 	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil</p>
	5. Erradicar el trabajo infantil	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - Libertad de asociación y convenios colectivos: HR6 - Política Pública: SO5 	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p>
	6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empleo: LA2, LA15 - Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - No discriminación: HR4 - Política Pública: SO5 <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC7</p>	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>

ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3.1	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
MEDIO AMBIENTE	7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental	<p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2</p> <p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emisiones, vertidos y residuos: EN18 - Productos y servicios: EN26 - General: EN30 <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Política Pública: SO5 	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil</p> <p>Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente</p>
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental	<p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materiales: EN1, EN2 - Energía: EN3-EN7 - Agua: EN8-EN10 - Biodiversidad: EN11-EN15 - Emisiones, vertidos y residuos: EN16-EN25 - Productos y servicios: EN26, EN27 - Cumplimiento normativo: EN28 - Transporte: EN29 - General: EN30 <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Política Pública: SO5 - Etiquetado de productos y servicios: PR3, PR4 	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil</p> <p>Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente</p>
	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente	<p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materiales: EN2 - Energía: EN5-EN7 - Agua: EN10 - Emisiones, vertidos y residuos: EN18 - Productos y servicios: EN26, EN27 - General: EN30 <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Política Pública: SO5 	<p>Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio</p>
ANTI-CORRUPCIÓN	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunidad: SO2-SO4 - Política Pública: SO5-SO6 	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>

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

Principios para la Sostenibilidad en Seguros – Indicadores MAPFRE GRI

La siguiente tabla muestra la correlación entre los Principios para la Sostenibilidad en Seguros de UNEP FI, su localización en el Informe Anual y los indicadores de desempeño del GRI V3.1 que consideramos asociados a su cumplimiento:

PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2013	INDICADORES GRI 3.1 ASOCIADOS
<p>1. INTEGRAR EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES LAS CUESTIONES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA (CUESTIONES ASG) PERTINENTES A LA ACTIVIDAD DE SEGUROS</p>	<p>Carta del Presidente. Pág. 4</p> <p>MAPFRE y la Responsabilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stakeholders o grupos de interes: tabla de compromisos. Págs. 13-15 - La actuación ética y socialmente responsable: <ul style="list-style-type: none"> - compromisos internacionales. Págs. 17-18 - la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno. Págs. 18-19 - medidas de prevención y control. Págs. 20-21 <p>MAPFRE y sus empleados: Formación. Págs. 29-41</p> <p>MAPFRE y sus clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovación en productos y servicios 2013. Págs. 43-46 - Productos y Servicios de alto contenido social y medioambiental. Págs. 47-49 - Reclamaciones y quejas. Págs. 50-55 <p>MAPFRE y los profesionales y las entidades que colaboran en la distribución de sus productos: Selección y formación. Págs. 62-65</p>	<p>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS: Indicadores 1.1 - 1.2</p> <p>GOBIERNO: Indicadores 4.1; 4.4 - 4.9</p> <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: Indicador EC2; EC9</p> <p>DESEMPEÑO AMBIENTAL: Indicadores EN12; EN15; EN26; EN28; EN30</p> <p>DESEMPEÑO SOCIAL: Indicadores LA13 - LA14; HR1; HR4; PR1; PR5</p> <p>SUPLEMENTO FINANCIERO: Indicadores FS1- FS4; FS7-FS9; FS11- FS12; FS15-FS16</p>
<p>2. COLABORAR CON LOS CLIENTES Y SOCIOS COMERCIALES PARA CONCIENCIAR SOBRE LAS CUESTIONES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA, GESTIONAR EL RIESGO Y DESARROLLAR SOLUCIONES</p>	<p>Carta del Presidente. Pág. 4</p> <p>MAPFRE y la Responsabilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stakeholders o grupos de interes: tabla de compromisos. Pág. 15 <p>MAPFRE y sus clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canales de atención al cliente. Pág. 58 <p>MAPFRE y sus proveedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introducción. Pág. 65 - Canales de relación con proveedores y sistemas de apoyo. Pág. 66 	<p>DESEMPEÑO AMBIENTAL: EN1 - EN2; EN6; EN26</p> <p>DESEMPEÑO SOCIAL: LA10 - LA12; HR2 - HR3; HR8</p> <p>SUPLEMENTO FINANCIERO: FS5; FS10; FS16</p>
<p>3. COLABORAR CON LOS GOBIERNOS, LOS REGULADORES Y OTROS GRUPOS DE INTERÉS FUNDAMENTALES, CON EL FIN DE PROMOVER UNA ACCIÓN AMPLIA EN TODA LA SOCIEDAD SOBRE LOS TEMAS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA</p>	<p>MAPFRE y la Responsabilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stakeholders o grupos de interés. Págs. 13-15 - Principales asociaciones. Págs. 25-27 <p>FUNDACIÓN MAPFRE colabora con esta iniciativa, realizando la traducción oficial del documento de los PSI al español</p> <p>http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/ciencias-del-seguro/</p>	<p>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS: 4.12 - 4.13</p> <p>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES: 4.14 - 4.17</p> <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC3</p> <p>DESEMPEÑO AMBIENTAL: EN13 - EN14</p> <p>DESEMPEÑO SOCIAL: SO5</p>
<p>4. RENDIR CUENTAS Y MOSTRAR TRANSPARENCIA, DIVULGANDO DE MANERA PÚBLICA Y PERIÓDICA LOS AVANCES EN LA APLICACIÓN DE ESTOS LOS PRINCIPIOS</p>	<p>Carta del Presidente. Pág. 4</p> <p>MAPFRE y la Responsabilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La actuación ética y socialmente responsable: compromisos internacionales. Págs. 17-18 <p>Información complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social. Págs. 87-88 - Principios para la Sostenibilidad en Seguros/ Indicadores MAPFRE GRI. Pág. 112 <p>Web corporativa: www.mapfre.com</p>	<p>PARÁMETROS DE LA MEMORIA: 3.1 - 3.13</p> <p>DESEMPEÑO SOCIAL: PR6</p>

Fuente: Elaboración propia



Ernst & Young, S.L.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid

Tel.: 902 365 456
Fax: 915 727 300
ey.com

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2013

A la Dirección de MAPFRE, S.A.

Alcance del trabajo:

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2013, a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1 y el suplemento sectorial financiero.

El perímetro considerado por Mapfre para la elaboración de su Informe Anual de Responsabilidad Social 2013 incluye las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE a nivel mundial.

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

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

Las revisiones efectuadas se refieren al ejercicio 2013, habiéndose cotejado asimismo la coincidencia de los datos relativos a los indicadores centrales del ejercicio anterior con el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2012.

Los procedimientos efectuados han sido los siguientes:

- Reuniones con responsables de MAPFRE para obtener la información sobre las actividades realizadas y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE 2013 a los estándares del GRI.
- Análisis, en su caso, de los sistemas de información y metodología utilizada para la compilación de los datos cuantitativos correspondientes a los indicadores centrales y sectoriales de MAPFRE.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores centrales y específicos del suplemento financiero incluidos en el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2013 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información para

las actividades de MAPFRE realizadas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU, España, Méjico, Puerto Rico y Turquía, que suponen en su conjunto aproximadamente un 83 % del volumen de negocio.

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

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

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

Independencia

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

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2013, y con el alcance indicado, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI).
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de MAPFRE, S.A., de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.

Manuel Martínez Pedraza
Socio

Madrid, 10 de febrero de 2014

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2013

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO				
ASPECTO	IND	ALC.	P.V.	CAP
Desempeño Económico	EC1	G	CA	4-6.2
	EC2	G	CA	3-6.2
	EC3	G	CA	4-6.2
	EC4	G	CA	6.2
Presencia en el mercado	EC5	G	SI	4.1
	EC6	G	PP/CA	3-4
	EC7	G	SI/FE	4.1
Impactos económico Directos	EC8	n.a.	n.a.	-
	EC9	n.a.	n.a.	-

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	CAP
Materiales	EN1	G	FE	5
	EN2	E	FE	5
Energía	EN3	G	FE	5
	EN4	G	FE	5
	EN5	G	FE	5
	EN6	G	SI	5
	EN7	G	SI/FE	5
	EN8	G	FE	5
Agua	EN9	n.a.	n.a.	-
	EN10	n.a.	n.a.	-
	EN11	G	DE	5-6.2
	EN12	G	DE	5-6.2
Biodiversidad	EN13	G	DE	5-6.2
	EN14	G	DE	5-6.2
	EN15	G	DE	5-6.2
	EN16	G	SI	5
Emisiones Vertidos y Residuos	EN17	G	SI	5
	EN18	G	SI	5
	EN19	G	SI/FE	5
	EN20	n.a.	n.a.	-
	EN21	n.a.	n.a.	-
	EN22	G	SI/FE	5
	EN23	G	DE	5
	EN24	n.a.	n.a.	-
	EN25	G	DE	5
	EN26	G	SI	4
Productos y Servicios	EN27	n.a.	n.a.	-
	EN28	G	DE	5-6.2
Cumpliment Normativo	EN29	n.a.	n.a.	-
	EN30	G	SI/FE	5

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL				
PRÁCTICAS LABORALES Y DE TRABAJO DECENTE				
ASPECTO	IND	ALC.	P.V.	CAP
Empleo	LA1	G	SI/FE	4.1
	LA2	G	SI/FE	4.1
	LA3	G	SI/FE	4.1
	LA15	G	SI	4.1-6.2
Relación Empresa Trabajadores	LA4	G	SI/PP	4.1
	LA5	G	PP	4.1-6.2
Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	G	SI	4.1
	LA7	G	SI/FE/DE	4.1
	LA8	G	SI/FE	4.1
	LA9	G	SI	4.1
Formación y Educación	LA10	G	SI/FE	4.1
	LA11	G	SI	4.1
	LA12	G	SI	4.1
Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	G	CA/PP/SI	4.1
Igualdad de remuneración	LA14	Nd	Nd	-

IND: Indicadores
ALC.: Alcance
P.V.: Proceso de Verificación
CAP: Capítulo
G: Grupo Mapfre
E: Grupo Mapfre España

DERECHOS HUMANOS				
ASPECTO	IND	ALC.	P.V.	CAP
Prácticas de Inversión y Abastecimiento	HR1	G	SI/FE	3
	HR2	G	SI	3
	HR3	G	SI/FE	3-4.1
No discriminación	HR4	G	PP/CG	4.1
Libertad de Asoc. y Conv. Colectivos	HR5	G	SI/PP/FE	3-4.1-4.3
Explotación Infantil	HR6	G	SI/PM/FE	3-4.1-4.3
Trabajos forzados	HR7	G	SI/PM	3-4.1-4.3
Prácticas de seguridad	HR8	G	FE	4.1-6.2
Derechos de los indígenas	HR9	G	DE/PM	4.1-6.2
Valoración del riesgo	HR10	G	DE/PM	3
Resolución conflictos	HR11	G	PP/DE/CG	3

SOCIEDAD				
ASPECTO	IND	ALC.	P.V.	CAP
Comunidad	SO1	n.a.	n.a.	-
	SO9	n.a.	n.a.	-
	SO10	n.a.	n.a.	-
Corrupción	SO2	G	SI	6.2 y 6.3
	SO3	G	SI/FE	3
Política Pública	SO4	G	SI	3
	SO5	G	CG	6.2 y 6.3
Comportamiento o Competencia desleal	SO6	G	DE	6.2 y 6.3
	SO7	G	DE	6.2 y 6.3
Cumplimiento normativo	SO8	G	DE	6.2 y 6.3

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO				
ASPECTO	IND	ALC.	P.V.	CAP
Salud y seguridad del cliente	PR1	n.a.	n.a.	-
	PR2	n.a.	n.a.	-
Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	G	PP/CG	4.II
	PR4	G	DE	4.II
	PR5	G	SI	4.II
Comunicaciones de Marketing	PR6	G	PP/FE	4.II
	PR7	G	SI/DE	4.II
Privacidad del Cliente	PR8	G	SI/FE	4.II
Cumplimiento Normativo	PR9	G	SI/DE	4.II

SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO				
ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	CAP
Impacto de productos y servicios	FS1	G	PP	3 y 5
	FS2	G	PP/CG	3 y 5
	FS3	G	CG/SI	3
	FS4	G	SI/FE	4.1
	FS5	G	SI	4.2-4.3-5
Cartera de producto	FS6	G	CA	4.2
	FS7	G	SI/CA	4.2
	FS8	G	SI	4.2
Auditoría	FS9	G	SI/FE	3 y 6
Gestión activa de la propiedad	FS10	n.d.	n.d.	-
	FS11	n.a.	n.a.	-
	FS12	n.a.	n.a.	-
Comunidad	FS13	G	SI	2
	FS14	G	SI	4.2
Salud y seguridad del cliente	FS15	G	PP	3 y 4.1
Comunicaciones de marketing	FS16	G	SI/FE	4.2

CAPITULO	CONTENIDO
Cap. 2	Información General
Cap. 2.3	Principales magnitudes económicas
Cap. 3	Mapfre y la Responsabilidad Social
Cap. 4	Dimensión Social de Mapfre
Cap. 4.1	Mapfre y sus empleados
Cap. 4.2	Mapfre y sus clientes
Cap. 4.3	Mapfre y sus accionistas
Cap. 4.4	Mapfre y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos
Cap. 5	Dimensión medioambiental de Mapfre
Cap. 6.2	Índice de indicadores GRI
Cap. 6.3	Principios del Pacto Mundial y objetivos de desarrollo del milenio

LEYENDA Procedimiento de revisión	CA	Verificación con Cuentas Anuales Consolidadas	DE	Obtención de declaración expresa del responsable de los servicios correspondientes.
	FE	Revisión mediante pruebas de muestreo con fuentes externas.	EI	Contraste con la información recopilada mediante encuestas internas a las Unidades de Negocio.
	SI	Revisión mediante pruebas de muestreo con sistemas de recopilación de información internos.	CG	Verificación de su inclusión en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE.
	PP	Verificación de la existencia de Políticas, Sistemas y Procedimientos.	n.a.	Verificación de la razonabilidad de los criterios utilizados para su consideración como "no aplicable" a las actividades desarrolladas por MAPFRE.
	PM	Verificación de su inclusión en los Principios del Pacto Mundial.	n.d.	Indicadores de aplicación a las actividades de MAPFRE para los cuales no se dispone de información.

INDICADORES DE ARGENTINA						
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD		
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2	
	EC2		LA1		SO3	
	EC3		LA2		SO4	
	EC4		LA3		SO5	
Presencia del mercado	EC5	Empleo	LA15	Política Pública	SO6	
	EC6		LA4		SO7	
	EC7		Relación Empresa Trabajadores	LA5	Comportamiento Competencia Desleal	SO8
					Cumplimiento Normativo	
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO		
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	
Energía	EN3		LA7		PR4	
	EN4		LA8		PR5	
Agua	EN8	Formación y Educación	LA9	Comunicaciones de Marketing	PR6	
Biodiversidad	EN11		LA10		PR7	
	EN12		LA11	Privacidad del Cliente	PR8	
	EN13	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA12	Cumplimiento Normativo	PR9	
	EN14	DERECHOS HUMANOS		SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO		
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL		
	EN16		HR2	Impacto de Productos y Servicios	FS1	
	EN22	HR3	FS2			
	EN23	No Discriminación	HR4		FS3	
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS4	
EN26	Explotación Infantil	HR6	FS5			
Productos y Servicios	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6	
Cumplimiento Normativo	EN28	Prácticas de Seguridad	HR8		FS7	
Gestión Ambiental	EN30	Derechos de los Indígenas	HR9	Auditoría	FS9	
			HR10	Comunidad	FS13	
			HR11		FS14	
					Salud y Seguridad del Cliente	FS15
				Comunicaciones de Marketing	FS16	

INDICADORES DE BRASIL						
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD		
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2	
	EC2		LA1		SO3	
	EC3		LA2		SO4	
	EC4		LA3		SO5	
Presencia del mercado	EC5	Empleo	LA15	Política Pública	SO6	
	EC6		LA4		SO7	
	EC7		Relación Empresa Trabajadores	LA5	Comportamiento Competencia Desleal	SO8
					Cumplimiento Normativo	
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO		
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	
Energía	EN3		LA7		PR4	
	EN4		LA8		PR5	
Agua	EN8	Formación y Educación	LA9	Comunicaciones de Marketing	PR6	
Biodiversidad	EN11		LA10		PR7	
	EN12		LA11	Privacidad del Cliente	PR8	
	EN13	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA12	Cumplimiento Normativo	PR9	
	EN14	DERECHOS HUMANOS		SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO		
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL		
	EN16		HR2	Impacto de Productos y Servicios	FS1	
	EN22	HR3	FS2			
	EN23	No Discriminación	HR4		FS3	
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS4	
EN26	Explotación Infantil	HR6	FS5			
Productos y Servicios	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6	
Cumplimiento Normativo	EN28	Prácticas de Seguridad	HR8		FS7	
Gestión Ambiental	EN30	Derechos de los Indígenas	HR9	Auditoría	FS9	
			HR10	Comunidad	FS13	
			HR11		FS14	
					Salud y Seguridad del Cliente	FS15
				Comunicaciones de Marketing	FS16	

INDICADORES DE CHILE					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2	Empleo	LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3		SO5
EC5	LA15		SO6		
Presencia del mercado	EC6	Relación Empresa Trabajadores	LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA7		PR4
	EN4		LA8		PR5
Agua	EN8	Formación y Educación	LA9	Comunicaciones de Marketing	PR6
Biodiversidad	EN11		LA10		PR7
	EN12	LA11	PR8		
	EN13	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA12	Privacidad del Cliente	PR9
	EN14	DERECHOS HUMANOS	LA13	Cumplimiento Normativo	PR9
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
	EN16		HR2	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	
	EN22		HR3	Impacto de Productos y Servicios	FS1
	EN23	No Discriminación	HR4		FS2
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS3
	Productos y Servicios	EN26	Explotación Infantil	HR6	FS4
Cumplimiento Normativo	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6
		Prácticas de Seguridad	HR8		FS7
		Derechos de los Indígenas	HR9	Auditoría	FS9
		Valoración del Riesgo	HR10	Comunidad	FS13
		Resolución Conflictos	HR11		FS14
				Salud y Seguridad del Cliente	FS15
				Comunicaciones de Marketing	FS16

INDICADORES DE COLOMBIA					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2	Empleo	LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3		SO5
EC5	LA15		SO6		
Presencia del mercado	EC6	Relación Empresa Trabajadores	LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA7		PR4
	EN4		LA8		PR5
Agua	EN8	Formación y Educación	LA9	Comunicaciones de Marketing	PR6
Biodiversidad	EN11		LA10		PR7
	EN12	LA11	PR8		
	EN13	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA12	Privacidad del Cliente	PR8
	EN14	DERECHOS HUMANOS	LA13	Cumplimiento Normativo	PR9
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
	EN16		HR2	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	
	EN22		HR3	Impacto de Productos y Servicios	FS1
	EN23	No Discriminación	HR4		FS2
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS3
	Productos y Servicios	EN26	Explotación Infantil	HR6	FS4
Cumplimiento Normativo	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6
		Prácticas de Seguridad	HR8		FS7
		Derechos de los Indígenas	HR9	Auditoría	FS9
		Valoración del Riesgo	HR10	Comunidad	FS13
		Resolución Conflictos	HR11		FS14
				Salud y Seguridad del Cliente	FS15
				Comunicaciones de Marketing	FS16

INDICADORES DE EE.UU.					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2	Empleo	LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3		SO5
EC5	LA15		SO6		
Presencia del mercado	EC6	Relación Empresa Trabajadores	LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
	INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL		LA6	RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA7	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA8		PR4
Agua	EN4		LA9		PR5
Biodiversidad	EN8	Formación y Educación	LA10	Comunicaciones de Marketing	PR6
	EN11		LA11	Privacidad del Cliente	PR7
	EN12		LA12	Cumplimiento Normativo	PR8
	EN13	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	Cumplimiento Normativo	PR9
	EN14	DERECHOS HUMANOS		SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	
	EN16		HR2	Impacto de Productos y Servicios	FS1
	EN22		HR3		FS2
	EN23	No Discriminación	HR4		FS3
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS4
EN26	Explotación Infantil	HR6	FS5		
Productos y Servicios	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6
Cumplimiento Normativo	EN28	Prácticas de Seguridad	HR8	Auditoría	FS7
		Derechos de los Indígenas	HR9	Comunidad	FS9
		Valoración del Riesgo	HR10	Comunidad	FS13
		Resolución Conflictos	HR11	Comunidad	FS14
		Salud y Seguridad del Cliente	FS15		
Comunicaciones de Marketing	FS16				

INDICADORES DE MÉXICO					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2	Empleo	LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3		SO5
EC5	LA15		SO6		
Presencia del mercado	EC6	Relación Empresa Trabajadores	LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
	INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL		LA6	RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA7	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA8		PR4
Agua	EN4		LA9		PR5
Biodiversidad	EN8	Formación y Educación	LA10	Comunicaciones de Marketing	PR6
	EN11		LA11	Privacidad del Cliente	PR7
	EN12		LA12	Cumplimiento Normativo	PR8
	EN13	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	Cumplimiento Normativo	PR9
	EN14	DERECHOS HUMANOS		SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	
	EN16		HR2	Impacto de Productos y Servicios	FS1
	EN22		HR3		FS2
	EN23	No Discriminación	HR4		FS3
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS4
EN26	Explotación Infantil	HR6	FS5		
Productos y Servicios	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6
Cumplimiento Normativo	EN28	Prácticas de Seguridad	HR8	Auditoría	FS7
		Derechos de los Indígenas	HR9	Comunidad	FS9
		Valoración del Riesgo	HR10	Comunidad	FS13
		Resolución Conflictos	HR11	Comunidad	FS14
		Salud y Seguridad del Cliente	FS15		
Comunicaciones de Marketing	FS16				

INDICADORES DE PUERTO RICO					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONOMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2		LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3		SO5
Presencia del mercado	EC5	Empleo	LA15	Política Pública	SO6
	EC6		LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA7		PR4
	EN4		LA8		PR5
Agua	EN8	Formación y Educación	LA9	Comunicaciones de Marketing	PR6
Biodiversidad	EN11		LA10		PR7
	EN12		LA11		PR8
	EN13	LA12	Privacidad del Cliente	PR9	
	EN14	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	Cumplimiento Normativo	PR9
		DERECHOS HUMANOS		SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	Impacto de Productos y Servicios	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL
	EN16		HR2		FS1
	EN22		HR3		FS2
	EN23	No Discriminación	HR4		FS3
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS4
Productos y Servicios	EN26	Explotación Infantil	HR6		FS5
Cumplimiento Normativo	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6
Gestión Ambiental	EN30	Prácticas de Seguridad	HR8		FS7
				Auditoría	FS9
		Valoración del Riesgo		Comunidad	FS13
		Resolución Conflictos			FS14
				Salud y Seguridad del Cliente	FS15
				Comunicaciones de Marketing	FS16

INDICADORES DE TURQUÍA					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONOMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2		LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3		SO5
Presencia del mercado	EC5	Empleo	LA15	Política Pública	SO6
	EC6		LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA7		PR4
	EN4		LA8		PR5
Agua	EN8	Formación y Educación	LA9	Comunicaciones de Marketing	PR6
Biodiversidad	EN11		LA10		PR7
	EN12		LA11		PR8
	EN13	LA12	Privacidad del Cliente	PR9	
	EN14	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	Cumplimiento Normativo	PR9
		DERECHOS HUMANOS		SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	Impacto de Productos y Servicios	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL
	EN16		HR2		FS1
	EN22		HR3		FS2
	EN23	No Discriminación	HR4		FS3
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS4
Productos y Servicios	EN26	Explotación Infantil	HR6		FS5
Cumplimiento Normativo	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6
		Prácticas de Seguridad	HR8		FS7
		Derechos de los Indígenas	HR9	Auditoría	FS9
		Valoración del Riesgo	HR10	Comunidad	FS13
		Resolución Conflictos	HR11		FS14
				Salud y Seguridad del Cliente	FS15
				Comunicaciones de Marketing	FS16





Informe anual 2013

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Diseño y maquetación: TAU DISEÑO
[www. taudesign.com](http://www.taudesign.com)