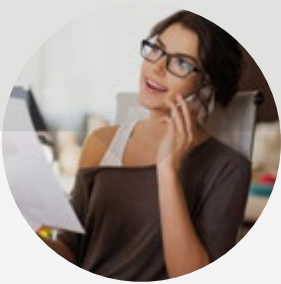
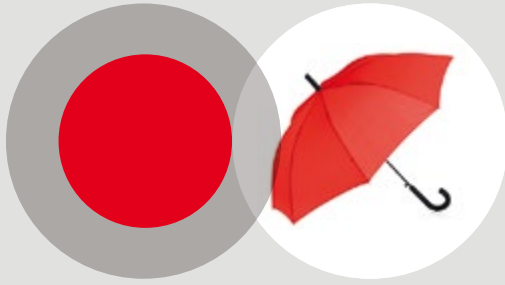




Responsabilidad
Social

Informe
Anual
2015





CONTENIDOS

1. Carta del presidente	4
2. Información general	8
2.1. PRESENCIA INTERNACIONAL	10
2.2. ORGANIGRAMA	15
2.3. PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS	16
2.4. ÓRGANOS DE GOBIERNO	20
3. MAPFRE y la responsabilidad social corporativa (RSC)	22
3.1. NUEVA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	23
3.2. EL MODELO DE CREACIÓN DE VALOR SOSTENIBLE	26
3.3. LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS): CANALES DE RELACIÓN Y MATERIALIDAD	27
3.4. COMPROMISOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE: INICIATIVAS INTERNACIONALES Y LOCALES	39
3.5. FACTORES Y RIESGOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBIERNO (ASG)	46
3.6. MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CUMPLIMIENTO	54
4. Dimensión social de MAPFRE	60
4.1. MAPFRE Y SUS EMPLEADOS	61
4.2. MAPFRE Y SUS CLIENTES	91
4.3. MAPFRE Y SUS ACCIONISTAS	120
4.4. MAPFRE Y SUS DISTRIBUIDORES	128
4.5. MAPFRE Y SUS PROVEEDORES	133
4.6. MAPFRE Y LA SOCIEDAD	138
5. Dimensión medioambiental de MAPFRE	158
5.1. COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD	160
5.2. CONSECUCCIÓN DE RESULTADOS 2015	162
5.3. EL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN AMBIENTAL, ENERGÉTICA Y DE HUELLA DE CARBONO	168
5.4. CAMBIO CLIMÁTICO	174
5.5. ECOEFICIENCIA	185
5.6. PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD	191
5.7. CULTURA MEDIOAMBIENTAL	194
5.8. LÍNEAS DE ACTUACIÓN 2016-2017	199
5.9. MATERIALIDAD MEDIOAMBIENTAL	200
6. Información complementaria	202
6.1. PRINCIPIOS SEGUIDOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	203
6.2. ÍNDICE DE CONTENIDO GRI G4 Y MATERIALITY DISCLOSURES SERVICE ORGANIZATIONAL MARK	205
6.3. INFORME DE VERIFICACIÓN EXTERNA	226



Carta del Presidente

Estimado/a lector/a,

En MAPFRE trabajamos día a día con el objetivo de lograr un crecimiento rentable, pero también con el compromiso de desarrollar nuestra actividad asumiendo la responsabilidad social que nos corresponde, como aseguradora, en todos los países donde estamos presentes.

Negocio y sostenibilidad no pueden avanzar por vías separadas. Las empresas, como buenos ciudadanos corporativos, solo concebimos un escenario integrador de ambos aspectos. Las aseguradoras reforzamos aún más nuestra sensibilidad para garantizar la sostenibilidad en nuestro desarrollo. La naturaleza de las operaciones aseguradoras nos impulsa a tener un enfoque preventivo, mitigador y reparador de los aspectos y riesgos ambientales, sociales y de gobernanza. Ser aseguradores de otros riesgos nos permite promover negocios más responsables y sostenibles.

El Informe que aquí les presento, más que un balance anual, es un reflejo del esfuerzo y los resultados de las acciones que MAPFRE ha realizado en 2015 en el ámbito de la sostenibilidad, creando valor para nuestros grupos de interés. Permítanme que destaque algunos:

— El Informe se ha realizado siguiendo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su última versión G4. El ejercicio de identificación de asuntos relevantes (Análisis de Materialidad) de 2015, nos ha permitido establecer

aquellos que son importantes para la empresa y los grupos de interés que han participado este año, clientes, empleados, proveedores y distribuidores, tanto en España, como en Brasil, Colombia, México y Puerto Rico.

– Reafirmamos públicamente nuestro compromiso con el desarrollo sostenible, con la pertenencia a iniciativas internacionales de referencia en este ámbito como el Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Iniciativa Financiera del Programa Ambiental de Naciones Unidas (UNEPFI) y los Principios de Aseguramiento Sostenible, entre otras y, la más reciente, adoptada durante la cumbre de París (COP21), la iniciativa "Paris Pledge for Action".

– En 2015, el Consejo de Administración de MAPFRE ha aprobado la nueva Política de RSC que define el marco de referencia al que deben acogerse las entidades del Grupo para desarrollar y potenciar un comportamiento socialmente responsable en los países en los que operan.

– Seguimos enfocados en la gestión e identificación de factores y riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), como una forma de minimizar el impacto de nuestra actividad en la sociedad y particularmente en nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios adecuados a sus necesidades, promoviendo la cultura aseguradora y fomentando el acceso al seguro a los colectivos más vulnerables.

– La innovación forma parte de la cultura de negocio de MAPFRE, por ello, en 2015 hemos consolidado la implantación de nuestro modelo de innovación con la puesta en marcha de trece oficinas de Innovación y Desarrollo.

– En 2015, la plantilla de la empresa se ha incrementado en 1.352 empleos directos, y hemos participado en diferentes programas de promoción de empleo e integración laboral, especialmente con personas con discapacidad. Además, MAPFRE ha impulsado la creación de empleo indirecto, a través de su red comercial y de distribución, y empleo inducido a otros sectores económicos: en 2015 MAPFRE generó actividad y negocio para sus proveedores por un valor de 4.100 millones de euros.

– MAPFRE está comprometida con el desarrollo profesional y personal de los profesionales que trabajan en el Grupo, ellos son quienes hacen posible que el negocio sea eficiente y competitivo. Por ello, estamos enfocados en identificar

y promover el talento interno y ofrecer oportunidades de desarrollo profesional a través de la formación y la movilidad, en retribuir de forma justa y equitativa utilizando sistemas objetivos de evaluación, en gestionar la diversidad, en proporcionar un entorno de trabajo seguro, saludable y respetuoso con las personas, y en conciliar el trabajo con la vida personal.

Me van a permitir que haga una referencia a una iniciativa de la que nos sentimos especialmente orgullosos: el Programa Global de Voluntariado. Es justo reconocer aquí la labor solidaria que más de 4.000 empleados de MAPFRE han desarrollado en 2015 formando parte activa del voluntariado corporativo. Ellos, con su generosidad personal, hacen que nuestro compromiso social tenga más sentido y sea realmente apreciado por la sociedad. Se han realizado más de 760 acciones en diferentes ámbitos (nutrición, salud, educación, medioambiente y ayuda en emergencias), beneficiando directa e indirectamente a más de 500.000 personas. Esperamos incorporar cada año a más empleados comprometidos con este Programa Global.

– También estamos muy agradecidos a los más de 34 millones de clientes que confían en MAPFRE. El cliente es el centro de nuestra evolución, tanto tecnológica, como en canales de atención y distribución. Su experiencia con nosotros nos permite mejorar de forma continua en servicio y en productos aseguradores que le faciliten la vida, bien profesionalmente o en su entorno personal y familiar.

– Además, la red comercial y de distribución de MAPFRE cuenta con más de 80.000 profesionales (mediadores, agentes, delegados), con gran experiencia y cercanía al cliente, cualidades necesarias para ofrecer un asesoramiento permanente y de calidad.

– Hemos mantenido relación con más de 220.000 proveedores. MAPFRE trabaja para convertir a sus proveedores de servicios en verdaderos embajadores de la marca, a través de la relación que desarrollan con el cliente y de su capacidad de servicio, creando un modelo de gestión de la relación, a partir de la creación mutua de valor.

– Hemos sido incluidos en el Anuario de la Sostenibilidad 2016 de RobecoSAM, como una de las 20 empresas españolas más sostenibles del mundo en términos ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG), aspectos que, cada vez más, son

tenidos en cuenta por analistas especializados en el ámbito de la sostenibilidad; y formamos parte del Índice FTSE4Good y FTSE4Good Ibex.

En 2015, MAPFRE ha aprobado una nueva política de comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto, que pretende fomentar la relación de estos grupos de interés con la empresa.

Estamos enfocados en la creación de valor sostenible para el accionista, generando valor a la empresa. Desde 2007 hasta hoy, MAPFRE ha aumentado el importe destinado a dividendos en un 72 por 100 y el ratio de "pay-out" con cargo a los resultados de 2015 se sitúa en un 56 por 100.

— Estamos entre las compañías líderes a nivel mundial en la lucha contra el cambio climático, formando parte de la 'Climate A-list Global' de la Iniciativa "Carbon Disclosure Project".

Somos un Grupo comprometido con el entorno en el que desarrollamos nuestra actividad. Nuestro sistema integrado de gestión ambiental, energética y de huella de carbono, nos permite controlar el impacto de nuestras principales instalaciones y nuestros consumos.

Además, tenemos un Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático, para reducir la emisión de gases de efecto invernadero en las instalaciones del Grupo, y establecer un conjunto de líneas específicas de actuación contra el cambio Climático.

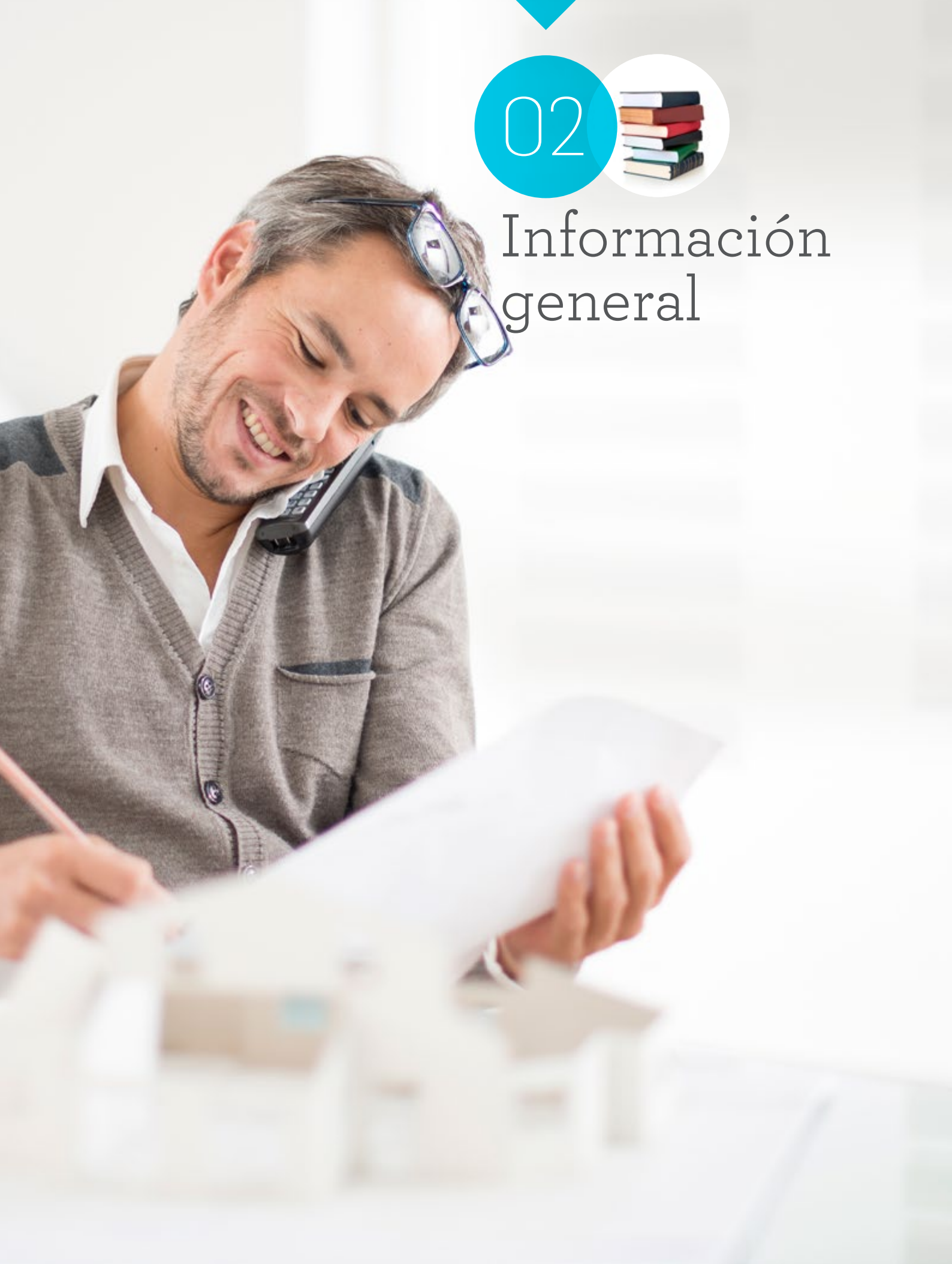
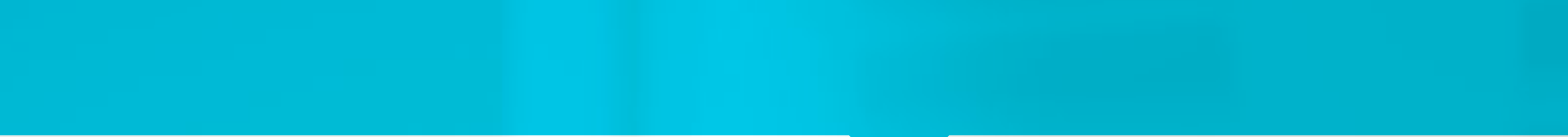
Como señalaba al inicio, uno de nuestros objetivos es transmitir el valor social de la empresa en cada país en el que estamos presentes. Para nosotros, el concepto de valor social, es la suma del valor que genera la actividad comercial y aquellas otras, no lucrativas, que la compañía apoya y desarrolla principalmente a través de Fundación MAPFRE. Los Informes que se presentan en la Junta de Accionistas (Cuentas Anuales, Responsabilidad Social y Fundación MAPFRE), y que están publicados en la web de la compañía, representan, en su conjunto, el valor social de MAPFRE. Además, hemos incorporado en este Informe Anual, algunos de los indicadores de impacto social que consideramos más relevantes.

Ser sostenibles implica, no solo asumir el impacto que nuestra actividad genera en la sociedad, sino también construir relaciones de confianza con nuestros grupos de interés e involucrarlos en nuestro proyecto de empresa socialmente comprometida. En 2016 vamos a intensificar nuestra actuación con la aprobación del Plan de Sostenibilidad del Grupo, que será nuestra referencia en Responsabilidad Social Corporativa para los próximos tres años.

Muchas gracias



[G4-1, 33; FS9]



02



Información general

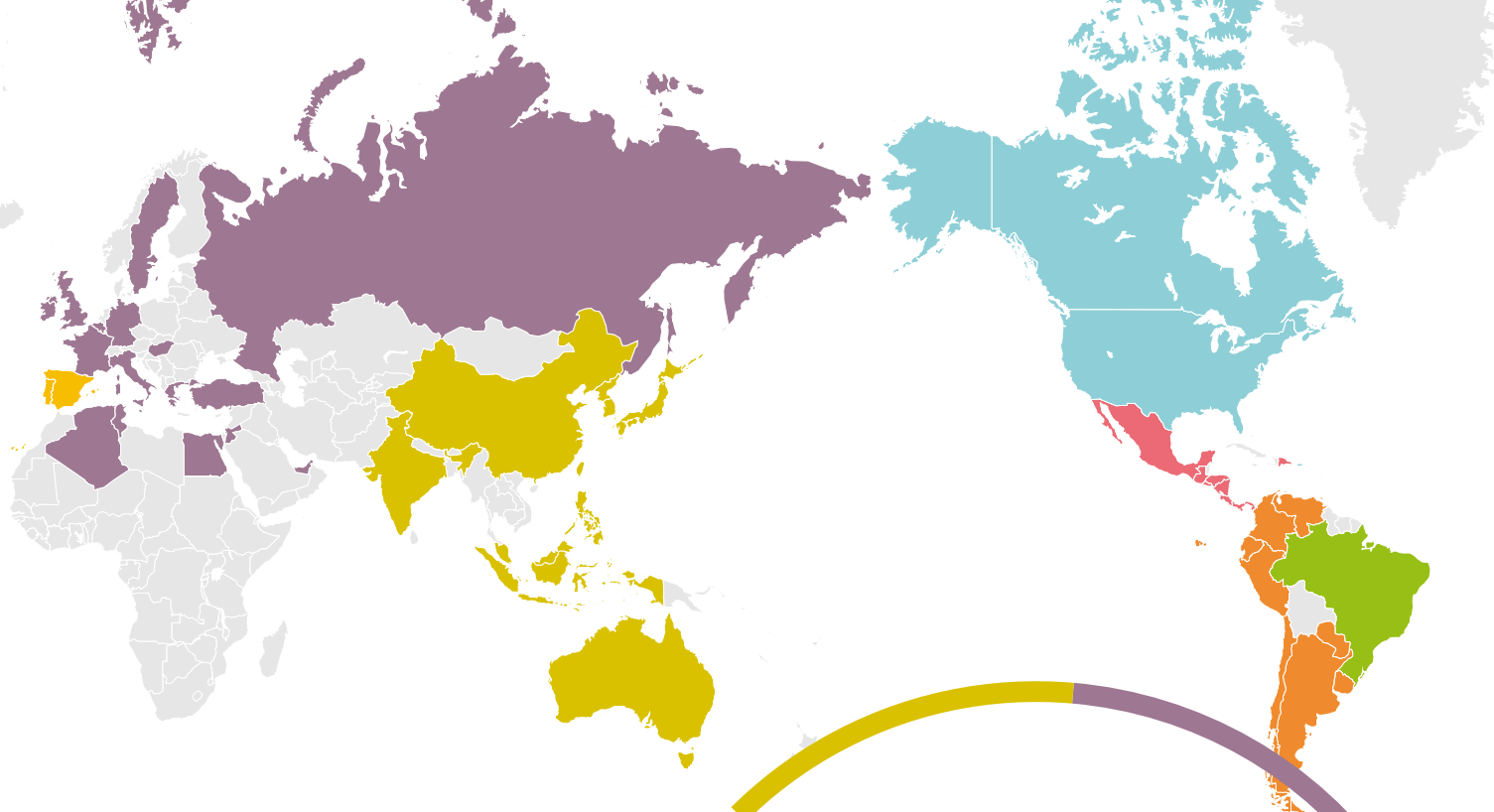
[G4-3, 5, 6, 7, 8]

MAPFRE es una compañía global que desarrolla principalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en más de 50 países de los cinco continentes. La matriz del Grupo es la sociedad holding MAPFRE S.A., cuyas acciones cotizan en las Bolsas de Madrid y Barcelona, y forman parte de los índices IBEX 35, Dow Jones Stoxx Insurance, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good y FTSE4Good IBEX.

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

El negocio del Grupo se configura a través de cuatro Unidades de Negocio (Seguros; Asistencia, Servicios y Riesgos Especiales; Global Risks y Reaseguro), tres grandes Áreas Territoriales, IBERIA, LATAM e INTERNACIONAL, y siete Áreas Regionales: Iberia, LATAM Norte, LATAM Sur, Brasil, Norteamérica, EMEA y APAC.

MAPFRE tiene una amplia implantación multinacional y es la mayor aseguradora española en el mundo. Al cierre del ejercicio 2014, últimos datos disponibles, ocupaba el décimo puesto en el ranking europeo de seguros, donde era además la quinta compañía No Vida, y la primera posición en este segmento en América Latina, región en la que es el segundo grupo asegurador.



2.1. PRESENCIA INTERNACIONAL

MAPFRE opera en un total de 51 países, a través de 237 sociedades. Al cierre del ejercicio 2015, tenía 5.848 oficinas propias en todo el mundo, además distribuye sus productos a través de 8.932 oficinas de entidades bancarias y otros puntos de venta que comercializan los seguros de MAPFRE en virtud de acuerdos de colaboración; y cuenta con una red de más de 80.000 agentes y mediadores, de los cuales alrededor de 7.200 se encuentran en Estados Unidos y más de 23.000 en Brasil.

En la actividad de seguros, MAPFRE es la mayor aseguradora española en el mundo, la décima aseguradora en Europa, y está implantada en prácticamente todos los países de América Latina —región en la que es el segundo grupo asegurador y el líder en seguros No Vida—, en los Estados Unidos de América —donde es una de las 20 primeras aseguradoras de automóviles del país—, en Alemania, Filipinas, Italia, Malta, Portugal y Turquía.

En la actividad de Asistil, MAPFRE opera en 47 países y es la tercera compañía mundial del sector. Además, el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional (MAPFRE RE) que se encuentra entre las 15 primeras entidades en el ranking del reaseguro mundial y desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con 19 oficinas y dos sociedades filiales. Para la gestión de los programas globales de seguros, el Grupo cuenta con la compañía especializada MAPFRE GLOBAL RISKS.



BRASIL

Nº EMPLEADOS
7.315

Brasil ● ● ○

LATAM NORTE

Nº EMPLEADOS
3.572

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

LATAM SUR

Nº EMPLEADOS
6.728

Argentina ● ● ○	Paraguay ●
Chile ● ● ○	Perú ● ●
Colombia ● ● ○	Uruguay ● ●
Ecuador ● ●	Venezuela ● ● ○

- SEGURO DIRECTO
- ASISTENCIA
- GLOBAL RISKS
- REASEGURO



Implantación
ÁREA TERRITORIAL

INTERNACIONAL

EMEA

Nº EMPLEADOS

4.376

Alemania	● ● ● ○	Italia	● ● ● ○
Argelia	●	Jordania	●
Bahrén	●	Luxemburgo	●
Bélgica	● ● ○	Malta	● ●
Egipto	●	Reino Unido	● ● ● ○
Emiratos Arabes	●	Rusia	●
Francia	● ● ● ○	Suecia	●
Grecia	●	Túnez	●
Hungría	●	Turquía	● ●
Irlanda	●		

NORTEAMÉRICA

Nº EMPLEADOS

3.889

Canadá	● ●
EE UU	● ● ● ○
Puerto Rico	● ●

APAC

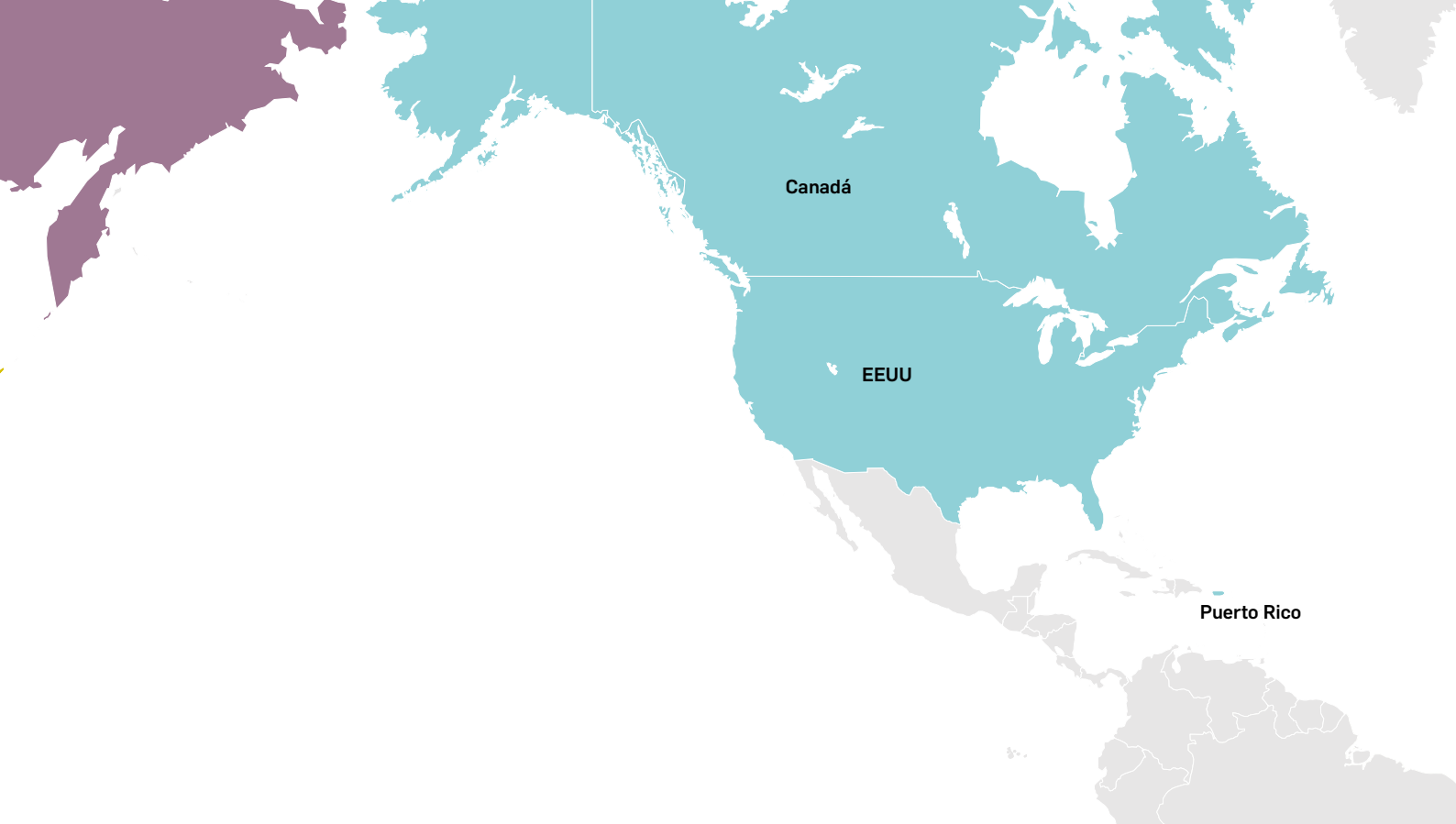
Nº EMPLEADOS

1.131

Australia	●	Indonesia	●
China	● ● ○	Japón	●
Filipinas	● ● ● ○	Malasia	○
Hong Kong	●	Singapur	○
India	●	Taiwán	●

● SEGURO DIRECTO ● GLOBAL RISKS

● ASISTENCIA ○ REASEGURO



Canadá

EEUU

Puerto Rico

Implantación

ÁREA TERRITORIAL

IBERIA

IBERIA

Nº EMPLEADOS

9.494

España



Portugal



Portugal

España

Nº EMPLEADOS

1.900

Áreas Corporativas y Servicios Centrales

● SEGURO DIRECTO

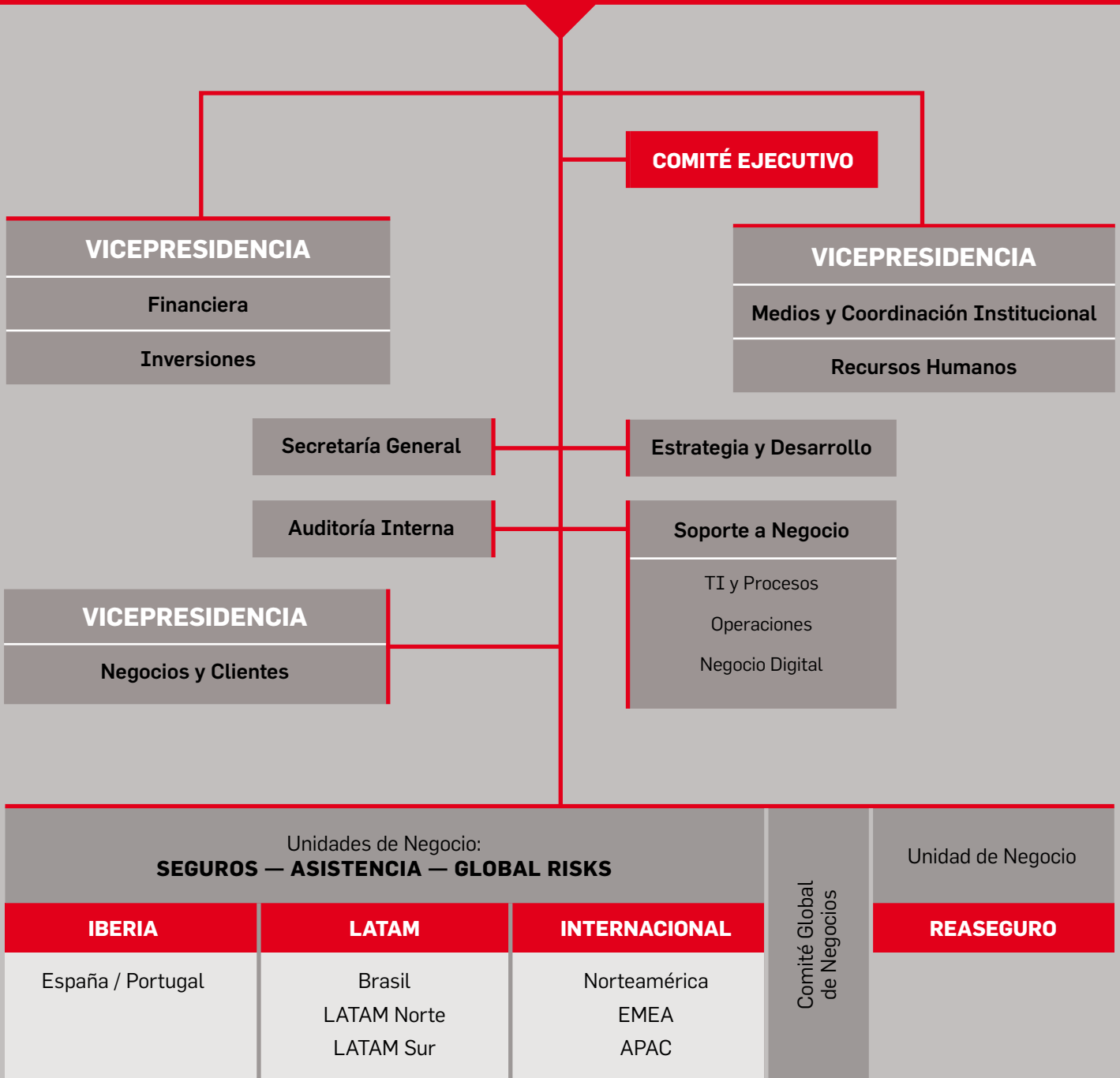
● GLOBAL RISKS

● ASISTENCIA

○ REASEGURO

2.2. ORGANIGRAMA

MAPFRE S.A. PRESIDENCIA



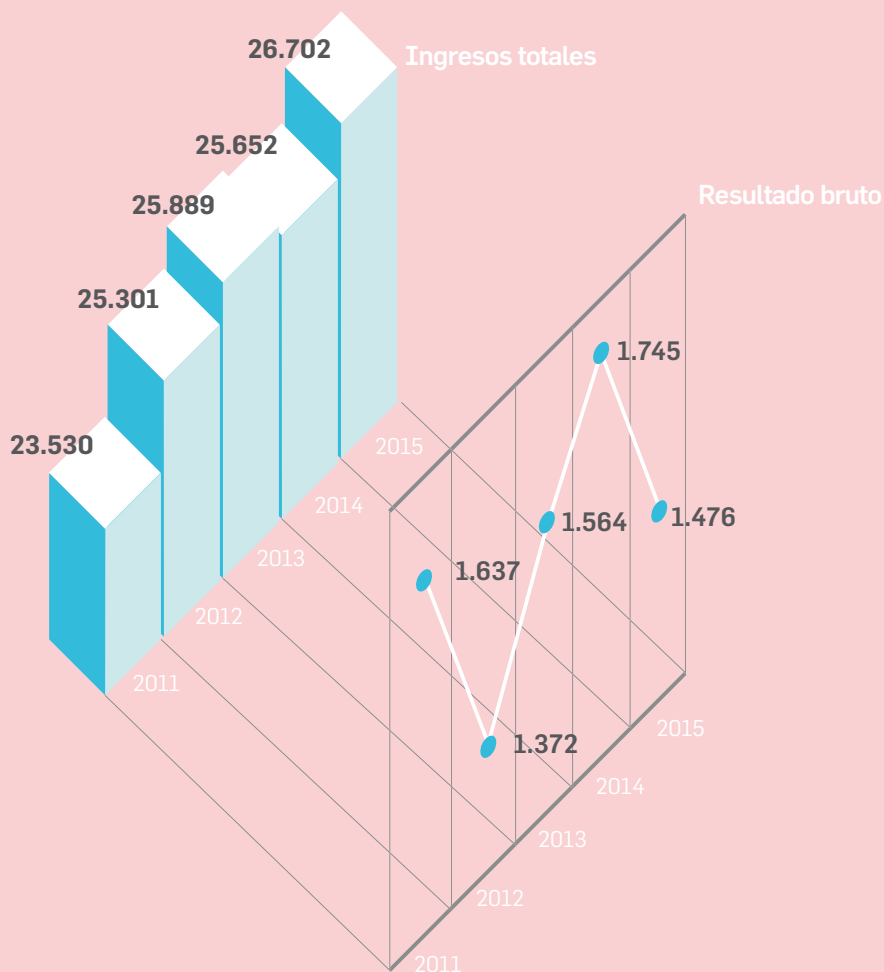


2.3. PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS

[G4-9]

Ingresos y Resultados

Datos en millones de euros



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

	2015	2014	% 15/14
Provisiones técnicas de Vida ⁽¹⁾	28.104,7	30.615,1	(8,2%)
Fondos de pensiones	5.076,2	5.788,8	(12,3%)
Fondos de inversión y carteras gestionadas	4.736,4	4.413,6	7,3
TOTAL	37.917,3	40.817,5	(7,1%)

Cifras en millones de euros

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

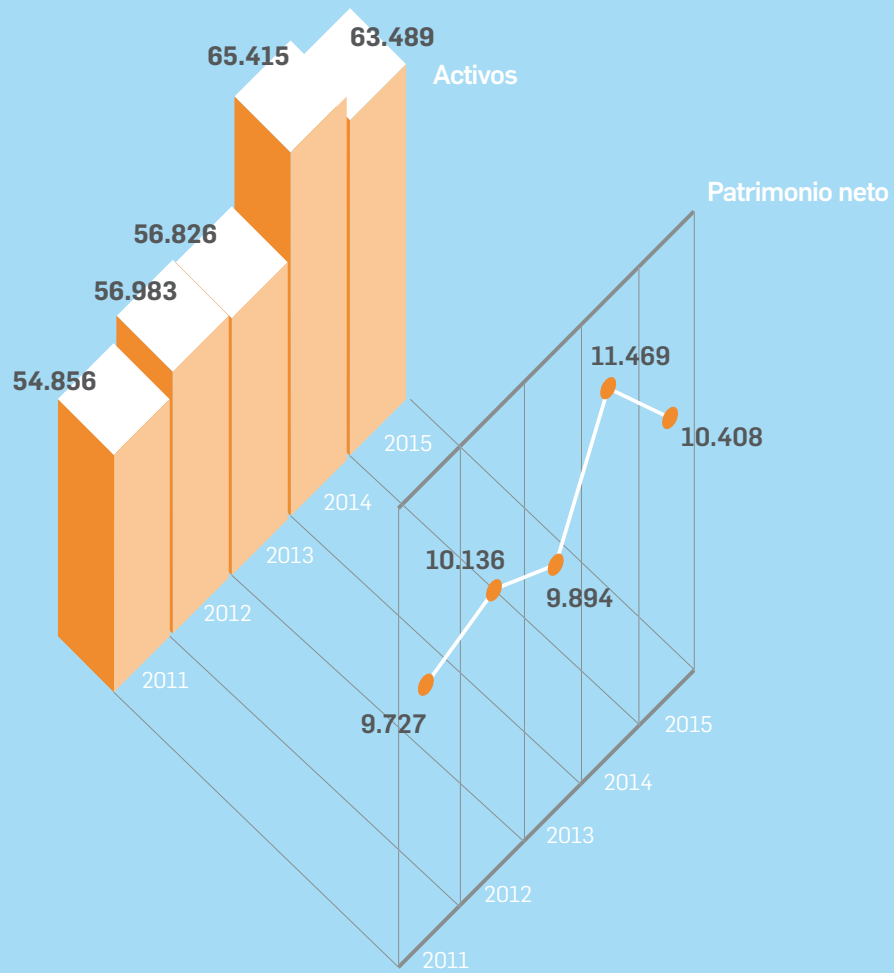
Total fondos Vida y Ahorro

37.917,3

millones de euros

Activos y patrimonio neto

Datos en millones de euros



Distribución territorial del negocio por primas	2015	2014
IBERIA	28%	31%
LATAM	36%	40%
INTERNACIONAL	20%	15%
MAPFRE RE	16%	14%

Cuotas de mercado	2015	2014
España (primas)		
Automóviles	20,4%	20,5%
Salud	6,2%	5,9%
Resto no Vida	15,7%	15,9%
Vida	6,8%	8,4%
TOTAL	11,3%	12,1%
España Vida (provisiones técnicas)	10,7%	11,2%
Latinoamérica (primas no Vida)	n.d.	9,7%

Las cuotas de mercado del año 2014 se ha recalculado, clasificando el negocio de CATALUNYACAIXA como discontinuado

Cuota de mercado España

11,3%

total primas

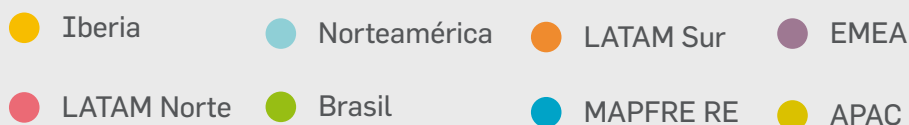
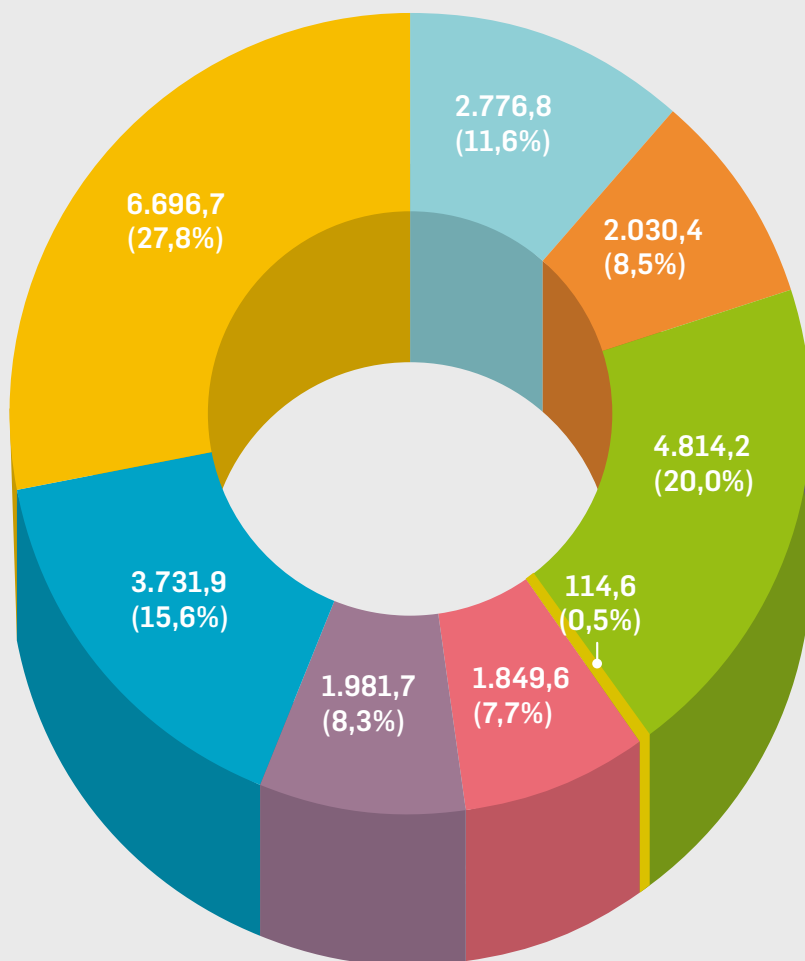
Desglose de primas por área territorial

Datos en millones de euros

Total

23.995,9

millones de euros



Aportación al resultado consolidado	EUR MM	%
IBERIA	494,8	57,9%
BRASIL	153,4	18,0%
NORTEAMÉRICA	(32,7)	(3,8%)
LATAM SUR	49,4	5,8%
EMEA	(2,4)	(0,3%)
LATAM NORTE	42,4	5,0%
APAC	(3,4)	(0,4%)
MAPFRE RE	152,6	17,9%
TOTAL	854,1	100,0%
Holdings y eliminaciones	(145,3)	
RESULTADO ATRIBUIBLE	708,8	

2. 4. ÓRGANOS DE GOBIERNO

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

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

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

– **Determinar las políticas y estrategias generales de la Sociedad**, y en particular: a) Los Objetivos de Actuación y los Planes Estratégicos para su consecución b) Los Presupuestos Anuales de Ingresos, Gastos y Resultados, y las Previsiones Anuales de Situación Financiera y Patrimonial c) La definición de la estructura del Grupo d) La Política de Inversiones y de Financiación e) La Política de Identificación, Gestión y Control de Riesgos, incluidos los fiscales, y la supervisión de los sistemas internos de información y control f) La Política de Gobierno Corporativo de la Sociedad y del Grupo g) La Política de Responsabilidad Social Corporativa h) La Política de Dividendos i) La Política relativa a las Acciones Propias j) La determinación de la Estrategia Fiscal de la Sociedad.

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

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

– **Garantizar el cumplimiento** de los Principios Institucionales y Empresariales del Grupo MAPFRE.

La composición actual del Consejo es de 18 miembros de los que 5 miembros son consejeros ejecutivos, 6 consejeros dominicales y 7 consejeros independientes.

El elevado número de entidades que componen el Grupo MAPFRE y su carácter multinacional, con presencia en los cinco continentes, junto con su relevancia económica y empresarial justifican el número de miembros del Consejo, que resulta adecuado para un funcionamiento eficaz y participativo. No obstante, en los últimos cinco años el tamaño del Consejo de Administración se ha reducido en un 25 por 100, pasando de 24 a 18 miembros.

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

Sobre la composición y funcionamiento del Consejo, así como de los demás órganos de gobierno de MAPFRE, SA, puede ampliarse la información, consultando los siguientes documentos públicos que figuran en el siguiente enlace www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/gobierno-corporativo/

- Reglamento del Consejo de Administración
- Consejo de Administración
- Comisión y Comités Delegados
- Informe Anual de Gobierno Corporativo
- Junta General (convocatoria y demás documentación)

A continuación, y de forma gráfica, se representan los órganos de gobierno de MAPFRE, vigentes en 2016:

MAPFRE S.A.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Comisión Delegada

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

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

Comité de Auditoría

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

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

Comité de nombramientos y retribuciones

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

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

Comité de riesgos y cumplimiento

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

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

03



MAPFRE
y la
responsabilidad
social
corporativa
(RSC)



En este capítulo se incorpora información sobre temas generales de RSC en los que MAPFRE ha trabajado en 2015, entre otros, la aprobación de una nueva política corporativa específica, el análisis de materialidad, los compromisos con el desarrollo sostenible, la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) y las medidas para la prevención y el cumplimiento.

3.1. NUEVA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

[G4-56; HR3-HR5; FS13-FS15]

El 23 de julio de 2015, el Consejo de Administración de MAPFRE, aprobó, entre otras, la nueva Política de RSC, que sigue las recomendaciones del Código de Buen Gobierno para entidades cotizadas de la Comisión Nacional del Mercado de Valores¹.

La Política de RSC, establece un marco de referencia, a partir del cual cualquier entidad del Grupo MAPFRE puede desarrollar y potenciar un comportamiento socialmente responsable, con independencia de la forma convencional y/o digital, en la que se desarrolle el negocio, y del país en el que opere, adaptando localmente las acciones que sean necesarias para su cumplimiento.

La política define qué es la RSC para MAPFRE y reafirma el compromiso general del Grupo en este ámbito. Además, la política determina unos objetivos muy concretos, que vinculan la RSC con el negocio, con la gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno (ASG) y con la creación de valor social, involucrando a sus grupos de interés más directos en su desarrollo.

Esta política establece el compromiso de MAPFRE en temas generales que son importantes para la empresa y que preocupan también a la sociedad, entre otros: los derechos humanos, la responsabilidad fiscal, la transparencia o el medio ambiente, y también determina los compromisos específicos de la empresa, principalmente con los grupos de interés, establecidos en su misión.

Por otra parte, la propia política establece que será el Comité Corporativo de RSC de MAPFRE, el que informe al Consejo de Administración sobre el grado de avance de su cumplimiento y de la estrategia de RSC.

¹ http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf

La siguiente tabla, muestra de forma resumida, el contenido y la estructura de la Política de RSC:

DEFINICIÓN Y OBJETIVOS



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

OBJETIVOS

- _ Alcanzar el interés social y sus objetivos estratégicos.
- _ Gestionar la empresa desde los valores que deben estar presentes en cualquier proyecto empresarial que se desarrolle.
- _ Establecer relaciones estables y de equidad con los grupos de interés, principalmente, accionistas, empleados, proveedores, distribuidores, clientes y la sociedad.
- _ Gestionar los riesgos y oportunidades de negocio, asumiendo el impacto que genera en la sociedad y en el entorno.
- _ Transmitir el valor social de la empresa, en cada territorio, que concilia el valor de su actividad operativa con el valor de las actividades no lucrativas que se llevan a cabo.

9 PRINCIPIOS GENERALES PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS

- 1 Cumplimiento de los Compromisos Internacionales
- 2 Cumplimiento de las Leyes y normas nacionales e internacionales
- 3 Mantenimiento de prácticas de gobierno corporativo
- 4 Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés
- 5 Compromiso con la transparencia
- 6 Compromiso con los Derechos Humanos
- 7 Responsabilidad Fiscal
- 8 Conservación y promoción del Medio Ambiente
- 9 Promoción de la responsabilidad social

6 PRINCIPIOS ESPECÍFICOS PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS RELACIONADOS CON:

- 1 Empleados
- 2 Clientes y asegurados
- 3 Proveedores
- 4 Distribuidores/ mediadores
- 5 Accionistas
- 6 Sociedad

MECANISMOS DE DESARROLLO, SEGUIMIENTO Y CONTROL

- _ Comité Corporativo de RSC
- _ Consejo de Administración (órgano delegado)

Fuente: www.mapfre.com

El Comité Corporativo de RSC, tiene como objetivo de impulsar el desarrollo de la responsabilidad social en el Grupo MAPFRE. Es un órgano interno permanente, con funciones ejecutivas, y facultades de información, asesoramiento y propuesta dentro en el ámbito de la RSC.

Este Comité está compuesto por los máximos representantes de las Áreas Financiera, Medios y Coordinación Institucional y Secretaría General, todos ellos miembros de la Alta Dirección y, como ponentes, el Director del Grupo de Trabajo Interno de RSC, y la Directora de Responsabilidad Social, que actúa también como secretaria del mismo. Además, está presidido por el Vicepresidente Segundo del Grupo.

Entre sus competencias, destacan las siguientes:

- Conocer, orientar e impulsar y supervisar el grado de cumplimiento de la estrategia global de Responsabilidad Social Corporativa, y de la Política de Responsabilidad Social, e informar sobre ello al Consejo de Administración y a la Comisión Delegada o al Comité Ejecutivo, según corresponda, a través de la figura del Presidente del Comité RSC.
- Evaluar periódicamente la situación del Grupo en materia de responsabilidad social corporativa y, en su caso, establecer las medidas que correspondan.
- Realizar un seguimiento de las iniciativas internacionales de responsabilidad social corporativa y los compromisos adquiridos por MAPFRE en este ámbito.

Teniendo en cuenta el alcance global de sus competencias, para que el Comité de RSC pueda cumplir adecuadamente con sus funciones, recibe el soporte y asesoramiento de la Dirección de Responsabilidad Social, que pertenece a la Subdirección General de Publicidad, Marca y Responsabilidad Social, y del Grupo de Trabajo Interno de RSC.

En 2015, este Comité se ha reunido formalmente en dos ocasiones. En su última sesión, aprobó, entre otros temas, el desarrollo del Proyecto de Derechos Humanos en el Grupo MAPFRE.

3.2. EL MODELO DE CREACION DE VALOR SOSTENIBLE

Asimismo, se ha revisado el modelo de RSC aprobado en 2005, incorporando aquellos elementos que se adaptan mejor a la evolución que MAPFRE ha tenido a lo largo de estos diez años.

Este modelo está alineado con la visión, misión y valores de MAPFRE, así como los Principios Institucionales y Empresariales. Por esta razón, el modelo permite crear valor sostenible para el grupo, teniendo en cuenta las relaciones de confianza de los grupos de interés.

El modelo continúa basándose en ejes, que actúan de forma integrada para generar valor: el segundo pilar ahora integra la responsabilidad social y ambiental.

BUEN GOBIERNO

- _ Garantizar el cumplimiento de las obligaciones legales y de los compromisos adquiridos en el ámbito de la RSC.
- _ Promover un comportamiento ético en la gestión de la organización y en el desarrollo del negocio.
- _ Velar por la transparencia como una forma de transmitir y generar confianza y credibilidad a nuestros grupos de interés.
- _ Mantener prácticas de gobierno corporativo, basadas en la ética, la transparencia empresarial y la diversidad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

- _ Establecer relaciones de equidad con los grupos de interés, principalmente los incluidos en la misión de la compañía.
- _ Gestionar los compromisos adquiridos por la adhesión de la empresa a iniciativas, tanto internacionales como locales, que sean de referencia en el ámbito del desarrollo sostenible.
- _ Asumir el impacto que genera la actividad del Grupo en la sociedad y en el entorno, mediante una adecuada gestión de los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).
- _ Promover la actuación del Grupo en temas medioambientales, que ayuden a preservar el entorno en el que se desarrolla la actividad.
- _ Ser transparentes con la actividad de RSC, reportando anualmente sobre el desempeño de las actuaciones en este ámbito, utilizando para ello, estándares internacionales.



**VALOR
SOSTENIBLE**

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

- _ Teniendo claro el rol del Grupo en la sociedad, más allá de la actividad mercantil, MAPFRE promueve y colabora en las actividades no lucrativas de interés general que desarrolla, principalmente, con Fundación MAPFRE.

3.3. LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)

[G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-S8]

MAPFRE necesita la implicación de sus grupos de interés para cumplir con sus objetivos empresariales, de forma sostenible, especialmente la de los definidos en su misión: empleados, accionistas, proveedores, distribuidores y sociedad.

MAPFRE considera que la implicación y el compromiso de los stakeholders con la empresa se consiguen construyendo relaciones que acumulen confianza entre las partes. Una relación que permita conocer y dar respuesta a sus expectativas y tener en cuenta sus legítimos intereses, en el desarrollo del negocio.

La nueva Política de RSC establece los principios que determinan la forma en la que MAPFRE quiere construir estas relaciones, y los compromisos que ha acordado en relación con los grupos de interés prioritarios.



PRINCIPIOS GENERALES DE LA POLÍTICA DE RSC, RELACIONADOS CON LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

PRINCIPIO 4 que determina que la comunicación y el diálogo con todos los grupos de interés, tiene que estar basado en la transparencia, la veracidad y el compromiso

PRINCIPIO 5 en el que se establece el compromiso con la transparencia, como una forma de transmitir y generar confianza y credibilidad a los grupos de interés

PRINCIPIOS ESPECÍFICOS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA DE RSC

Grupo de interés **EMPLEADOS**

Compromisos

- a) Consolidar una cultura de respeto a las personas y unos comportamientos favorables y abiertos a la diversidad ante cualquiera de los grupos de interés de la compañía.
- b) Garantizar el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades y de trato de todos los trabajadores que les permita, sin excepción, poder desarrollarse personal y profesionalmente.
- c) Evitar cualquier tipo de discriminación laboral en los ámbitos del acceso al empleo, promoción, clasificación profesional, formación, retribución, conciliación de la vida laboral y familiar y personal y demás condiciones laborales.
- d) Contribuir a mantener unos entornos laborales libres de acoso y comportamientos violentos u ofensivos hacia los derechos y dignidad de las personas, y garantizar que, si se produjeran, se dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo.
- e) Alcanzar un nivel óptimo en la seguridad laboral y conseguir un entorno de trabajo que permita a los profesionales de MAPFRE desarrollar su trabajo en las mejores condiciones físicas, psíquicas y de bienestar.
- f) Promover el establecimiento de unas condiciones retributivas que garanticen un salario digno, reconociendo el desempeño y la contribución de los empleados en los resultados de la empresa.
- g) Ofrecer a los empleados la oportunidad de canalizar y desarrollar su lado más solidario a través del Voluntariado Corporativo, de conformidad con el Plan General de Voluntariado de MAPFRE.

Grupo de interés **CLIENTES Y ASEGURADOS**

Compromisos

- a) Prestar un asesoramiento honesto y una información completa sobre las características y cualidades de los productos y servicios de MAPFRE, previa a la contratación.
- b) Prestar un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado, realizando un seguimiento de la experiencia del cliente, mediante encuestas que midan su satisfacción y por otros medios y sistemas que permitan una escucha activa y permanente del cliente en todos aquellos procesos y operaciones en los que éste se relaciona con la compañía.
- c) Mantener la debida confidencialidad en el tratamiento de sus datos.
- d) Gestionar y resolver sus reclamaciones en el plazo más breve posible.
- e) Mantener canales de comunicación adecuados y eficientes utilizando para ello, los medios que mejor se adapten.
- f) Innovar de forma permanente en productos y en servicios de valor añadido, facilitando y fomentando el acceso del mayor número de colectivos al seguro.
- g) Respetar y cumplir las normas que regulan las actividades de comunicación y marketing y asumir los códigos voluntarios que dan transparencia y veracidad a dichas acciones.

PRINCIPIO 4

PRINCIPIO 5

PRINCIPIOS ESPECÍFICOS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA DE RSC

Grupo de interés **PROVEEDORES**

Compromisos

- a) Además de poner el foco en la eficiencia y en la calidad de los productos y/o servicios que prestan los proveedores de MAPFRE, adoptar prácticas responsables que generen valor mutuo.
- b) Procurar que la cadena de valor cumpla con los principios y valores de MAPFRE, con el Código Ético y de Conducta y con los principios establecidos en esta política
- c) Garantizar que se cumplen en el Grupo tanto la Norma Corporativa de Compras como las Directrices Generales del Modelo y Políticas de gestión de proveedores de servicios.

Grupo de interés **ACCIONISTAS**

Compromisos

Promover la participación informada de los accionistas en las juntas generales dando a todos ellos un trato semejante.

Grupo de interés **DISTRIBUIDORES/MEDIADORES**

Compromisos

- a) Mantener un diálogo permanente a través de las estructuras comerciales y plataformas específicas creadas a tal efecto.
- b) Procurar unos procesos de selección y remuneración que permitan valorar las habilidades y competencias profesionales, así como otros aspectos de interés para asegurar la calidad del servicio que prestan.
- c) Implantar un modelo de formación adaptado a las necesidades de cada distribuidor, teniendo especial atención en la capacitación orientada al cumplimiento de la estrategia y valores de MAPFRE y la Política de RSC.

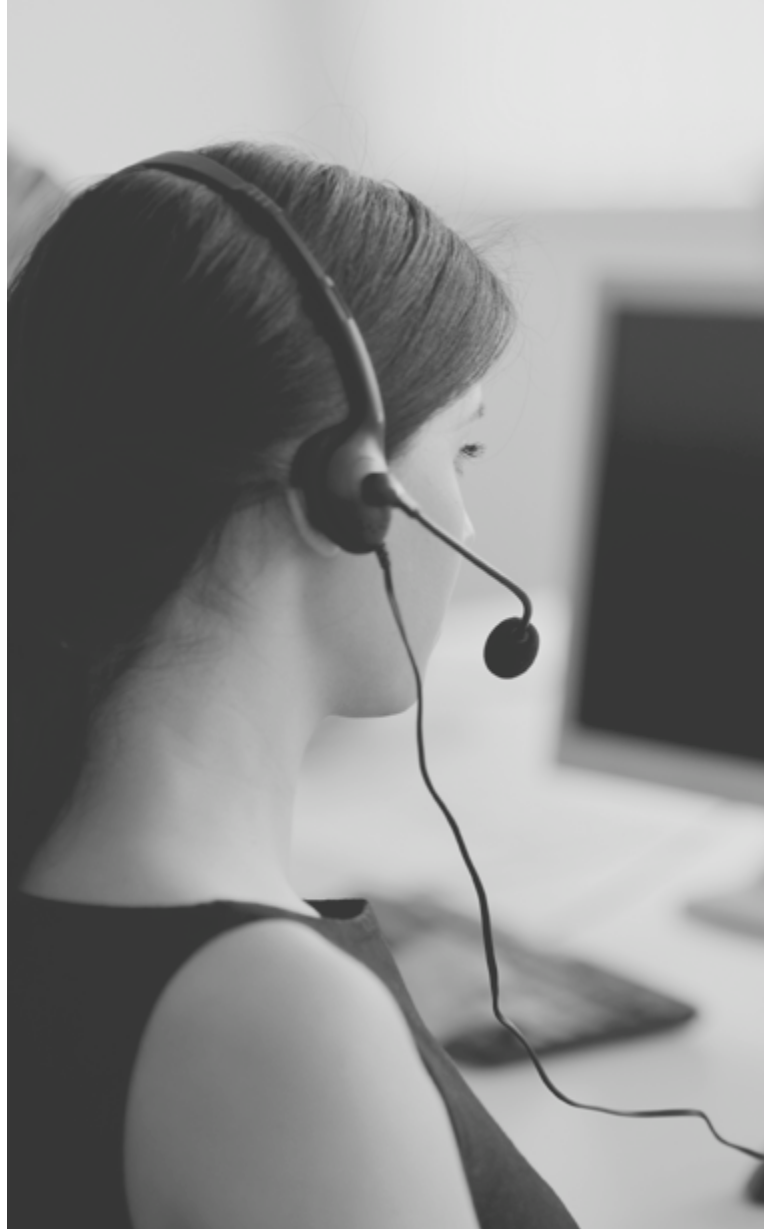
Grupo de interés **SOCIEDAD**

Compromisos

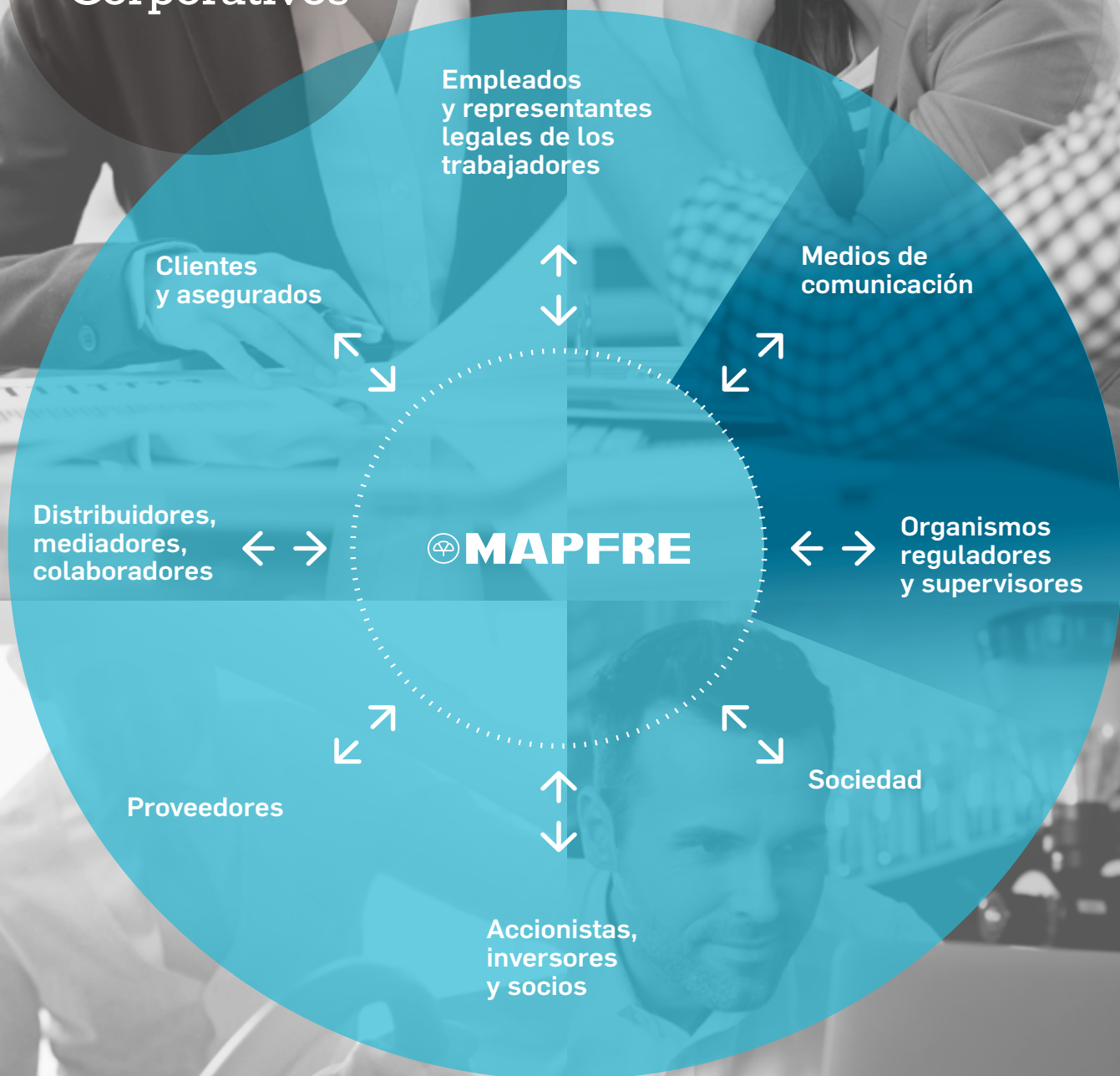
- a) Asumir el impacto que su actividad genera en la sociedad, evaluando y gestionando los riesgos no financieros, éticos, de gobernanza, de reputación, sociales y medioambientales y aquellos relacionados con los Derechos Humanos.
- b) Comprometerse con aquellas iniciativas o actividades sociales que beneficien a la sociedad. MAPFRE considera que sus ámbitos de acción social prioritaria son: la discapacidad, la prevención de accidentes y la seguridad vial, el fomento de la cultura aseguradora, la promoción de la salud, el medio ambiente y el voluntariado corporativo.

Trabajar en estrecha colaboración con Fundación MAPFRE, la cual desarrolla sus actividades de conformidad con lo establecido por su Patronato y sus estatutos sociales.
- c) Considerar que también desde la línea de patrocinios que promueve, de conformidad con el Manual Corporativo de Patrocinios, contribuye con el desarrollo de actividades que repercuten en beneficio de la sociedad.

Teniendo en cuenta la implantación de MAPFRE en el mundo y los grupos de interés definidos en la misión, se han identificado ocho tipologías de grupos de interés (stakeholders) corporativos, como referencia para desarrollar los mapas locales.



Stakeholders Corporativos



3.3.1. Canales de relación

MAPFRE cuenta con diferentes canales de comunicación, que permiten el diálogo permanente con sus grupos de interés. A continuación se destacan los principales.

Accionistas, inversores y socios

Servicio telefónico al accionista; información web específica: "Accionistas e Inversores"; Junta General de Accionistas; boletines semestrales de actividades; correo electrónico; reuniones presenciales y teleconferencias; webcasts

Asegurados y clientes

Oficinas físicas; call center; portal MAPFRE y Oficina MAPFRE Internet; encuestas de satisfacción; newsletters; quejas y reclamaciones; envíos postales; redes sociales; publicidad; patrocinios. Estudio corporativo de Materialidad. App Móviles. Whatsapp

Empleados y representantes legales de los trabajadores

Intranet / portal interno / correo electrónico; newsletters; encuestas de clima laboral (GPTW); buzón de sugerencias, blogs, foros.; reuniones de objetivos; revistas: El Mundo de MAPFRE. Estudio corporativo de Materialidad

Reuniones periódicas, Comités, buzones

Distribuidores

Web MAPFRE; newsletter específicos; planes de formación; plataforma online mediadores; cartelería: folletos comerciales, carteles de campañas; revistas especializadas; programas formativos y de capacitación; reuniones comerciales con los canales de venta; redes sociales. Estudio corporativo de Materialidad. Canal Directo de Red Agencial. Site Mediadores.

Proveedores

Plataformas web; portales específicos; plataformas telefónicas propias y concertadas; boletines y revistas específicas; grupos de trabajo; redes sociales; reuniones y convenciones; encuestas internas. Estudio corporativo de Materialidad

Sociedad

Web Corporativa MAPFRE; informes de Responsabilidad Social; buzones: responsabilidadsocial@mapfre.com; medioambiente@mapfre.com; redes sociales; revista Mundo MAPFRE. Web Corporativa FUNDACIÓN MAPFRE

Organismos reguladores y supervisores

Directamente o a través de Asociaciones empresariales, locales e Internacionales

Medios de comunicación

Contacto directo con medios de comunicación
Sala de prensa web
Perfiles específicos en redes sociales.

3.3.2. Materialidad 2015-2016

[G4-18, G4-19, G4-20, G4-21]

En 2015, con el objetivo de identificar áreas de mejora, se ha revisado el análisis de materialidad con tres novedades importantes:

1. Se ha incluido la variable de madurez durante la fase inicial de análisis interno, es decir, se han conectado el análisis de los 29 temas analizados en el estudio de este año con el grado de vinculación y desarrollo en el plan estratégico del área correspondiente y el Plan estratégico de MAPFRE. De esta forma, se ha conseguido obtener una puntuación que refleja el nivel de "madurez" que tiene cada tema en la compañía.
2. Se ha incorporado la variable percepción en la consulta a los grupos de interés que han sido elegidos para participar en el estudio.
3. Se han incluido cambios en la presentación de los resultados. Este apartado, presenta los principales datos del estudio, para mayor nivel de detalle, se aconseja consultar la página web corporativa www.mapfre.com.



FASES DEL ESTUDIO DE MATERIALIDAD

[G4-26]

El estudio de materialidad se inició en 2014 desarrollando una metodología interna. En 2015 se ha mantenido y actualizado, tomando como referencia el marco de la guía de elaboración de memorias de Global Reporting Initiative (GRI) y también el marco del International Integrated Reporting Council (IIRC).

Para la realización del estudio 2015 se han seguido tres fases:

FASE 1: Diálogo y análisis con los grupos de interés internos

Se han tomado como base los 124 indicadores de GRI G4 (y los indicadores del suplemento financiero de aplicación). Estos indicadores se han sometido de nuevo al análisis y revisión por parte de las principales áreas con las que se ha colaborado - Recursos Humanos, Proveedores, Medio Ambiente, Clientes, Gobierno Corporativo, Cumplimiento Normativo y Responsabilidad Social, tanto a nivel corporativo como en los cinco países que han participado (Brasil, Colombia, España, México y Puerto Rico).

En el proceso de diálogo y análisis, tal y como se ha indicado anteriormente, se ha incorporado la variable de madurez, solicitando a las áreas la relación de los indicadores GRI con sus líneas y planes estratégicos para los próximos años así como el desarrollo actual de cada una de las mismas.

Con los resultados de la valoración interna, la Dirección de Responsabilidad Social Corporativa agrupó los 124 indicadores GRI en los 29 temas para desarrollar la siguiente fase.

FASE 2: Consulta a los grupos de interés

Conocer la valoración que tienen los grupos de interés sobre los 29 temas es el proceso más complejo del estudio, ya que además, se ha incorporado la variable percepción, para conocer como MAPFRE está abordando cada uno de los temas consultados, desde la perspectiva de los empleados, clientes y distribuidores en España, Brasil, Colombia, México y Puerto Rico.

El proceso de consulta externa ha sido realizado por CBI Consulting, mediante la metodología de cuestionario online; su participación garantiza el anonimato y la confidencialidad de las respuestas.

Únicamente la consulta externa a clientes de MAPFRE en España, se ha realizado por la empresa de consultoría IZO, utilizando la metodología de encuesta telefónica.

Tanto los resultados de la consulta obtenida por CBI como de IZO, se incorporaron en la matriz de resultados, base utilizada para identificar la materialidad y relevancia de los temas.

PRINCIPALES DATOS DE PARTICIPACIÓN:

En 2015 se ha trabajado para mejorar los datos de participación de los grupos de interés. En vista de los resultados que figuran en la tabla de participación, se puede afirmar que se ha cumplido ese objetivo.



GRUPO DE INTERÉS	PARTICIPACIÓN DE USUARIOS	
	2015	2014
Empleados	10.247	1.739
Clientes	8.477	1.753
Proveedores	3.195	653
Distribuidores	5.135	n.a.

En 2016 se continuará en esta línea de trabajo para incrementar la participación.

FASE 3. Presentación de resultados

A continuación se presentan los principales datos corporativos del estudio. Por una parte, se refleja la matriz completa, con todas las valoraciones realizadas a los 29 temas y, por otra parte la clasificación de los temas materiales y relevantes y por último, la percepción que, sobre los temas materiales, tienen los grupos de interés que han participado en relación a cómo MAPFRE los está abordando.

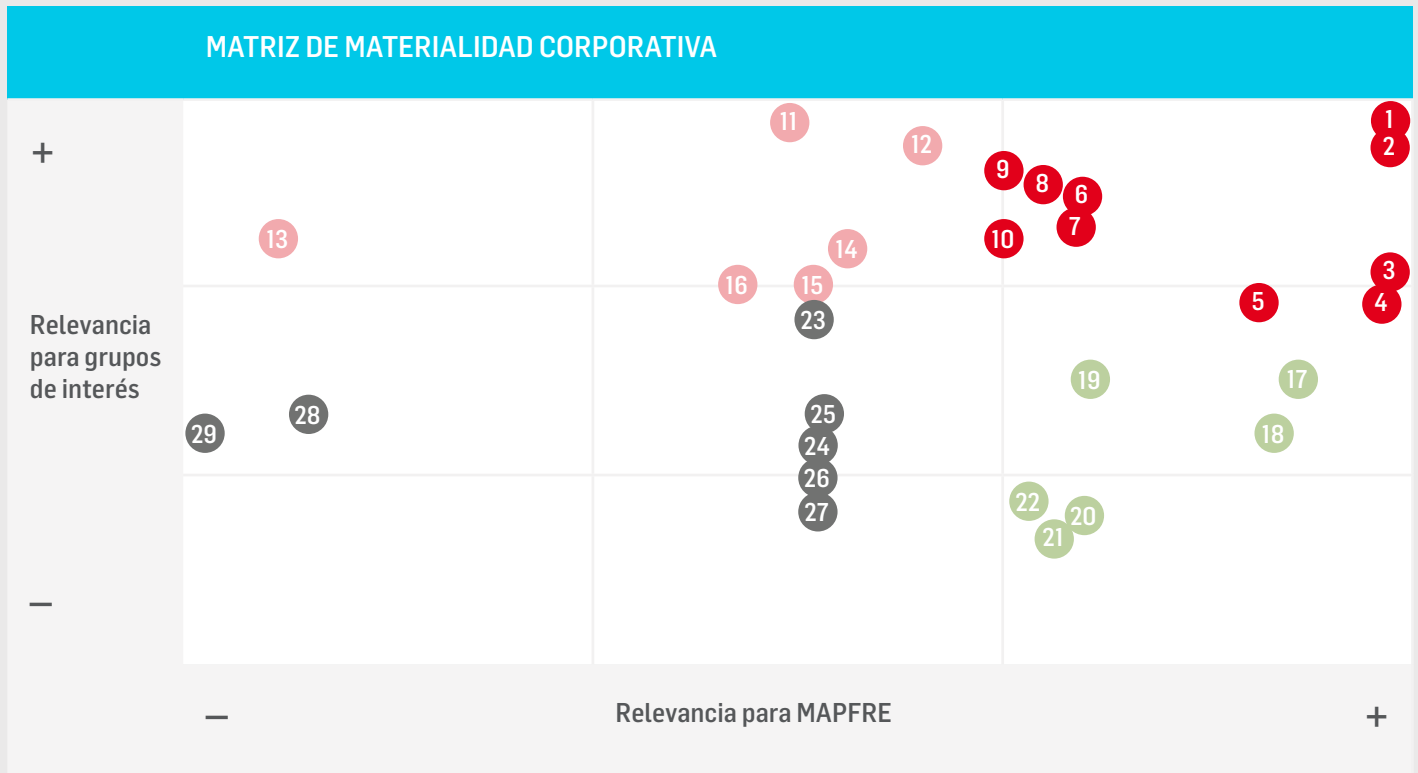
Con carácter general, las valoraciones de los temas presentados han sido altas. Se han considerado cuatro niveles de impacto:

– **TEMA MATERIAL:** aquellos en que existen coincidencias en el alto nivel de valoración y consideración de los temas tanto para MAPFRE como para los grupos de interés consultados.

– **RELEVANCIA EXTERNA:** se han considerado únicamente aquellos temas que han obtenido una valoración alta por parte de los grupos de interés, pero no para la empresa.

– **RELEVANCIA INTERNA:** se han considerado únicamente aquellos temas que han obtenido una valoración alta para MAPFRE, pero no para los grupos de interés.

– **NO MATERIAL:** aquellos temas que han obtenido las valoraciones más bajas tanto por la empresa como por los grupos de interés.



TOP 10 MATERIALES

Empleados, clientes, proveedores, y distribuidores de las áreas corporativas y de Brasil, Colombia, España, México, Puerto Rico – Localización de la información

- 1** Garantizar la privacidad de los datos de los clientes
 – MAPFRE y sus Clientes
- 2** Conocer la satisfacción de los clientes
 – MAPFRE y sus Clientes
- 3** Generar beneficios económicos sostenibles
 – Informe de Cuentas Anuales 2015
- 4** Contar con productos y servicios diseñados para generar un beneficio social
 – MAPFRE y sus Clientes
- 5** Garantizar la transparencia y la correcta gestión en la estructura de los órganos de gobierno
 – Informe de Gobierno Corporativo 2015
 – MAPFRE y La Responsabilidad Social Corporativa
- 6** Promover la diversidad, igualdad y la no discriminación dentro de la empresa
 – MAPFRE y sus Empleados
- 7** Promover medidas de Prevención de Riesgos Laborales (PRL) y salud en la empresa
 – MAPFRE y sus Empleados
- 8** Garantizar la estabilidad y seguridad en el empleo
 – MAPFRE y sus Empleados – MAPFRE y La Sociedad
- 9** Garantizar la formación y capacitación de los empleados
 – MAPFRE y sus Empleados – MAPFRE y La Sociedad
- 10** Contar con códigos éticos y mecanismos de denuncia
 – Informe de Gobierno Corporativo 2015
 – MAPFRE y La Responsabilidad Social Corporativa

RELEVANCIA EXTERNA – GRUPOS DE INTERÉS

Empleados, Clientes, Proveedores y Distribuidores

– Localización de la información

- 11 Luchar contra la corrupción, el blanqueo de capitales y el fraude
 - MAPFRE y La Responsabilidad Social Corporativa
- 12 Respetar y proteger los Derechos Humanos fundamentales
 - MAPFRE y La Responsabilidad Social Corporativa
 - MAPFRE y La Sociedad
- 13 Controlar los vertidos de residuos al medio ambiente
 - Dimensión Medioambiental de MAPFRE
- 14 Reducir la emisiones al medio ambiente
 - Dimensión Medioambiental de MAPFRE
- 15 Facilitar información y etiquetado de los productos y servicios
 - MAPFRE y sus Clientes
- 16 Contar con mecanismos formales de reclamación que garanticen el cumplimiento normativo
 - MAPFRE y La Responsabilidad Social Corporativa
 - Mapfre y sus Clientes

RELEVANCIA INTERNA – MAPFRE

MAPFRE en Brasil, Colombia, España, México y Puerto Rico

– Localización de la información

- 17 Contar con políticas y procedimientos para evaluar los riesgos sociales y medioambientales
 - Informe de Gobierno Corporativo 2015
 - MAPFRE y La Responsabilidad Social Corporativa
- 18 Contar con procesos de auditoría social y ambiental
 - MAPFRE y La Responsabilidad Social Corporativa
- 19 Apostar por directivos procedentes de la comunidad local donde la empresa opera
 - MAPFRE y sus Empleados
- 20 Realizar evaluaciones ambientales a los proveedores
 - MAPFRE y sus Proveedores
- 21 Conocer los impactos sociales y ambientales sobre los productos y servicios
 - MAPFRE y La Responsabilidad Social Corporativa
 - MAPFRE y sus Clientes
- 22 Contar con políticas y procedimientos sobre la retribución de los órganos de gobierno
 - Informe de Gobierno Corporativo 2015
 - Informe de Retribuciones del Consejo

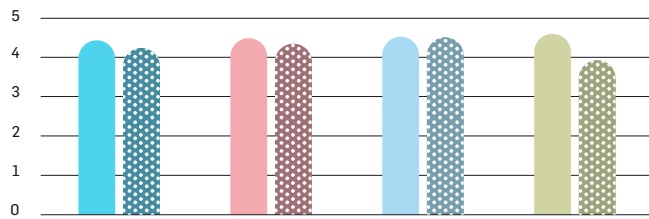
NO MATERIALES

- 23 Controlar servicios con proveedores locales
- 24 Realizar evaluaciones en materia de derechos humanos a los proveedores
- 25 Realizar evaluaciones de las prácticas laborales a los proveedores
- 26 Realizar evaluaciones de impacto en las comunidades locales en las que opera la empresa
- 27 Realizar evaluaciones de impactos a los proveedores
- 28 Disponer de inversiones, controlar gastos y resolver las reclamaciones significativas de carácter ambiental
- 29 Controlar los impactos en la biodiversidad

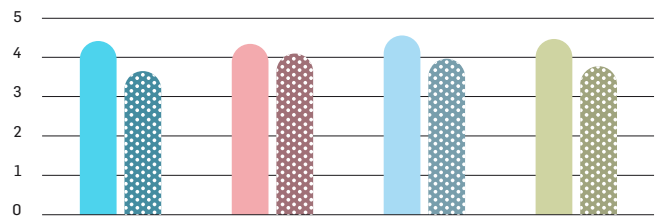
F3.2. PERCEPCIÓN SOBRE ASUNTOS MATERIALES

Valoraciones realizadas por los grupos de interés

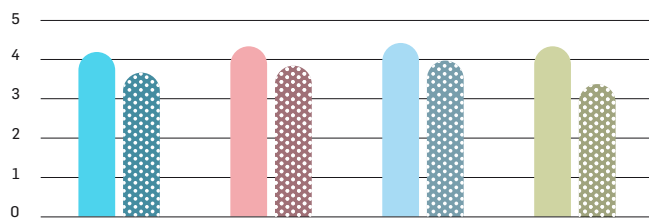
1. Garantizar la privacidad de los datos de los clientes



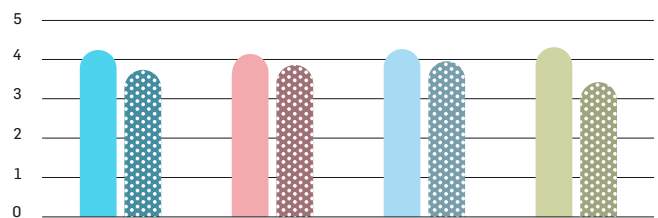
2. Conocer la satisfacción de los clientes



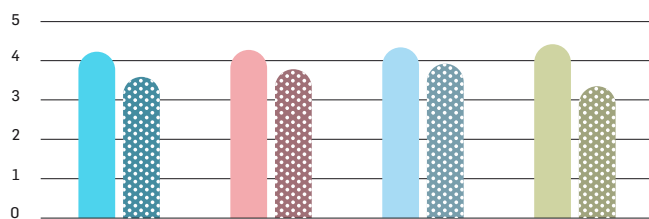
3. Generar beneficios económicos sostenibles



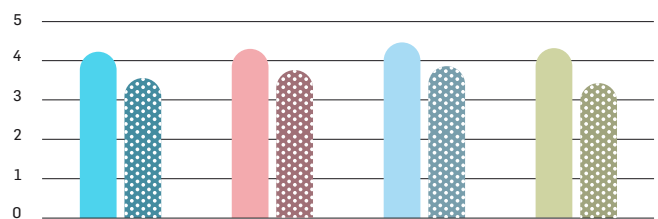
4. Contar con productos y servicios diseñados para generar un beneficio social



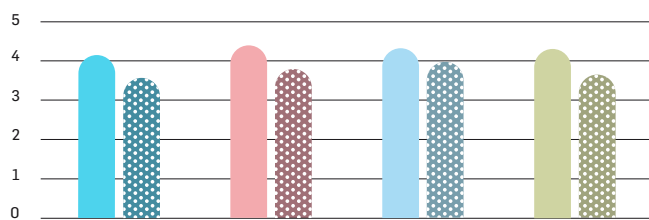
5. Garantizar la transparencia y la correcta gestión en la estructura de los órganos de gobierno



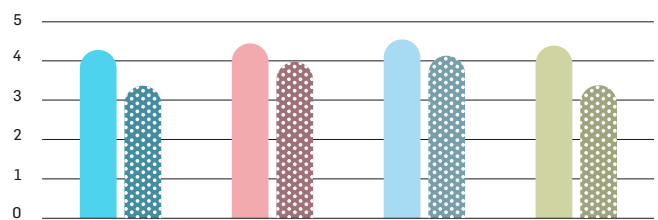
6. Promover la diversidad, igualdad y la no discriminación dentro de la empresa



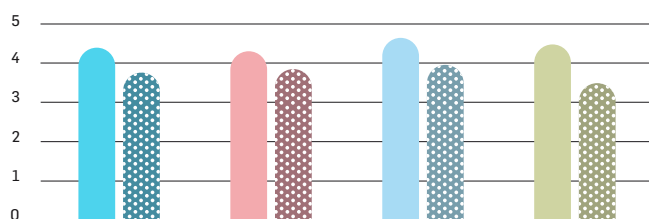
7. Promover medidas de prevención de riesgos laborales (PRL) y salud en la empresa



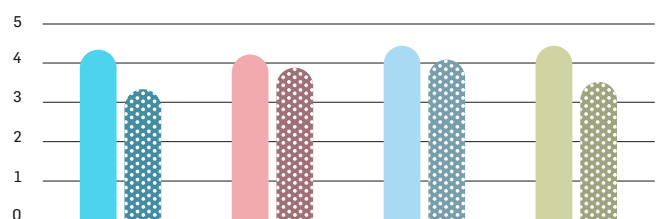
8. Garantizar la estabilidad y seguridad en el empleo



9. Garantizar la formación y capacitación de los empleados



10. Contar con códigos éticos y mecanismos de denuncia



IMPORTANCIA:

Distribuidores

Proveedores

Empleados

Clientes

PERCEPCIÓN:

Distribuidores

Proveedores

Empleados

Clientes

3.4. COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE: INICIATIVAS INTERNACIONALES Y LOCALES

[G4-15; HR5-HR7, HR9, HR10; S03-S05]

MAPFRE está comprometida con el desarrollo sostenible, un compromiso que desarrolla a través de su responsabilidad social corporativa, lo que le permite conciliar el interés social de la empresa con los legítimos intereses de los diferentes grupos de interés (stakeholders) que puedan verse afectados, así como asumir el impacto de las actividades de la compañía en la comunidad en su conjunto y en el medio ambiente.

Además, este compromiso se reafirma públicamente, con la adhesión de MAPFRE a iniciativas internacionales e iniciativas locales, de referencia en este ámbito:

Compromisos con iniciativas internacionales

MAPFRE está adherida, desde 2004 al Global Compact de Naciones Unidas, reafirmando cada año su compromiso con esta iniciativa. Un compromiso que supone la integración en la gestión de sus diez principios de actuación, relacionados con los Derechos Humanos, reconocidos en la Carta Internacional de Derechos Humanos, derechos laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

La siguiente tabla, muestra la relación de indicadores GRI G4, sobre los que se reporta información y su correlación con los principios del Pacto Mundial.



DERECHOS HUMANOS

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Desempeño social

- Inversión: G4-HR1, G4-HR2
- No discriminación: G4-HR3
- Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11
- Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4
- Trabajo infantil: G4-HR5
- Trabajos forzados: G4-HR6
- Medidas de seguridad: G4-HR7
- Derechos de la población indígena: G4-HR8

- Relaciones entre los trabajadores y la dirección: G4-LA4
- Salud y seguridad en el trabajo: G4-LA5- G4-LA8
- Diversidad e igualdad de oportunidades: G4-LA12
- Igualdad de retribución entre mujeres y hombres: G4-LA13
- Salud y seguridad del cliente: G4- PR1, G4-PR2
- Privacidad del cliente: G4-PR8

Desempeño económico: G4-EC5

2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.

Desempeño social

- Inversión: G4-HR1, G4-HR2
- No discriminación: G4-HR3
- Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11
- Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4
- Trabajo infantil: G4-HR5

- Trabajos forzados: G4-HR6
- Medidas de seguridad: G4-HR7
- Derechos de la población indígena: G4-HR8
- Evaluación: G4-HR9
- Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos: G4-HR12

DERECHOS LABORALES

3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva.

Desempeño social

- Relaciones entre los trabajadores y la dirección: G4-LA4
- Inversión: G4-HR1, G4-HR2

- Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4

4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Desempeño social

- Inversión: G4-HR1, G4-HR2
- Trabajos forzados: G4-HR6

- Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11

5. Erradicar el trabajo infantil.

Desempeño social

- Inversión: G4-HR1, G4-HR2
- Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4

- Trabajo infantil: G4-HR5
- Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI G4	
6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	Desempeño social – Empleo: G4-LA1, G4-LA2 – Diversidad e igualdad de oportunidades: G4-LA12 Desempeño económico: G4-EC6	– Inversión: HR1, G4-HR2 – No discriminación: G4-HR3
MEDIO AMBIENTE		
7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	Desempeño económico: G4-EC2	Desempeño medioambiental – Emisiones, vertidos y residuos: G4-EN19 – Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 – General: G4-EN31
8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	Desempeño medioambiental – Materiales: G4-EN1, G4-EN2 – Energía: G4-EN3 - G4-EN7 – Agua: G4-EN8 - G4-EN10 – Biodiversidad: G4-EN11 - G4-EN14 – Emisiones: G4-EN15 - G4-EN21 – Efluentes y residuos: G4-EN22 - G4-EN24 Desempeño social – Etiquetado de productos y servicios: G4-PR3, G4-PR4	– Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 – Cumplimiento normativo: G4-EN29 – Transporte: G4-EN30 – General: G4-EN31
9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente.	Desempeño medioambiental – Materiales: G4-EN2 – Energía: G4-EN5 - G4-EN7 – Agua: G4-EN10	– Emisiones, vertidos y residuos: G4-EN19 – Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 – General: G4-EN31
ANTICORRUPCIÓN		
10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	Desempeño social – Lucha contra la corrupción: G4-SO3 - G4-SO5 – Comunidades locales: G4-SO2 - G4- G4-SO4	– Política Pública: G4-SO5 - G4-SO6

Las áreas de actuación sobre las que se integran los diez principios forman parte de la nueva Política de RSC de MAPFRE.

Por otra parte, en 2015, MAPFRE ha vuelto a recibir por parte de Global Compact la máxima calificación en su informe de progreso declarando su "nivel Advanced", que puede consultarse en la página web oficial de Global Compact www.globalcompact.org.

Además, el compromiso de MAPFRE con Global Compact ha permitido trabajar a lo largo de estos últimos años, con la Red Española del Pacto Mundial en la iniciativa Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), promovida también por Naciones Unidas, y que ha sido recientemente sustituida por los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS), aprobados en 2015.

Para seguir con la práctica que se utilizaba en informes anteriores y comunicar la contribución de MAPFRE a estos objetivos, en 2016 se trabajará para identificar aquellos ODS, en los que la compañía pueda contribuir de forma activa, compartiendo los datos en el próximo informe.

Desde 2003, MAPFRE pertenece a la Iniciativa Financiera del programa ambiental de Naciones Unidas (UNEPFI), que desarrolla y promueve vínculos entre el medio ambiente, la sostenibilidad y el desempeño financiero, identificando y promoviendo la adopción de las mejores prácticas medioambientales y de sostenibilidad en todos los niveles de las operaciones de la institución financiera.

Esta Iniciativa, impulsó los Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI), que MAPFRE suscribió en 2012, comprometiéndose a trabajar en cuatro principios específicos para la industria aseguradora, orientados a incorporar en la gestión del negocio, como riesgo y como oportunidad, aspectos medioambientales como el cambio climático, los daños a la biodiversidad y la degradación del ecosistema, la gestión del agua y la contaminación; aspectos sociales relacionados con la inclusión financiera, los derechos humanos, los riesgos para la salud derivados del desarrollo y el envejecimiento de la población; y aspectos relacionados con el gobierno corporativo, cumplimiento de la regulación, gestión ética, conflictos de intereses y transparencia. Estos son los denominados factores ASG (ESG, en sus siglas en inglés).

La siguiente tabla muestra los Principios para la Sostenibilidad en Seguros y cómo MAPFRE trabaja en su integración en el negocio y los indicadores GRI G4 asociados a dichos principios:



1 Integrar en el proceso de toma de decisiones las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (cuestiones ASG) pertinentes a la actividad de seguros.

Carta del Presidente

MAPFRE y la Responsabilidad Social Corporativa

- Nueva Política de RSC
- El modelo de creación de valor sostenible
- La relación con los grupos de interés: materialidad
- Compromisos con el desarrollo sostenible:

Internacionales:

- Pacto Mundial de Naciones Unidas – ODS
- UNEFI – PSI
- Adhesión a la Declaración del Sector Seguros de la ONU;
- Firma del compromiso “Paris Pledge por Action (COP21).
- Signataria de los programas de Carbon Disclosure Program; Water Disclosure y Carbon Action

Locales:

- Integración en el Grupo Español de Crecimiento Verde; Firma de la Declaración de Barcelona; Firma del Pacto por la Biodiversidad; Adhesión a la Iniciativa “un millón de compromisos por el clima”.
- Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno (ASG)
- Medidas de prevención y cumplimiento

Dimensión Social de MAPFRE

- MAPFRE y sus empleados: política de empleo; diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades; gestión del talento; política de compensaciones y de reconocimiento; bienestar y conciliación; clima organizaciones y reputación interna; comunicación interna; representación legal de los trabajadores, voluntariado corporativo
- MAPFRE y sus clientes: innovación; canales de comunicación; calidad; reclamaciones y quejas
- MAPFRE y sus distribuidores: selección y formación
- MAPFRE y sus proveedores: relación con proveedores y sistemas de apoyo, criterios de selección y de relación; homologación; fidelización y evaluación de la calidad del servicio; formación
- MAPFRE y sus accionistas: FTSE4good y FTSE4Good Ibox y Carbon Disclosure Project (CDP)

Dimensión medioambiental de MAPFRE:

- Compromiso de MAPFRE con el Medio Ambiente y la Sostenibilidad.
- Sistema Integrado de Gestión Ambiental, Energético y de Huella de Carbono.
- Estrategia de MAPFRE para la Mitigación y Adaptación al Cambio Climático.
- Preservación de la Biodiversidad.

Información complementaria: Índice de contenido GRI G4

PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS

LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RS DE MAPFRE 2015

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 los Principios.

MAPFRE y la Responsabilidad Social Corporativa

- Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno (ASG):
La importancia de convertir los riesgos en oportunidades de negocio

Dimensión Social de MAPFRE:

- MAPFRE y sus clientes: innovación; canales de comunicación; calidad;
- MAPFRE y sus distribuidores: selección y formación
- MAPFRE y sus proveedores: relación con proveedores y sistemas de apoyo, criterios de selección y de relación; homologación; fidelización y evaluación de la calidad del servicio; formación

Dimensión medioambiental de MAPFRE:

- Compromiso de MAPFRE con el Medio Ambiente y la Sostenibilidad.
- Actuaciones realizadas 2015: Cálculo y reporte de la huella de carbono de productos y servicios para compañías de la cartera de Mapfre, reducción de requisitos energéticos en productos y servicios, evaluación del impacto ambiental de la organización por clientes.
- Cambio Climático: Iniciativas con Proveedores, Productos y Servicios.

Información complementaria: Índice de contenido GRI G4

MAPFRE y la Responsabilidad Social Corporativa

- Compromisos con el desarrollo sostenible:

Internacionales:

- Pacto Mundial de Naciones Unidas – ODS
- UNEFI – PSI
- Adhesión a la Declaración del Sector Seguros de la ONU;
- Firma del compromiso “Paris Pledge por Action (COP21).
- Signataria de los programas de Carbon Disclosure Program; Water Disclosure y Carbon Action

Locales:

- Integración en el Grupo Español de Crecimiento Verde; Firma de la Declaración de Barcelona; Firma del Pacto por la Biodiversidad; Adhesión a la Iniciativa “un millón de compromisos por el clima”.

Dimensión medioambiental de MAPFRE:

- Compromiso de MAPFRE con el Medio Ambiente y la Sostenibilidad.
- Sistema Integrado de Gestión Ambiental, Energético y de Huella de Carbono.
- Cultura Medioambiental.

Información complementaria: Índice de contenido GRI G4

Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2015

www.mapfre.com

Anualmente se reportan los avances realizados para integrar estos principios en el negocio, cuyo informe se puede consultar en la página web oficial de PSI (www.unepfi.org/psi) y en la propia web de MAPFRE.

Por otra parte, en 2015 y dentro del marco de PSI, MAPFRE se ha adherido al compromiso general de la industria aseguradora de apoyo a la Reducción del Riesgo de Desastres de Naciones Unidas (United for disaster resilience) y ha explicitado sus compromisos individuales destinados a ayudar en la construcción de mecanismos de supervivencia frente a desastres y a promover la sostenibilidad social, económica y ambiental.

Durante la Conferencia del Clima de París (COP 21), se realizó un llamamiento a organizaciones, empresas, regiones, ciudades e inversores, invitándoles a unirse al compromiso Paris Pledge for Action, para tomar medidas de forma inmediata sin esperar a que el acuerdo de París entre en vigor en 2020, y construir mecanismos de supervivencia (resiliencia) frente a las consecuencias del cambio climático que ya están teniendo lugar.

MAPFRE ha suscrito esta iniciativa internacional y, entre otros aspectos, ratifica su compromiso para lograr un clima seguro y estable en el que el aumento de temperatura se limite por debajo de los 2°C y se compromete a tomar medidas de forma inmediata para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero hasta un nivel seguro.

Por otra parte, MAPFRE es signataria de los Programas Carbon Disclosure, Water Disclosure y Carbon Action pertenecientes a la Iniciativa Climate Disclosure Project (CDP). Además, en 2015, la compañía a nivel mundial ha sido incluida en la A-List Global, por haber logrado la máxima calificación (A) en cuanto a desempeño en mitigación y adaptación al cambio climático.

Compromiso con iniciativas locales

Este tipo de iniciativas permiten desarrollar los compromisos internacionales y adaptarse también a las preocupaciones locales relacionadas con el desarrollo sostenible. Durante este ejercicio, en España se han suscrito las siguientes iniciativas:

- Adhesión al Grupo Español de crecimiento Verde, iniciativa del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente para la discusión de políticas de economía verde y baja en carbono y para la lucha contra el cambio climático.
- Firma de la Declaración de Barcelona para impulsar el cambio de modelo hacia una economía baja en carbono y un desarrollo sostenible, comprometiéndose a trasladar a la sociedad y a las Administraciones Públicas su visión sobre el modelo de crecimiento económico compatible con el uso eficiente de los recursos ambientales.
- Adhesión a la iniciativa "Un Millón de Compromisos por el Clima", promovida por ECODES y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la que MAPFRE difunde su compromiso de reducir un 20% sus emisiones de gases de efecto invernadero a 2020.
- Adhesión a la iniciativa de WWF "100 Empresas por los Bosques" que pretende contribuir a la restauración del Parque Nacional de Doñana (España), mediante la recuperación de la biodiversidad y la creación de un corredor verde para evitar el aislamiento de especies como el lince ibérico. MAPFRE ha contribuido a la reforestación de una hectárea de este espacio protegido.
- Firma del Pacto por la Biodiversidad, iniciativa española Empresa y Biodiversidad, puesta en marcha por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, a través de la Fundación Biodiversidad. Se trata de una iniciativa por la que se muestra el compromiso con la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad y se reconoce que su preservación es de interés común para la humanidad, dada su importancia para la vida en el planeta, el bienestar social y el desarrollo económico.

3.5. FACTORES Y RIESGOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBIERNO (ASG)

[G4-2, 14, 16, 45,47; EC-2; FS5, FS9]

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

Durante los últimos años, el sector asegurador se ha tenido que enfrentar a las consecuencias financieras y reputacionales de los riesgos que surgen.

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

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

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

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

Los factores ASG en MAPFRE

[G4-15]

Se ha actualizado la tabla de los factores ASG publicada en 2014, tomando como referencia, entre otros, los temas materiales y de relevancia interna y externa del Análisis de Materialidad 2015 de la página 36.

TABLA DE FACTORES ASG DE MAPFRE

FACTORES Y CRITERIOS ESPECÍFICOS	
AMBIENTALES	<ul style="list-style-type: none">- Cambio climático- Eco-eficiencia: optimización de recursos- Preservación de la biodiversidad y la degradación de los ecosistemas- Contaminación
SOCIALES	<p>Derechos Laborales</p> <ul style="list-style-type: none">- Empleo- Igualdad y no discriminación- Inclusión de colectivos vulnerables o de riesgo- Formación y desarrollo profesional- Salario digno- Conciliación de la vida laboral y personal- Gestión del talento interno y atracción del talento externo <p>Seguridad y Salud</p> <ul style="list-style-type: none">- Prevención: accidentes, bajas laborales, etc.- Salud: envejecimiento de la población, promoción de entornos saludables y programas globales- Seguridad: garantizar un entorno laboral seguro y confiable <p>Responsabilidad con los clientes:</p> <ul style="list-style-type: none">- Marketing responsable- Canales de reclamación y seguimiento- Seguridad y privacidad de los datos de carácter personal- Cartera de productos y servicios:<ul style="list-style-type: none">• Innovación: productos diseñados para generar un beneficio social y ambiental• Cuestiones demográficas: envejecimiento de la población- Tecnología: nuevos entornos de conocimiento y colaboración, nuevos sistemas, nuevos riesgos y nuevos productos- Promover cultura aseguradora <p>Cadena de valor (proveedores, subcontratas, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none">- Política y procedimientos de compras integrados: selección, homologación y contratación incorporando criterios de responsabilidad social y medioambientales- Análisis y evaluación: derechos laborales, seguridad y salud, derechos humanos, medio ambiente
GOBIERNO	<p>Ética, Integridad y principios:</p> <ul style="list-style-type: none">- Órganos de gobierno:<ul style="list-style-type: none">• Liderazgo del Consejo• Anticorrupción y soborno• Transparencia fiscal• Reglamentos/ Códigos Éticos y de Conducta: seguimiento, cumplimiento, evaluación, mecanismos de denuncia (internos y externos) transparencia- Protección de los derechos de los accionistas

Análisis de Riesgos ASG

[G4-HR5 - HR7; S03-S05; FS1-FS3]

MAPFRE tiene aprobadas dos políticas importantes en este ámbito:

- La Política de Gestión de Riesgos del Grupo con los siguientes objetivos:
 - Establecer las pautas generales, los principios básicos y el marco general de actuación en materia de gestión de riesgos.
 - Promover una sólida cultura y un sistema eficaz de gestión de riesgos.
 - Asegurar que el análisis de los posibles riesgos forme parte del proceso de toma de decisiones.
 - Preservar la solvencia y fortaleza financiera del Grupo.
- La Política de la Función de Cumplimiento del Grupo (actualizada en diciembre de 2015), que establece como objetivo principal, minimizar la probabilidad de que se materialice el riesgo legal y de incumplimiento, estableciendo para ello mecanismos de prevención y control eficaces, fomentando la formación del personal en la materia y promoviendo una cultura ética y de cumplimiento en toda la organización.

Por otra parte, el marco de gobierno fijado por la Política de Gestión de Riesgos establece que la máxima responsabilidad sobre la identificación, medición, vigilancia, gestión y mitigación de los riesgos recae en los Órganos de Gobierno del Grupo (Consejo de Administración, Comisión Delegada, Comité de Auditoría y Comité de Riesgos y Cumplimiento).

Además el Consejo de Administración ha designado como Director de Riesgos al Vicepresidente Primero - Director General del Área Financiera de MAPFRE S.A., que asume la función de supervisar el correcto funcionamiento del sistema de gestión de riesgos y que cuenta, además, con el Comité Director de Solvencia II, el Comité de Seguridad y Medio Ambiente y seis áreas de intervención: Actuarial, Auditoría Interna, Control Interno, Cumplimiento, Gestión de Riesgos y Seguridad y Medio Ambiente.

La política de riesgos y los sistemas para su gestión y control están tratados de forma más extensa en el Informe de Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados en la nota 7, (página 205).

Muchos de los factores ASG enunciados en la tabla (pág. 47) se analizan específicamente por las áreas anteriormente mencionadas y se recogen, principalmente, en los Riesgos Operacionales, en los Riesgos Estratégicos y de Gobierno Corporativo, en los Riesgos Legal y de Incumplimiento y en los Riesgos de Seguridad y Medio Ambiente.

I. Los Riesgos Operacionales: este tipo de riesgos son inherentes al desarrollo de cualquier actividad, y su ocurrencia puede dar lugar a una pérdida y/ o una consecuencia adversa sobre los resultados empresariales. Por ello, la gestión de este tipo de riesgos, además de ser crítica, tiene como objetivo mitigar las pérdidas reales y potenciales derivadas de la inadecuación o fallos en los procesos, el personal y los sistemas internos, o la ocurrencia de acontecimientos externos.

En noviembre de 2015, se aprobó la política de Gestión del Riesgo Operacional, que tiene, entre otros objetivos, establecer las pautas generales, los principios básicos y el marco de general de actuación en materia de gestión del riesgo operacional, que aseguren una aplicación coherente en el Grupo.

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

En 2015 se creó el Comité de Riesgos y Cumplimiento de MAPFRE, responsable de vigilar la aplicación de las normas de buen gobierno establecidas en cada momento.

Además de los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos, MAPFRE dispone de una serie de políticas corporativas y de un Código Ético y de Conducta, que refleja los valores corporativos y sus principios de actuación, y cuenta con 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.

III. Riesgo Legal y de Incumplimiento: que incluye el riesgo derivado de sanciones regulatorias o legales, pérdidas financieras materiales o pérdidas de reputación que puede sufrir la entidad como resultado de incumplir las leyes,

regulaciones, reglas y estándares internos y externos o requerimientos administrativos aplicables a su actividad. Su gestión se lleva a cabo por los Responsables de la Función de Cumplimiento de las entidades conforme su Política de Cumplimiento y a las directrices de la Dirección del Área de Cumplimiento del Grupo y por las áreas con competencia en materias específicas de Cumplimiento.

Las actuaciones llevadas a cabo en la gestión de los riesgos legal y de incumplimiento se reflejan anualmente en la Memoria de Actuaciones que se presenta al Órgano de Administración de la sociedad, directamente o bien a través de un Comité Delegado del mismo.

La supervisión del cumplimiento de la normativa interna y externa a nivel de Grupo corresponde al Comité de Riesgos y Cumplimiento, como Comité delegado del Consejo de Administración de MAPFRE.

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

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

– **PROTECCIÓN DE LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS DE LOS EMPLEADOS, CLIENTES, COLABORADORES Y RESTO DE GRUPOS DE INTERÉS:** cuenta con controles destinados a preservar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información que maneja y de los sistemas de información que la soportan. Se otorga la máxima prioridad a la protección de los datos de carácter personal de sus empleados, clientes, colaboradores y resto de grupos de interés. Por ello, entre otras medidas específicas, está implantando la Oficina Corporativa de Privacidad y Protección de Datos, destinada a proporcionar al Grupo capacidades, procesos y mecanismos globales y homogéneos en esta materia. Y también se dispone de capacidades de monitorización y respuesta (a través del Centro de Control General CCG-CERT) frente a ciberataques

que persigan comprometer la confidencialidad de la información que almacena y/o gestiona la compañía. En 2015, MAPFRE ha vuelto a participar, con resultado positivo, en los ciberejercicios organizados por los Ministerios de Industria e Interior de España, orientados a evaluar la capacidad de las principales empresas ante el escenario de un ataque cibernético masivo.

– **PROTECCIÓN DE LAS PERSONAS:** dispone de Planes de Emergencia y Autoprotección, así como de sistemas de seguridad, sistemas de protección contra incendios y protocolos específicos, destinados a prevenir daños a las personas (y a los bienes que éstas pudieran tener) que se encuentren en sus instalaciones o en eventos organizados por la compañía. Además, se realizan acciones formativas e informativas para prevenir riesgos de seguridad en el ámbito privado de los empleados y colaboradores, en particular mediante consejos de cara a los periodos vacacionales, con motivo de viajes, etc.

– **SUPERVIVENCIA DE LAS OPERACIONES EN CASO DE DESASTRE O CATÁSTROFE:** desarrolla, implanta, prueba y actualiza planes de continuidad de negocio destinados a garantizar que sus clientes van a poder disponer de los servicios que MAPFRE les presta independientemente de que se produzcan situaciones de desastre o catástrofe.

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

– **PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL:** dispone de un Sistema Integrado de Gestión Ambiental, Energética y de huella de carbono (SIGMAYE) con el que se identifican, evalúan y minimizan los riesgos ambientales causados por su actividad. A través de este sistema, se evita el consumo indiscriminado o excesivo de energía y suministros, mediante la implantación de medidas de eco-eficiencia. En relación al cambio climático,

se está ejecutando el Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático 2020, en el que se definen actuaciones concretas en cuanto a la adaptación, mitigación y compromiso de reducción de emisión de gases de efecto invernadero (reducción del 20 por 100 de las emisiones en el año 2020).

Control de Riesgos

El control de riesgos persigue conocer el nivel real del control sobre los riesgos y la suficiencia de los controles, permitiendo aumentar la eficiencia de las operaciones, alcanzando con razonable seguridad los objetivos y metas perseguidos, tanto en el ámbito de las entidades como del Grupo.

Engloba, entre otros aspectos, la monitorización de los controles establecidos, la adecuada respuesta al riesgo, la evaluación de la efectividad de dichos controles y el establecimiento de medidas correctoras, en su caso. Dicha actuación, ya aplicada de forma homogénea en las sociedades del Grupo a través de Riskm@p, permite la identificación de oportunidades de mejora en la eficiencia de las operaciones, en la integridad de la información y en el cumplimiento de normativas.


El modelo de control de riesgos establecido se basa en un análisis dinámico por procesos de las diferentes unidades de negocio, de forma que los gestores de cada área o departamento identifican y evalúan los aspectos que pudieran afectar al logro de los objetivos de cada proceso, así como los riesgos potenciales. Las conclusiones, a través de los mapas de controles y de riesgos, se muestran para cada proceso de negocio o de soporte analizado (actividades comerciales, atención al cliente, coaseguro / reaseguro, comisiones, desarrollo de productos, emisión, gestión administrativa, inversiones, provisiones técnicas, recursos humanos, siniestros / prestaciones y sistemas tecnológicos) agrupados en 10 áreas de riesgo (actuarial, jurídica, tecnológica, personal, colaboradores, procedimientos, información, fraude, mercado y bienes materiales).



En la siguiente tabla se recogen aquellos aspectos que tienen relación con los factores ASG agrupados por las áreas de riesgos de MAPFRE.



NOMBRE	DESCRIPCIÓN
ACTUARIAL	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – la incorrecta definición de la política de reaseguro y los derivados de su incumplimiento – la inapropiada tarificación de productos y revisión de tarifas
JURÍDICA	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – el desconocimiento o no aplicación de la normativa legal, fiscal o específica de la actividad o por la realización de operaciones al margen de las leyes que gobiernan en los países – la no existencia de contratos mantenidos en la entidad, errores en su formalización/elaboración, no revisión de los mismos – La incorrecta gestión de las reclamaciones y quejas y de operaciones sospechosas y obligatorias de blanqueo de capitales
TECNOLÓGICA	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – una inconsistente red tecnológica y líneas de comunicación (RCCM, ADSL telefónicas, fax, LAN/WAN, etc.) – una deficiente seguridad y protección de los sistemas tecnológicos y aplicaciones informáticas existentes, así como en el acceso (passwords) o encriptación de datos – la inexistencia de aplicaciones (software), la falta de adaptación de éstas a las necesidades de las áreas, e insuficiente integración entre las distintas aplicaciones
PERSONAL	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – la falta de formación, experiencia y capacitación de los empleados de la compañía o la no adaptabilidad del personal a la visión, misión y valores de la entidad. Se incluyen aspectos relacionados al dimensionamiento de los departamentos
COLABORADORES	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – la falta de formación, experiencia y capacitación de la estructura comercial de la compañía o de los profesionales externos contratados por la entidad – la no adaptabilidad de la red comercial o profesionales externos a la visión, misión y valores de la entidad – el insuficiente dimensionamiento de la estructura comercial o profesionales externos colaboradores



NOMBRE	DESCRIPCIÓN
PROCEDIMIENTOS	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> _ un inconsistente diseño de políticas, procedimientos, planes y normativa interna de cada uno de los procesos de gestión _ la incorrecta ejecución de los anteriores
INFORMACIÓN	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> _ una incorrecta comunicación o transacción de la información _ la falta de confidencialidad en el tratamiento de la misma _ la insuficiencia o no fiabilidad, ni veracidad de la información
FRAUDE	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> _ la falta de herramientas y procedimientos para detectar y prevenir acciones fraudulentas realizadas tanto por personas ajenas a la organización como por personas pertenecientes a la misma
MERCADO	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> _ el desconocimiento del mercado en el que se opera _ la incapacidad de reacción ante los cambios que se producen en los mercados _ el deterioro de la imagen de la entidad ante la sociedad y los mercados
BIENES MATERIALES	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> _ la falta de medios técnicos y materiales (se incluyen hardware) _ la inapropiada gestión y protección de los activos

La importancia de convertir los riesgos en oportunidades de negocio

Las empresas aseguradoras juegan un papel importante a la hora de afrontar los desafíos globales en sostenibilidad, ya que tienen la capacidad de proyectar el conocimiento y la experiencia adquiridos para la propia protección hacia la protección de los intereses de clientes y terceros. De este modo, en el caso de determinados productos, se trata no sólo de una oportunidad de negocio sino también de un beneficio para la sociedad.

En este sentido, en un entorno globalizado e hiperconectado como el actual, la gestión de los riesgos, ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) permite a la empresa

desarrollar nuevos productos para mitigar y reparar los impactos negativos, en caso de producirse, derivados de esos riesgos. Estos riesgos, serían, por ejemplo, los derivados del cambio climático o de riesgos asociados tanto a la pérdida de confidencialidad de los datos de carácter personal de los clientes o empleados, como a la pérdida de disponibilidad de los sistemas de información que soportan la operativa de negocio, pérdidas provocadas por el compromiso (accidental o deliberado) de los sistemas de Información y redes de comunicaciones de las compañías que los almacenan o transmiten. Estas situaciones proporcionan también a las empresas aseguradoras la oportunidad de desarrollar productos específicos (ciberseguros) que permiten transferir parte del impacto asociado a un ciberincidente, entre otros.

La innovación en productos y servicios que den respuesta a los clientes para afrontar este tipo de riesgos ASG se convierte en un reto y una oportunidad de negocio permanente.

EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS:

— La Dirección Comercial de Empresas, ha continuado a lo largo de 2015 con la implantación e impulso del modelo de gestión comercial Empresas 360^o que permite a las pequeñas y medianas empresas, clientes y no clientes, tener acceso de forma gratuita a un análisis integral de los riesgos asociados a su actividad, para que conozcan realmente todas sus necesidades de protección, su grado de cobertura y las opciones de aseguramiento más adecuadas.

— Desde el inicio de este modelo de gestión comercial y hasta el cierre de 2015, se ha realizado el Mapa de Riesgos a más de 28.000 empresas y solamente en 2015 se han conseguido primas superiores a 15 millones de euros, correspondientes a más de 14.000 pólizas de Nueva producción. Además se ha identificado más de 100.000 oportunidades de negocio consideradas altas o muy altas el año pasado.

Firmes con el compromiso de contribuir a la mejora económica y social de los países en los que opera, MAPFRE desarrolla microseguros y productos dirigidos específicamente a colectivos con niveles de renta limitados, sobre todo en América Latina. Esta línea de trabajo, permite contribuir a reducir las desigualdades sociales y la pobreza, a proteger el patrimonio de las familias que ponen en marcha pequeños negocios básicos, a mejorar la dignidad de las personas, permitiendo que puedan acceder a dar sepultura a sus familiares o acceder a un nivel básico de productos de Salud, etc. Además, por la forma en la que se comercializan algunos de estos productos, también se contribuye a generar empleo en zonas deprimidas. (Para ampliar la información ver páginas 99-103 MAPFRE y sus Clientes)

Por otra parte, se considera necesario fomentar una cultura aseguradora entre los clientes y también en la sociedad, en general, que promueva los beneficios y las ventajas que tiene estar asegurado, no solo para proteger el patrimonio, sino también para mitigar el impacto de un posible siniestro en la actividad —mercantil y/o personal—, beneficiando así a la sociedad en su conjunto.

Por esta razón, MAPFRE facilita a sus clientes/ asegurados y reasegurados la posibilidad de tener una atención individualizada y un asesoramiento experto, desde las diferentes líneas de negocio que les permite obtener una adecuada protección financiera de sus riesgos, a través de coberturas de seguro y reaseguro. (Para ampliar la información ver páginas 99-103 de MAPFRE y sus Clientes) Además, promueve la cultura aseguradora y el conocimiento en gestión de riesgos a clientes y no clientes, mediante publicaciones específicas y organizando cursos formativos especializados, foros, jornadas internacionales

En este sentido, cabe destacar la participación de MAPFRE RE en diversos cursos y conferencias sectoriales celebradas en España, Colombia, Chile y México, así como jornadas de formación para clientes en Turquía, Chile, Argentina, México y Venezuela y seminarios con técnicos de TARSIM (Turquía) y de Colombia. También, es importante reseñar la celebración del Fórum de Reaseguro en Madrid, con participación de 18 invitados procedentes de 14 países, y diversos directivos de la entidad han participado en conferencias sectoriales, entre las que destacan Pacific Insurance Conference (PIC), celebrada en Manila, ALASA (Colombia) y el Congreso de Biomedicina de Seguros (España), contando alguna de ellas con el patrocinio de la entidad.

En España, la Dirección Corporativa de Seguridad y Medio Ambiente (DISMA) colabora con cursos y master especializados en las disciplinas de seguridad y medio ambiente. A título de ejemplo, cabe citar el Máster de Gerencia de Riesgos y Seguros que desarrolla ICEA.

3.6. MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CUMPLIMIENTO

[G4-57, 58; LA-16, HR2-HR7, HR12; SO3- SO5; FS9]

Los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos del Grupo marcan la actuación como empresa y ayudan a desarrollar negocios sostenibles en todos los países en la compañía opera. Estos principios se integran en la empresa a través de los valores de la compañía (solvencia, integridad, vocación de servicio, innovación para el liderazgo y equipo comprometido) y se desarrollan a través del cumplimiento de los compromisos internacionales y locales y de las políticas, normas y protocolos de actuación que se aprueban en la organización. Todo ello permiten a la compañía actuar bajo el principio de debida diligencia para la prevención, detección y erradicación de conductas irregulares, cualquiera que sea su naturaleza, que puedan tener un impacto negativo en la empresa y en el entorno en el que en el que desarrolla su actividad.

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

Además, MAPFRE publica en su página web (www.mapfre.com) poniendo a disposición de todos los grupos de interés, las siguientes políticas corporativas:



- Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos
- Código Ético y de Conducta
- Política de Autocartera
- Política de Dividendos
- Política de Gobierno Corporativo
- Política Fiscal Corporativa
- Política de Gestión de Conflictos de Interés y Operaciones Vinculadas con Accionistas Significativos y Altos Cargos de Representación y Dirección
- Política de Selección de Consejeros
- Política de Comunicación con Accionistas, Inversores Institucionales y Asesores de Voto
- Política de Primas de Asistencia
- Política de Responsabilidad Social Corporativa
- Política de Diversidad e Igualdad de Oportunidades
- Política de Promoción, Selección y Movilidad
- Política de Salud y Bienestar y de Prevención de Riesgos Laborales
- Política de Respeto a las Personas
- Política de Seguridad Corporativa
- Política de Continuidad de Negocio
- Política Medioambiental

A continuación se destacan algunas de los procedimientos y sistemas, con los que se trabaja de forma permanente para prevenir y mitigar conductas contrarias a los principios, valores y políticas de la compañía:

Comité de Ética

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

El Comité compuesto por miembros de la Alta Dirección del Grupo, tiene funciones consultivas, resolutivas, de vigilancia y de promoción del Código.

Este Comité informa anualmente a la Comisión Delegada sobre la actividad desarrollada en el ejercicio.

Además, 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 cuenta con un canal de denuncias y consultas éticas.

Durante el ejercicio 2015 el Comité de Ética ha recibido tres consultas relacionadas con este procedimiento. Asimismo, durante dicho ejercicio el Comité no ha recibido denuncias relacionadas con el Código de Ética y Conducta, por los canales establecidos al efecto.

CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA: PRINCIPALES CONTENIDOS

1.

Relaciones con y entre los empleados:

- Derechos laborales
- Compromiso, eficiencia y desarrollo profesional
- Respeto a las personas
- Igualdad de oportunidades y no discriminación
- Conciliación de la vida laboral y personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Protección y uso apropiado de los bienes de la empresa
- Confidencialidad de la información y protección de datos de carácter personal

2.

Relaciones con terceros:

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

3.

Responsabilidad Social:

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

4.

Cumplimiento del Código de Ética y Conducta:

- Comité de Ética: competencias, composición y régimen de funcionamiento

Canal de Denuncias Financieras y Éticas

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

El Canal de Denuncias Financieras y Contables 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.

Asimismo, dentro del Canal de Denuncias se establece también el Canal de Consultas y Denuncias Éticas, que permite que cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o que observe una situación que pudiera suponer un incumplimiento o vulneración de cualquiera de los principios y normas éticas o de conducta establecidas en el mismo, pueda comunicarlo al Comité

de Ética, de forma confidencial y con total garantía. El Canal de Consultas y Denuncias Éticas es accesible a todos los empleados, a través del buzón electrónico www.mapfre.com/Etica. Los empleados también pueden plantear sus consultas y denuncias por correo postal.

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

Medidas de protección de los empleados frente al acoso moral y sexual en el trabajo

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

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

Por tanto, MAPFRE está expresamente en contra y no permitirá situaciones de acoso en el trabajo, con independencia de quién sea la víctima o la persona acosadora en la situación denunciada, y que cualquier miembro de la empresa tiene derecho a presentar denuncias si el hecho se produjera.

Los principios generales de actuación en esta materia son:

➊ Contribuir a mantener un entorno laboral libre de acoso y comportamientos violentos u ofensivos hacia los derechos y dignidad de las personas y garantizar que si se produjeran, se dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo.

➋ Rechazar cualquier manifestación de acoso, ya sea moral, sexual, psicológico o de cualquier otra índole, así como cualquier comportamiento violento u ofensivo hacia los derechos y dignidad de las personas, y considera como un principio básico de actuación de la organización el respeto a las personas y a su dignidad.

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

Durante este ejercicio se han recibido 16 denuncias de acoso en el Grupo, que han sido resueltas a través del procedimiento interno previsto. Todas las personas que han conformado los equipos instructores han recibido formación específica en la materia.

Cumplimiento

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

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

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

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

Durante el último trimestre de 2015, se ha impartido a través del campus virtual de la Universidad Corporativa de MAPFRE el curso de "Introducción a la Función de Cumplimiento", dirigido a todo el personal y fundamentalmente a los Responsables de Cumplimiento designados en las entidades aseguradoras y reaseguradoras del GRUPO MAPFRE, con el objetivo de proporcionar un conocimiento básico sobre la Función de Cumplimiento en las sociedades en general, y en concreto en el ámbito asegurador, así como sobre la implantación de la función en el GRUPO MAPFRE. En esta primera fase de lanzamiento el curso ha sido ya realizado por 50 personas con responsabilidades en Cumplimiento, estando prevista su difusión general durante 2016.

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.

En 2015 se ha aprobado la nueva Política de Control Interno de MAPFRE, que actualiza los procedimientos y metodologías de la compañía en esta materia.

MAPFRE ha adoptado para la implantación del Sistema de Control Interno el modelo COSO, referencia en el ámbito internacional en materia de control interno y gestión de riesgos dentro de las organizaciones.

Este sistema de Control Interno se inspira en unos principios básicos que abarcan cuestiones como la responsabilidad de los empleados de MAPFRE en materia de Control Interno, el fomento del control sobre los riesgos que puedan afectar a la consecución de los objetivos, la mejora de la eficiencia en las operaciones, incrementando su capacidad para gestionar diversas situaciones internas y externas que pudieran presentarse, o la identificación de posibles errores o deficiencias en los procesos y estructuras de MAPFRE.

Durante el 2015 se han impartido más de 113.778 horas de formación en control interno a 11.622 empleados del Grupo.

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.

Durante el 2015 se han impartido más de 14.820 horas de formación en prevención del Blanqueo de Capitales a 12.140 empleados.

Prevención del Fraude y la Corrupción

[G4-S04]

Existen diversos procedimientos para luchar contra el fraude, entendido como todo acto realizado por acción u omisión, de manera intencionada y contraria a la verdad, en la contratación del seguro, en la declaración del siniestro o en la acreditación del daño causado, y durante la tramitación del mismo, con ánimo de obtener un enriquecimiento injusto de la aseguradora. En este ámbito, MAPFRE colabora con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad e implanta escenarios de alerta temprana de situaciones anómalas potencialmente fraudulentas, mediante la utilización de herramientas informáticas homologadas a nivel corporativo.

En diferentes países se realizan actividades formativas y divulgativas, en algunos casos en colaboración con instituciones sectoriales, que permitan identificar y prevenir acciones fraudulentas.

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

Durante el 2015 se han impartido más de 9.743 horas de formación en prevención del fraude y corrupción a 10.174 empleados.

Seguridad

[G4-PR8]

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

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

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

En este sentido, en 2015 se ha continuado con el desarrollo de la privacidad por defecto y la privacidad desde el diseño de los procesos y las tecnologías de la información, anticipando los requisitos regulatorios que se prevé que sean incluidos en el Futuro Reglamento Europeo de Protección de Datos. Asimismo, las nuevas iniciativas y sistemas de información corporativos incorporan desde su nacimiento criterios de seguridad destinados a minimizar los riesgos, proteger la privacidad de los datos y aumentar las capacidades de detección y respuesta a incidentes.

En 2015 se han iniciado dos procedimientos sancionadores al Grupo, ambos asociados a MAPFRE FAMILIAR por temas relacionados con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD).

En términos de disponibilidad, 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.

Para posibilitar todas estas actuaciones se promueve la formación y certificación en materia de seguridad de los trabajadores en el desarrollo de sus funciones y como garantía de calidad en la prestación de servicios. Así, en 2015 se han impartido 6.714 horas en formación al personal responsable de los distintos procesos de seguridad, y se ha elevado a 251 el número de certificaciones y acreditaciones personales que respaldan y avalan la cualificación de sus profesionales. Además, el 61 por 100 del personal de seguridad recibe formación sobre las políticas y normas de la organización en materia de Derechos Humanos relevantes para las actividades que tienen que desarrollar.

Auditorías de Responsabilidad Social

La Dirección General de Auditoría Interna ha realizado 129 trabajos especiales en 2015 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.



04



Dimensión social de MAPFRE

4.1. MAPFRE Y SUS EMPLEADOS

MAPFRE tiene entre sus objetivos el desarrollo profesional de sus empleados y potenciar su empleabilidad y bienestar a través del desarrollo de sus capacidades y habilidades. Todo ello en un ambiente de compromiso y respeto mutuo, libre de ofensas, intimidación, acoso o discriminación, con un entorno de trabajo que garantiza la seguridad y la estabilidad en el empleo.

Cuenta con un Código de Ética y Conducta que se inspira en sus principios institucionales y empresariales y que tiene por objeto reflejar los valores corporativos y los principios básicos que deben guiar la actuación de la compañía y de las personas que la integran.

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

4.1.1. Organización

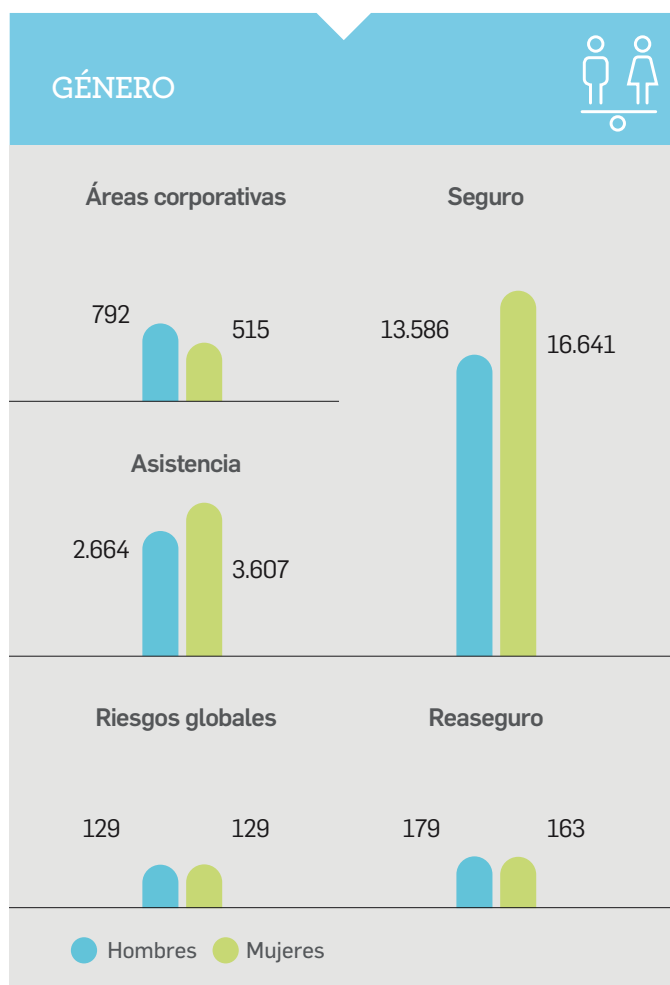
[G4-9, 10; LA12]

ESTRUCTURA DE PLANTILLA

En MAPFRE

trabajan 38.405 empleados,
un **3,6 por 100** más
que el año 2014.

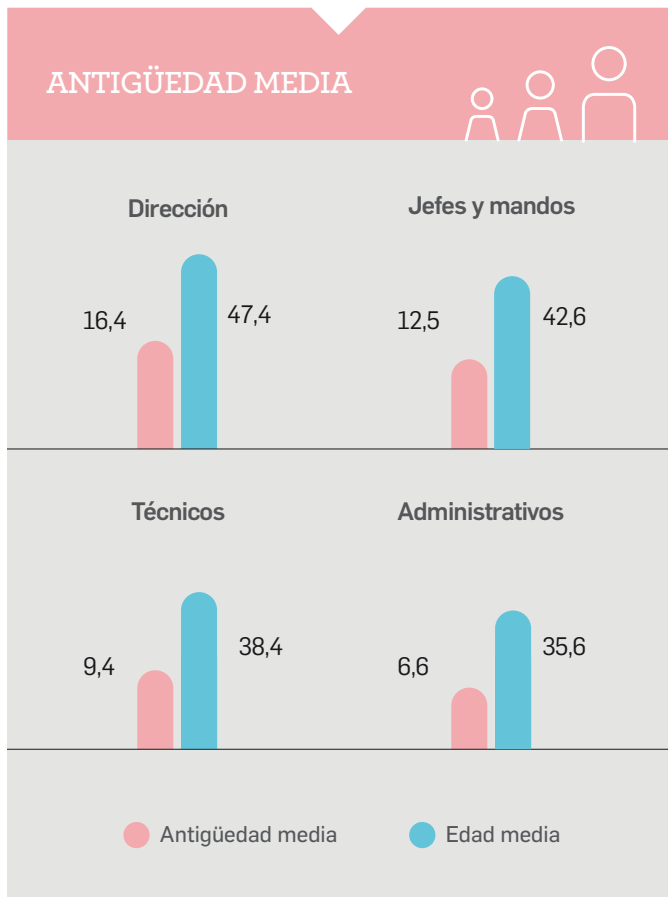
La distribución de la plantilla por género según las líneas de negocio y datos agregados de las áreas corporativas se refleja a continuación:



En MAPFRE

la media de edad de los empleados es de **38,2 años**, y su antigüedad media es de **9,0 años**

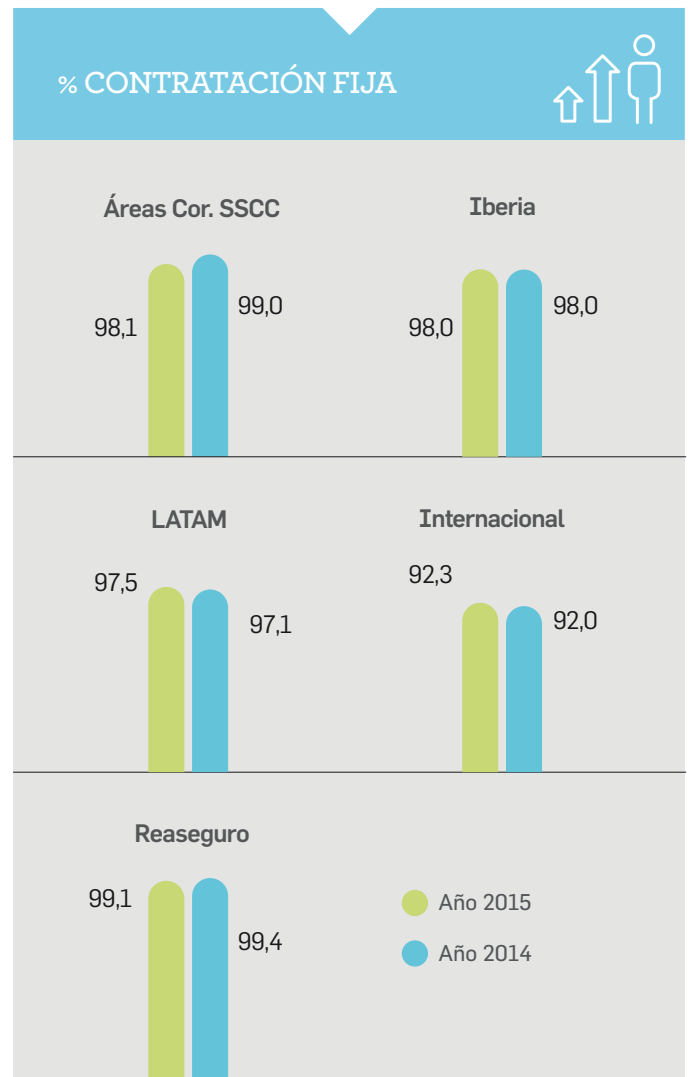
El desglose por niveles de puesto es el siguiente:



POLÍTICA DE EMPLEO

[LA1; HR5, HR6]

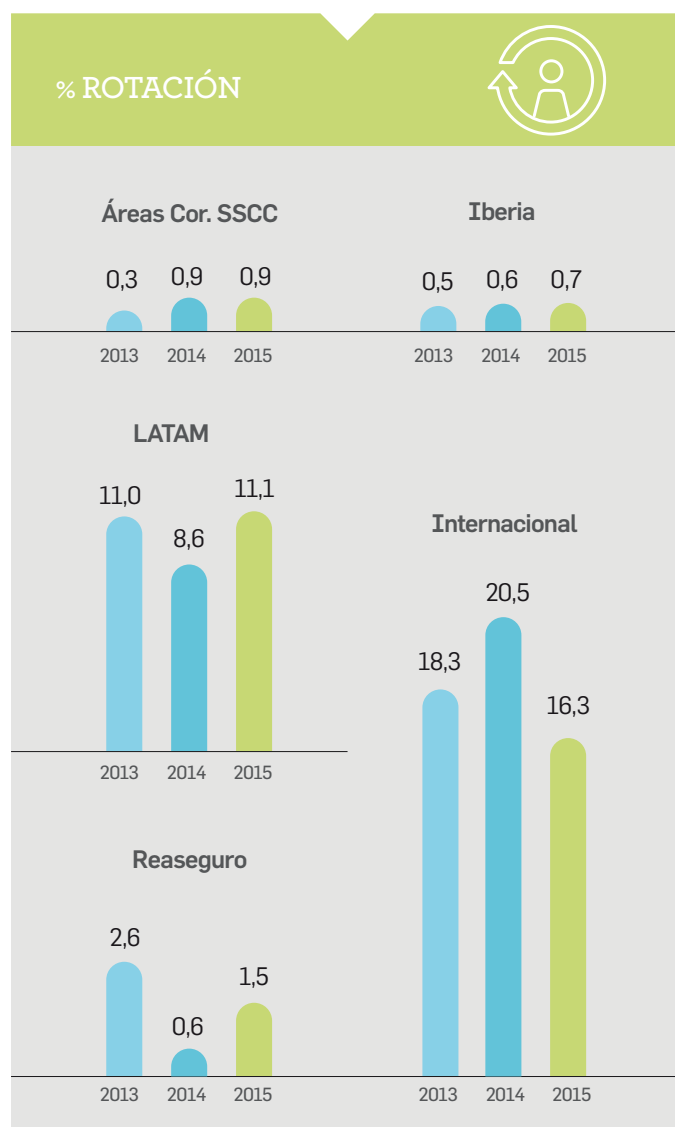
La política de empleo fomenta la contratación fija frente a la temporal, buscando entornos estables y una relación laboral de continuidad. El porcentaje de plantilla fija en el año 2015 ha sido de 96,4 por 100.



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

ALTAS Y BAJAS POR MOTIVO	2015	2014
ALTAS		
Fusión o adquisición	1.589	0
Captación externa	6.870	6.258
Reincorporación excedencia	127	188
Reincorporación extranjero	16	26
BAJAS		
Enajenaciones	6	42
Voluntarias	3.562	2.984
Despidos	3.399	2.446
Excedencias	156	138
Jubilaciones	77	50
Jubilaciones anticipadas	4	6
Fallecimientos	21	17
Invalidez	25	16

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:



La rotación no deseada se mantiene similar a otros años y en índices bajos. La rotación total ha ascendido a 9,2 por 100.

4.1.2. Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades

[G4-LA12]

En el año 2015, el Consejo de Administración ha aprobado una Política de Diversidad e Igualdad de Oportunidades que recoge como principios generales de actuación del Grupo en esta materia, los siguientes:

1. Rechazar cualquier discriminación por razón de raza, edad, sexo, estado civil, nacionalidad, creencias, o cualquier otra condición física o social entre sus empleados y considerar la diversidad como un valor, ya que permite confrontar diferentes puntos de vista y aporta mayor creatividad, e innovación.
2. Consolidar una cultura de respeto a las personas y unos comportamientos favorables y abiertos a la diversidad ante cualquiera de los grupos de interés de la compañía.
3. Garantizar, por un lado, el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades y de trato de todos los trabajadores y colaboradores que les permita, sin excepción, poder desarrollarse personal y profesionalmente y dar lo mejor de sí mismos. Y por otro lado, evitar cualquier tipo de discriminación laboral en los ámbitos del acceso al empleo, promoción, clasificación profesional, formación, retribución, conciliación de la vida laboral y familiar y personal y demás condiciones laborales.

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

DIVERSIDAD DE GÉNERO

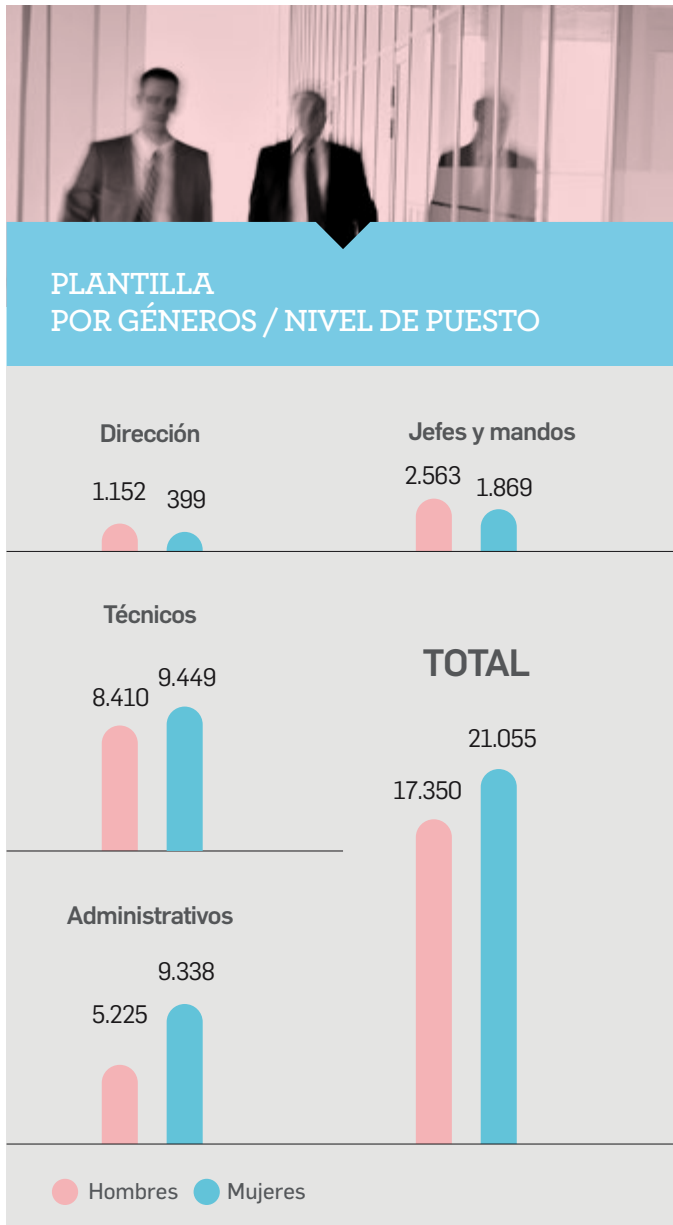
En MAPFRE

el **37,9 por 100** de los empleados con puestos de nivel dirección/jefatura son mujeres, y este porcentaje se ha incrementado en un **7,9 por 100** en los 3 últimos años.

52 mujeres ocupan puestos de Alta Dirección o puestos en Consejos de Administración. El Consejo de Administración de MAPFRE S.A. cuenta entre sus miembros con tres mujeres, lo que representa el 16,6 por 100 de los miembros, un 50 por 100 más que el año 2014.

En 2015, el 51,9 por 100 de las nuevas incorporaciones a la plantilla fueron mujeres.

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



MAPFRE está desarrollando acciones específicas destinadas a fomentar la igualdad de oportunidades y trato entre hombres y mujeres, entre las que destacan:

- **Brasil:** Programa de empoderamiento de mujeres que desarrolla acciones positivas para la preparación de mujeres para asumir puestos de responsabilidad.
- **España:** Plan de Igualdad de Oportunidades que establece medidas en materia de acceso al empleo, promoción, formación, retribución y comunicación. En el año 2015 se ha realizado una campaña de salud específica para mujeres, junto con la Comunidad de Madrid, Mujeres por el Corazón.

Cabe destacar, asimismo, la firma del acuerdo con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad por el cual MAPFRE se compromete a impulsar una serie de medidas que faciliten el incremento de mujeres de puestos de directivos y Comités de Dirección.

- **Estados Unidos:** Pertenece a la Red de liderazgo de la Mujer que monitoriza la evolución de las mujeres en puestos de liderazgo.

DIVERSIDAD FUNCIONAL: PROGRAMA GLOBAL DE DISCAPACIDAD

Durante el año 2015 se ha continuado desarrollando el Programa Global de Discapacidad de MAPFRE, con implantación en 22 países.

Este programa se ha desarrollado a través de las siguientes actuaciones:

ACTUACIONES DE SENSIBILIZACIÓN PARA GENERAR UNA CULTURA SENSIBLE A LA DISCAPACIDAD.

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

ACTUACIONES PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA.

- Se han diseñado procedimientos de atención personalizada a empleados a los que les sobrevenga una discapacidad.
- Revisión de la accesibilidad de todos los edificios y de 6 puestos de trabajo.
- Desarrollo de aplicaciones informáticas con criterios de accesibilidad.

ACTUACIONES PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS.

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

ACTUACIONES DE INTEGRACIÓN LABORAL.

Directa en MAPFRE:

- En 2015 se incorporaron a la plantilla 70 personas con discapacidad.
- En MAPFRE trabajan actualmente 479 personas con discapacidad en 21 países.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	Nº PERSONAS CON DISCAPACIDAD
ÁREAS CORPORATIVAS Y SSCC ¹	19
IBERIA	113
LATAM	232
INTERNACIONAL	112
REASEGURO	3

(1). Servicios centrales (SSCC)

- Realización de prácticas por personas con discapacidad. 35 personas con discapacidad realizaron prácticas en MAPFRE España.

Indirectamente:

- 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 2015 en España se han suscrito contratos de prestación de servicios o adquisición de bienes con centros especiales de empleo por importe de 304.658,81 euros y se han realizado donaciones¹ por importe de 1.007.753,75 euros.
- Las cantidades donadas se destinaron a:
 - Promover la integración laboral de personas con discapacidad intelectual y enfermedad mental a través de un programa al que se adhirieron empresas, 752 y con el que se logró emplear a 467 personas y preparar profesionalmente a 419 personas.
 - Colaborar en la ejecución de proyectos de empleo para personas con discapacidad, elaborados por asociaciones y fundaciones, a través de apoyo económico del que desde 2010 se han beneficiado 18.471 personas. Además en China se han donado 249.762,7 rmb, en Francia 32.974 euros y en Malta 1.192 euros

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

DIVERSIDAD CULTURAL

En MAPFRE trabajan 38.405 empleados de 65 nacionalidades, lo que otorga una gran diversidad cultural y aporta el talento necesario para su desarrollo, con personas innovadoras y con distintos puntos de vista.

El 74,2 por 100 de la Alta Dirección y directivos que trabajan en las empresas del Grupo son nativos del país en el que desarrollan su actividad.

Gestionar adecuadamente la diversidad cultural permite que la colaboración y comunicación sea fluida entre todos los empleados evitando barreras culturales, y aprovechando las diferentes visiones que aportan.

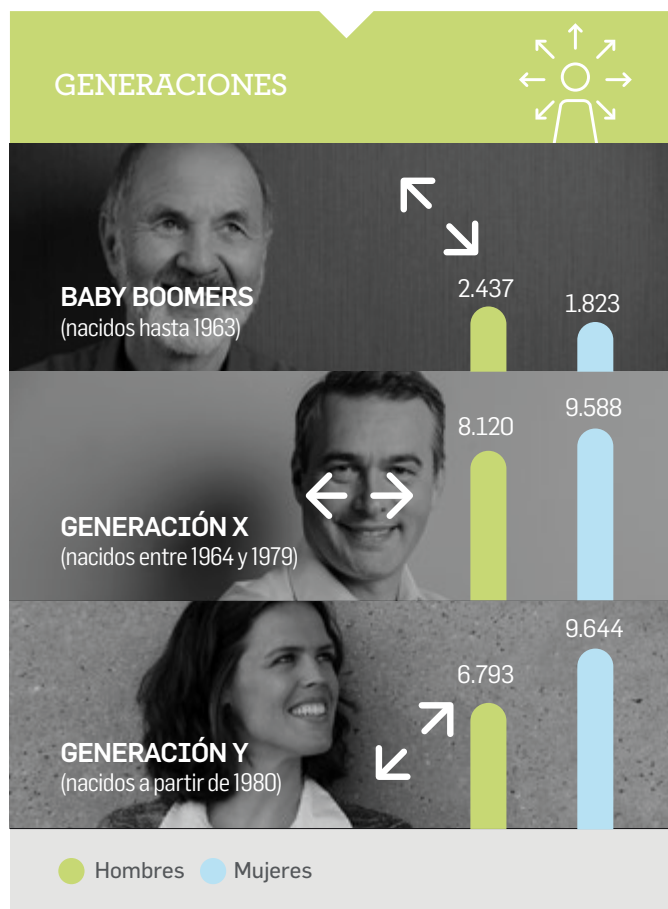
En las Áreas Corporativas hay 1.307 empleados de 30 nacionalidades.

A tal efecto se promueve la movilidad internacional, que en 2015 ha supuesto que 118 empleados han cambiado su puesto de trabajo a otro país.

DIVERSIDAD GENERACIONAL

[G4-EC6]

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



El objetivo es aprovechar las capacidades de todas las generaciones para que aporten lo mejor de cada una de ellas, fomentando que la convivencia entre empleados de distintas generaciones sea fluida, natural, de respeto y aprendizaje mutuo.

MAPFRE ha puesto en marcha un programa global de Trainees para impulsar el talento joven, incorporando 22 jóvenes de cuatro nacionalidades (España, China, Rumanía y Turquía). Los próximos destinos del programa serán en Asia y Europa y para las cuatro unidades de negocio de MAPFRE.

MAPFRE se ha incorporado al Observatorio Generación y Talento como socio colaborador, y forma parte del Comité

Promotor y Consejo Asesor, junto con grandes empresas españolas y otras organizaciones públicas, académicas y líderes de opinión, con el fin de impulsar la gestión activa de la diversidad generacional entre las empresas. Los objetivos del observatorio son el desarrollo de la gestión de personas basado en la igualdad de oportunidades con independencia de la edad, la no discriminación y el respeto a la diversidad generacional, promoviendo un entorno favorable y difundiendo las mejores prácticas empresariales y sociales. En este observatorio participan empleados que ayudan a identificar acciones que facilitan a las empresas avanzar en la gestión del talento intergeneracional, y a potenciar y unir el talento de todas las generaciones.

4.1.3. Gestión del talento

MAPFRE ha puesto en marcha una iniciativa estratégica global de gestión del talento, a través de la cual se identifican los perfiles necesarios para la organización, las capacidades y habilidades de los empleados, con el objetivo de establecer planes de desarrollo que les permitan incrementar la empleabilidad, así como su movilidad funcional, geográfica y cubrir las vacantes y puestos que necesite la organización. De este modo, MAPFRE sigue apostando por la retención de talento y su promoción interna.

IDENTIFICACIÓN DE TALENTO

MAPFRE ha desarrollado un proceso homogéneo de identificación de perfiles según las necesidades de negocio. Para ello dispone de un mapa de funciones y un mapa de puestos homologado a nivel global sobre el que se aplican criterios organizativos, únicos y homogéneos.

A partir de este proceso se identifican los perfiles estratégicos necesarios, tanto de conocimientos como de experiencia, habilidades y formación. Esta es la base para el inicio de los procesos de selección y desarrollo. Cada puesto tiene definidos los requerimientos técnicos y las competencias necesarias para el adecuado desempeño de sus funciones.

SELECCIÓN

MAPFRE tiene definido un procedimiento global de selección que garantiza la objetividad, el máximo rigor y la no discriminación en todos los procesos.

Además se han homogeneizado las pruebas de selección que se utilizan en todo el mundo, con el fin de incorporar a cada puesto al candidato que tenga el perfil más adecuado. En el año 2015 se ha firmado un acuerdo global con la red profesional LinkedIn como un canal más de captación externa.

El número de procesos de selección realizados en el año 2015 ha sido de 7.029 de los cuales 4.976 han sido externos.

DESARROLLO

[G4-LA10, LA11]

El modelo global de evaluación mide el desempeño de cada empleado, según el cumplimiento de objetivos y del desarrollo de sus competencias. Los empleados son evaluados de acuerdo a tres competencias comunes, ligadas a los valores de la empresa: compromiso, orientación al cliente e innovación. La evaluación también se centra en otras competencias específicas, según el puesto de trabajo que ocupa cada empleado y tiene asignados objetivos a través de los cuales cada uno conoce su nivel de contribución a la consecución de la estrategia de la empresa.

Durante el año 2015, se evaluaron 29.390 empleados, un 76,5 por 100 de la plantilla.

Tras la implantación del modelo global en todos los países en los que MAPFRE está presente, en 2015 se ha decidido que la evaluación esté soportada en una herramienta tecnológica común, que actualmente está ya implantada en 18 países, con un alcance de 9.310 empleados. Esto permite obtener indicadores homogéneos sobre los resultados de la evaluación del desempeño, que se convierten en una de las principales fuentes de identificación del talento interno.

En 2015 se ha puesto en marcha a nivel global la evaluación 180º para la dirección, con la participación de 178 empleados.

MOVILIDAD INTERNA Y PROMOCIÓN

[G4-LA10]

MAPFRE apuesta de forma clara por la movilidad como oportunidad para que el empleado desarrolle su carrera profesional. Este proceso es una referencia de la empleabilidad interna.

El Grupo dispone de una definición de estructura homologada de puestos a nivel global, lo que ofrece de forma transparente oportunidades de movilidad.

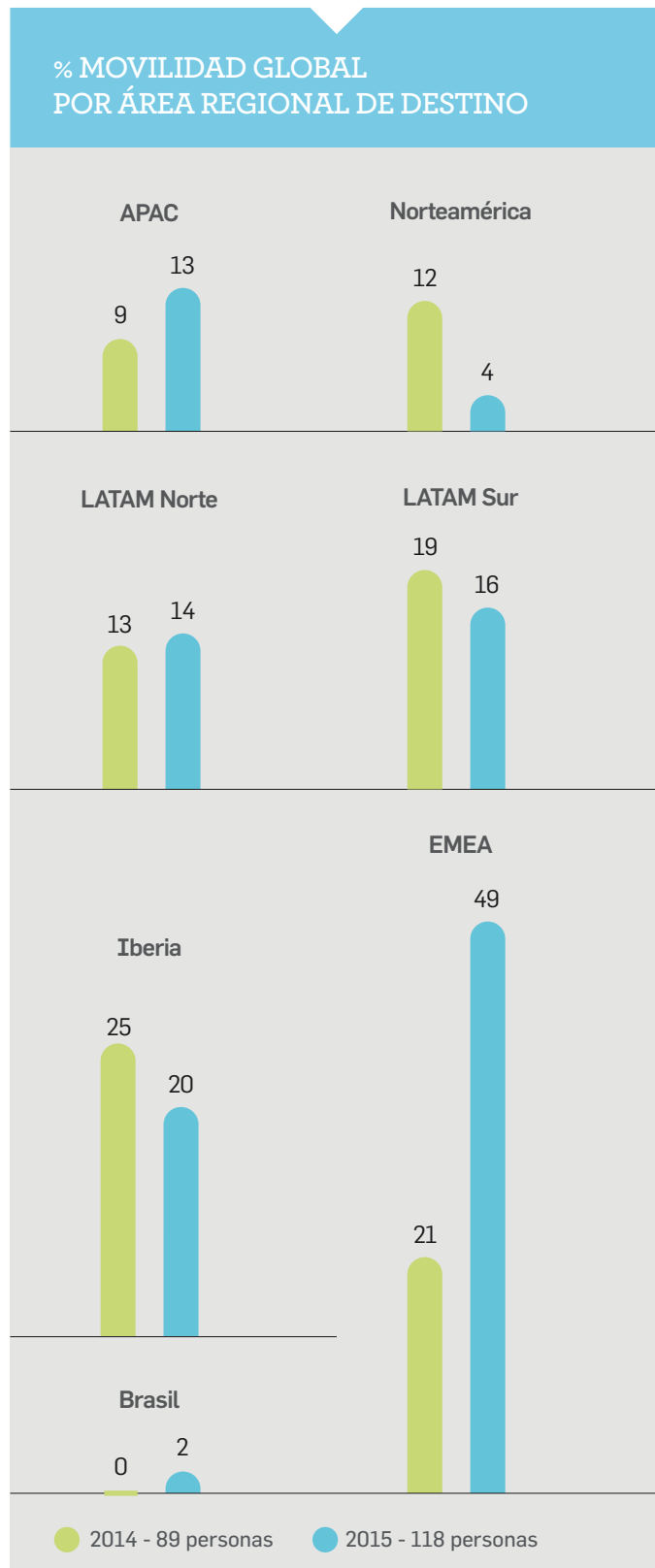
La empresa tiene definido un procedimiento global de movilidad interna que permite a los empleados contar con información de las vacantes que surgen, del perfil requerido y de los pasos que deben dar para optar al puesto.

Así, en el año 2015 de las 7.029 vacantes publicadas, 2.053 se han cubierto por movilidad interna y el 53 por 100 han supuesto promoción.

Movilidad Geográfica

118 empleados de 22 países han empezado a trabajar en 2015 en 25 países diferentes de aquellos en los que lo hacían antes.

Y actualmente hay 220 directivos y empleados trabajando fuera de su país de origen.



Task-force

Existe un programa de Task Force, activado en 3 países en el año 2015 (Italia, Alemania y Filipinas) que cuenta con un protocolo específico de selección, formación, reconocimiento, retribución y asignación internacional. Este programa permite, por medio de la acción inmediata y coordinada de un equipo especialista, la puesta en marcha de nuevos negocios o llevar a cabo proyectos transversales de transformación, fomentando, por medio de traslados temporales, el desarrollo de los empleados, el incremento de empleabilidad y el desarrollo de habilidades globales gracias a la experiencia internacional. En el año 2015 ha movilizado en este proceso a 28 profesionales.

Movilidad Funcional

En MAPFRE se fomenta la movilidad funcional (cambio de nivel de puesto y/o cambio de área/departamento en un mismo país) con el fin de incrementar los conocimientos y la experiencia de los empleados. En el año 2015, se alcanzó un porcentaje de movilidad funcional del 9,6 por 100 sobre la plantilla lo que supone 3.701 empleados.

FORMACIÓN

[G4-LA9]

El modelo global de formación se organiza a través de Escuelas de Conocimiento y está diseñado en torno a cuatro grandes ejes, según el colectivo al que se dirige y la naturaleza de las materias.

- Formación técnica-comercial, a través de las **ESCUELAS TÉCNICAS DE CONOCIMIENTO**.
- Formación transversal, a través de la **ESCUELA DE CULTURA Y POLÍTICAS GLOBALES, LA ESCUELA DE HABILIDADES Y LA ESCUELA DE IDIOMAS**.
- Formación para el desarrollo, a través de la **ESCUELA DE DESARROLLO PROFESIONAL**.
- Formación para el liderazgo a través de la **ESCUELA DEL LIDERAZGO**.

En todo el mundo se define e imparte la formación de acuerdo a un mismo modelo de aprendizaje, alineado con la estrategia de la empresa.

El modelo global de formación se desarrolla a través de la Universidad Corporativa, que tiene un campus presencial (Madrid, España), y aulas presenciales en todos los países; y un campus virtual (e-campus), a través del cual se canaliza en todos los países la formación *e-learning* y se establecen espacios para compartir conocimiento.

Los próximos objetivos y retos de la Universidad Corporativa son:

- Compartir conocimiento en todo el mundo.
- Potenciar que la formación esté siempre alineada con la estrategia y esté adaptada a cada empleado y función, a través de programas e itinerarios.
- Potenciar el autoaprendizaje y el social y *mobile learning*.
- Consolidar la cultura global de MAPFRE y desarrollar empleados con habilidades y capacidades globales (empleados polivalentes, empleables y flexibles).
- Lanzamiento nuevas Escuelas Técnicas de Conocimiento así como del Aula de Innovación y Aula de Negocio Digital como espacios clave que favorecerán la formación en estas materias identificadas como estratégicas para el negocio.



Todo el conocimiento está agrupado en las Escuelas MAPFRE para dar acceso a todos los empleados del mundo en cualquier momento y lugar.

1. Escuelas Técnicas de Conocimiento: pretenden dotar a los equipos del conocimiento necesario para el óptimo desempeño de sus funciones.

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

Durante el año 2016 se pondrán en funcionamiento las Escuelas de Negocio Asegurador, Reaseguro, Clientes y Desarrollo Comercial, Estrategia, Legal y de Reaseguro donde se integrarán todos los contenidos, formativos e informativos, de funciones técnicas y comerciales. Asimismo, se creará el Aula de Negocio Digital (dentro de la Escuela de Negocio Asegurador) y el Aula de Innovación.

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

– **ESCUELA DE CULTURA Y POLÍTICAS GLOBALES:** centrada en la formación de todos los empleados en cultura, visión, misión y valores de MAPFRE, las políticas globales de la empresa y los programas de inducción y bienvenida (36.742 empleados formados).

– **ESCUELA DE HABILIDADES:** incluye contenidos relacionados con las aptitudes y habilidades que ayudan a los empleados en su desarrollo en la empresa. Durante este año la formación se ha centrado en las tres competencias estratégicas (orientación al cliente, innovación y compromiso), y en otras habilidades como el trabajo en equipo, asertividad, adaptación al cambio y flexibilidad, la comunicación interpersonal y la gestión del tiempo (25.830 empleados formados).

– **ESCUELA DE IDIOMAS:** ofrece formación (presencial, online y telefónica) en los tres idiomas corporativos. Este año se han llevado a cabo 133.454 horas de formación en idiomas, con especial dedicación a los tres idiomas corporativos, español, inglés y portugués. Asimismo, se ha desarrollado formación en otros idiomas relevantes para el desarrollo del negocio, como el francés, alemán y el turco.

Se ha puesto en marcha una Biblioteca de Idiomas con recursos formativos accesibles para todos los empleados del mundo. Se trata de un espacio virtual con contenidos que ayudan a los empleados en el aprendizaje de los idiomas corporativos de MAPFRE. La Biblioteca de la Escuela de Idiomas ofrece diversidad de recursos como noticias en cada lengua; ejercicios para iniciar o para afianzar el aprendizaje; artículos para mejorar la destreza; vídeos con las mejores historias; lecciones de gramática; y vocabulario general o específico.

3. Escuela de Desarrollo Profesional: destinada a impulsar el desarrollo profesional de los empleados, incrementando su conocimiento organizativo, visión estratégica, sus conocimientos y habilidades, para aumentar así su empleabilidad.

Durante el año 2015 se han desarrollado ocho programas de desarrollo globales y regionales (en España y en los países sede de las áreas regionales) en los que han participado 140 empleados de 30 países. Todos ellos comparten una estructura homogénea y unos objetivos y contenidos comunes, combinando formación interna, con una gran implicación por parte de la dirección de MAPFRE en todo el mundo y formación externa, en colaboración con prestigiosos partners del mundo académico (universidades, consultoras y escuelas de negocio internacionales).

Estos programas combinan:

– Contenidos internos: estrategia, estructura y negocios de MAPFRE, impartidos por ponentes internos, empleados y directivos de todas las áreas regionales, unidades de negocio y áreas corporativas.

– Habilidades Interpersonales y directivas.

– Contenidos de gestión empresarial: finanzas, marketing, entorno económico, innovación, transformación digital, que se imparten en colaboración con distintos partners, como Financial Times – IE Business School Corporate Alliance, Oxford Leadership Academy, IMD, Universidad de Alcalá, Fundación Dom Cabral, Universidad de los Andes, Universidad Anahuac.

A nivel local, en 2015 también se han desarrollado programas de desarrollo como los reflejados a continuación:

PROGRAMAS LOCALES DE DESARROLLO PROFESIONAL (2015)				
Regional	País	Nombre del programa	Número de participantes	Duración (horas)
Iberia	España	Ypsilon	42	58
Iberia	España	Desarrollate	63	128
Iberia	España	Programa Desarrollo Directivo	20	55
EMEA	Turquía	LEADERSHIP 101	16	35
LATAM sur	Colombia	Programa de Desarrollo Habilidades Directivas	32	120
LATAM norte	México	Programa de Certificación para Comerciales	107	262
Norteamérica	EE.UU.	Management Essentials	57	27
Brasil	Brasil	Escuela de Negocios	37	141

4. Escuela de Liderazgo: cuenta con un programa global, denominado Global Management (GMP), que se estructura de acuerdo a cinco pilares: visión estratégica, entorno económico, innovación, entorno digital y liderazgo y desarrollo de personas.

En 2015 se han desarrollado tres ediciones de dicho Global Management Program, junto con la escuela de negocios internacional IESE, donde han participado 79 altos directivos de 15 países. Asimismo los directivos reciben adicionalmente formación en finanzas, comunicación e idiomas, según las necesidades individuales de cada uno.

OTROS DATOS DE LA FORMACIÓN

INVERSIÓN EN FORMACIÓN: En el año 2015 se han invertido 15,2 millones de euros en formación, cifra que representa el 1 por 100 del importe de las retribuciones.



HORAS DE FORMACIÓN

Por modalidades y contenidos



45.443



Mixta

957.928



Presencial

315.886



E-learning

170.987



Comercial

605.066



Técnica

543.203



Transversal

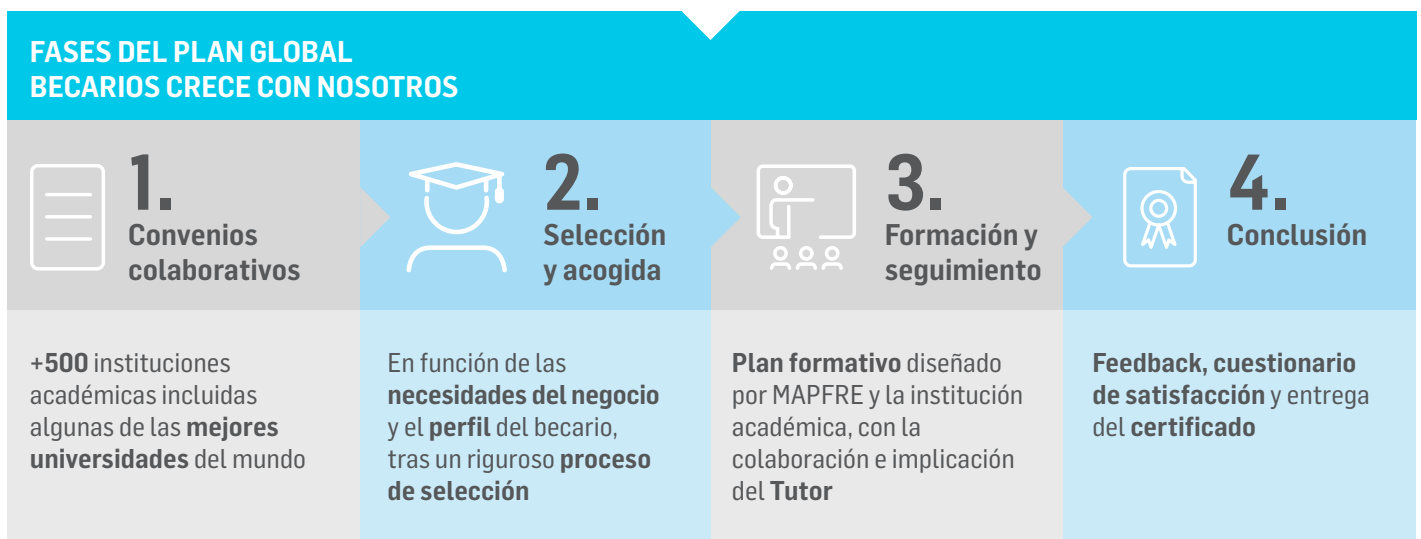
CRECE CON NOSOTROS (PROGRAMA DE BECARIOS)

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

En 2015, se ha diseñado un plan de becarios a nivel global, con el objetivo de establecer un marco común de actuación que regule la selección, incorporación, formación y ayuda económica de los becarios.

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

En 2015 han realizado prácticas en las empresas del Grupo 1.031 becarios de 27 países.



4.1.4. Política de compensaciones y de reconocimiento

[G4-55; EC3, EC5; LA2]

MAPFRE cuenta con una política retributiva global, cuyos principios generales son:

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

La entidad se compromete a garantizar la equidad interna en las compensaciones, con especial foco a las diferencias de género. Durante el año 2015 se han analizado, a través de diferentes ratios, la equidad de las compensaciones a nivel internacional.

Se ha comenzado a realizar estudios de equidad en España con la finalidad de determinar si existe desigualdad en materia de retribución debido a cualquier variable (en especial la de género). Para ello, se ha realizado un análisis estadístico con el mayor número de variables simultáneamente y se ha comprobado cómo éstas impactan en la retribución total. También se pretende estudiar colectivos comunes (clusters) verificando si están siendo retribuidos de manera similar; y en el caso de no ser así, saber qué es lo que causa esas diferencias.

Mediante esta prueba, se analiza la igualdad o desigualdad retributiva en cada grupo y en aquellos en que la retribución es distinta se indica qué variable está causando esas diferencias.

Derivado de este análisis se puede concluir que un 71 por 100 de la retribución total viene determinada por el nivel de puesto ocupado. Un 13 por 100 por la antigüedad, un 8 por 100 por el nivel jerárquico de puesto, y un 5 por 100 por la edad.

El sexo determina el 0,004 por 100 de la retribución total, lo que indica que esta variable tiene un impacto residual en la retribución total.

La retribución en MAPFRE está integrada por una parte fija, una parte variable (en función del cumplimiento de los objetivos de la empresa y de los asignados al empleado) y un paquete de beneficios sociales.

En el ejercicio 2015 se han abonado retribuciones por importe de 1.675 millones de euros. El 71,4 por 100 de estas cantidades corresponde a retribución fija y variable; el 13,7 por 100 a cotizaciones a los seguros sociales; el 10,4 por 100 a beneficios sociales; y el 4,5 por 100 a indemnizaciones y otros complementos. El porcentaje de retribución variable sobre retribución total del Grupo representa el 10,9 por 100, con un peso en el salario de los empleados que oscila entre el 10 y el 40 por 100, dependiendo del puesto.

Se está incrementando el número de empleados con retribución variable, vinculada a los objetivos de la compañía y su peso en la retribución total. Asimismo, se han establecido los porcentajes óptimos que debe representar la retribución variable sobre la retribución total para cada nivel de puesto.

Nivel de puesto	% Retribución variable sobre retribución total
Directores	40%
Jefes y Mandos	30%
Técnicos	20%
Administrativos	10%

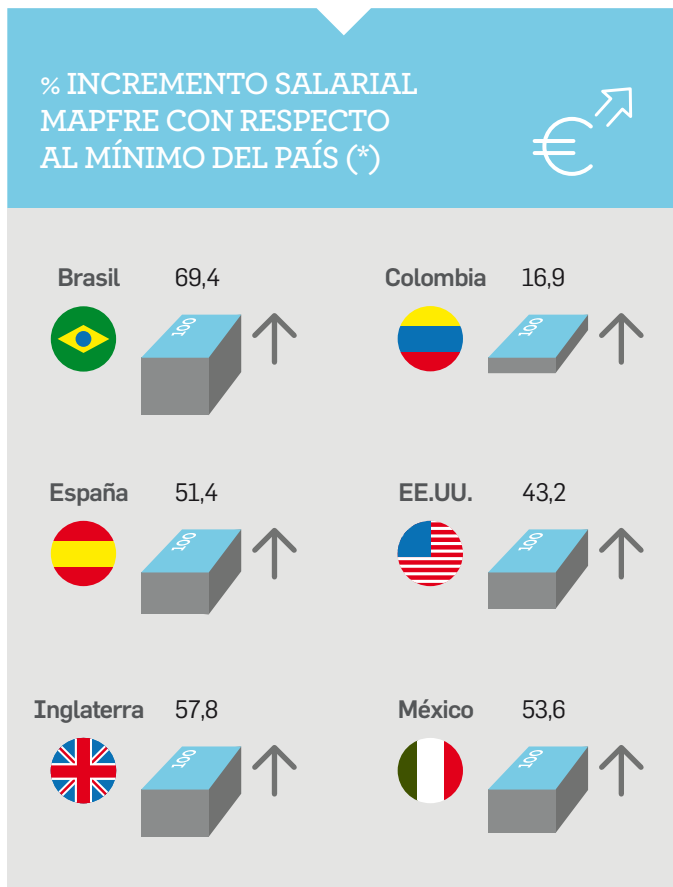
MAPFRE cuenta con un programa de incentivos plurianuales a nivel global para 135 directivos.

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

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

Con carácter general, el salario en MAPFRE es significativamente superior al salario mínimo de cada país.

A continuación, se detalla el diferencial existente en los países en los que el Grupo tiene mayor número de empleados:



(*) Datos no comparables entre países

PROGRAMAS DE RECONOCIMIENTO

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

Algunos de los programas más relevantes son:

– **Convención:** viaje al que son invitados los empleados que han colaborado más directamente en el crecimiento del negocio.



Washington fue el destino de la Convención 2015

– **Retos:** reconocimientos trimestrales por alcanzar cifras de comercialización de determinados productos con diferentes premios.


– **Programa de reconocimiento Ovation en USA:** reconocer el esfuerzo de los empleados que destacan en compromiso, innovación, dedicación y logros.

– **Premios LEAN de tecnología:** premios las mejores iniciativas para incrementar la calidad y reducir el tiempo de producción y el coste.

4.1.5 Bienestar y conciliación

[G4-LA5 – LA8]

Las medidas de conciliación pretenden ayudar a:



- 1 Mejorar la calidad en el empleo,** con medidas como el horario flexible.
- 2 Facilitar la flexibilidad temporal y espacial,** con medidas como el trabajo a tiempo parcial o la jornada laboral reducida y el teletrabajo.
- 3 Apoyar a la familia,** con permisos retribuidos y no retribuidos y excedencias por motivos personales, entre otros.
- 4 Desarrollar las competencias profesionales,** con excedencias por estudios, además de la formación ofrecida por la empresa.
- 5 Favorecer la igualdad de oportunidades de los empleados tras una excedencia o permiso de larga duración** para lo que se desarrollan programas de integración.

TIEMPO DE TRABAJO

Se mantienen medidas de conciliación relacionadas con el tiempo de trabajo. En el año 2015 se han puesto en marcha dos iniciativas de horario flexible; una en MAPFRE RE, mediante la cual los empleados, con carácter voluntario, se adhieren a un nuevo horario flexible, que permite dar respuesta a las necesidades de negocio a la vez que facilita la conciliación de vida laboral y personal de los trabajadores, y otra en Brasil, por la cual los empleados disponen de un amplio margen de flexibilidad en la entrada y además pueden disponer de una bolsa de horas a compensar con tiempo libre.

El siguiente cuadro refleja el número de empleados que en 2015 se han beneficiado de algunas de las medidas de conciliación relacionadas con tiempo de trabajo.



EMPLEADOS BENEFICIADOS CON MEDIDAS DE CONCILIACIÓN







MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL	Nº EMPLEADOS BENEFICIADOS
Horario laboral flexible	12.131
Trabajo a tiempo parcial	2.262
Jornada laboral reducida	4.467
Teletrabajo	788
Permisos retribuidos y no retribuidos	14.252
Excedencias por motivos personales o estudios	1.549
Programa de integración de empleados tras un permiso de larga duración	756

BENEFICIOS SOCIALES

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

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

BENEFICIOS SOCIALES DE APLICACIÓN EN EL GRUPO

TIPO DE BENEFICIO SOCIAL	% DE EMPLEADOS BENEFICIADOS RESPECTO A LOS EMPLEADOS CON DERECHO
 Seguro de salud	92,6
 Sistemas de previsión social/seguro de vida	95,1
 Bonificaciones en seguros	68,7
 Premio de permanencia en la empresa	16,2
 Ayuda escolar para hijos	37,9
 Premio de natalidad	6,2
 Préstamos	22,0

Todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2015 a beneficios sociales ha sido de 174 millones de euros.

Se facilita ayudas a empleados para situaciones especiales normalmente derivadas de problemas de salud. En 2015 el importe de estas ayudas ha ascendido 508.484 euros. Asimismo se han concedido en 2015 ayudas económicas a empleados jubilados por importe de 320.976 euros.

ACTIVIDADES SOCIALES PARA LOS EMPLEADOS

MAPFRE contribuye a la mejora del entorno de trabajo a través de actividades deportivas, culturales, y familiares que favorecen la relación e integración de los empleados.

Las principales actividades realizadas son las siguientes:

– **Actividades deportivas:** carreras, competición de fútbol, tenis, pádel y atletismo. Actividades culturales: talleres educativos de cultura y seguridad vial a través de Fundación MAPFRE.

– **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.**

– **Actividades con asociaciones de personas con discapacidad:** venta de plantas y lotería.

En el año 2015, cabe destacar que a las actividades sociales en España se les ha dado un carácter solidario, de manera que los empleados por su participación en dichas actividades donan cantidades a proyectos sociales escogidos.

En el año 2015, se desarrollaron 397 actividades sociales, con 71.217 participaciones de empleados y familiares.

En España existen dos plataformas para los empleados Me Gusta, con 6.767 empleados inscritos, y teCuidamos Empleados, con 9.480 empleados inscritos.

Me Gusta es una red social interna a través de la que se ofrece a los empleados actividades deportivas, culturales y de ocio; y teCuidamos Empleados ofrece a los empleados un espacio donde encontrar ofertas y descuentos en ocio, salud, restauración y tecnología, entre otros servicios. Además, cuenta con servicios de orientación psicológica, pediátrica, asistente nutricional, asesoramiento fiscal, asesor mecánico virtual, gestor para asuntos personales, telefarmacia y segunda opinión médica, entre otros.

EMPRESA SALUDABLE

En 2015, el Consejo de Administración de MAPFRE ha aprobado la nueva redacción de la Política de Salud y Bienestar y Prevención de Riesgos Laborales. De acuerdo con la misma, la salud, la seguridad y el bienestar de los trabajadores son fundamentales tanto para ellos como para

sus familias, así como para la productividad, la competitividad y la sostenibilidad de la empresa.

Los principios generales que informan esta política son.

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

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

MAPFRE cuenta con una política de salud y bienestar y prevención de riesgos laborales. Es el Modelo de Empresa Saludable, con un alcance global y con una implantación local a través de actuaciones adaptadas a la realidad de cada país. Aunque la base del modelo de empresa saludable se encuentra en la esfera relativa a entorno laboral y está constituida por todas aquellas acciones tradicionalmente enmarcadas en el concepto de prevención de riesgos laborales, el modelo va más allá, ya que pretende tratar a la persona de manera global, es decir, tanto en el aspecto de salud física como mental, y tanto en el entorno laboral como el personal.

Dentro de las actuaciones de carácter global, cabe destacar las informativas y formativas. Los empleados reciben todos los años formación en materia de salud y hábitos saludables. Este año se han dedicado 10.071 horas a formación específica en salud y bienestar.

En cuanto a comunicación, la revista El Mundo de MAPFRE ha publicado en 2015 los siguientes artículos en el apartado Estar Bien: La felicidad. Pautas para ser feliz, Los peligros de la automedicación irresponsable, Reducir horas de sueño, una opción que no debemos contemplar y Los beneficios de la solidaridad.

MAPFRE asume un modelo de prevención en el que los trabajadores pueden participar activamente en todo aquello que pueda afectar a su seguridad y salud en el trabajo, para lo cual, se dispone de los cauces representativos establecidos legalmente. Un total de 27.197 empleados, un 70,8 por 100 de la plantilla están representados en comités de salud y seguridad conjuntos dirección-empleados, que han sido establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre esta materia.

El Modelo de Empresa Saludable, se resume en el siguiente gráfico, en el que se muestran los diferentes ámbitos de actuación.



Entorno Laboral

[G4-LA3]

De acuerdo a este modelo es preciso trabajar para mejorar el entorno laboral en su sentido más amplio para a ser una empresa promotora de salud entre los empleados.

ENTORNO LABORAL	
ESPAÑA <ul style="list-style-type: none">– 148 Evaluaciones de riesgos laborales: seguridad, higiene y ergonomía.– 4.646 horas de formación e información a los trabajadores en PRL.– 5.838 Reconocimientos médicos de empresa iniciales, periódicos y de retorno.– 7 Estudios epidemiológicos y de siniestralidad.– Asistencia a 698 empleados en situación de incapacidad temporal.	BRASIL <ul style="list-style-type: none">– Campañas de vacunación, atención a mujeres embarazadas, Chequeos de Salud periódicos (4.723 Reconocimientos médicos).– Semana Interna de Prevención de Accidentes del Trabajo (SIPAT).
COLOMBIA <ul style="list-style-type: none">– 24 evaluaciones de riesgos laborales y 1 Evaluación de riesgos psicosociales.– 188 horas de formación e información en PRL.– 4 estudios epidemiológicos y de siniestralidad.– ejercicios de simulacro de emergencias y evacuación.	ESTADOS UNIDOS <ul style="list-style-type: none">– Su Comité de Seguridad establece la política en torno a unas condiciones de trabajo seguras. El Programa ergonómico asegura que los empleados tengan todo el equipamiento necesario para realizar su trabajo en un ambiente seguro.
MÉXICO <ul style="list-style-type: none">– Se ha realizado evaluación de riesgos laborales y acciones.– Se realiza prevención de accidentes laborales y se cuenta con medidas de emergencia, primeros auxilios y planes de evacuación de los edificios.	OTROS PAÍSES <ul style="list-style-type: none">– La mayor parte de los países realiza formación en emergencias y primeros auxilios así como simulacros de evacuación.

	2014		2015	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Número de accidentes laborales*	215	214	217	250
Número total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	376.144	992.206	490.428	1.076.930
Número de horas perdidas por accidente laboral	24.380	25.264	34.543	29.106
Porcentaje de horas perdidas sobre total de horas teóricas	1,4%	3,0%	1,8%	3,2%

*Los datos de España solo consideran los accidentes que han causado baja laboral

El número de bajas por maternidad en el año 2015 ha sido de 954 y el número de bajas por paternidad 546. El 86,7 de las mujeres y el 98,5 de los hombres que disfrutan esta baja regresan al trabajo una vez concluido ese periodo.

PROMOCIÓN DE LA SALUD

El objetivo principal de las actuaciones de promoción de la salud es la prevención de las enfermedades no transmisibles, así como optimizar la atención sanitaria, establecer cauces y procedimientos de asesoramiento y apoyo médico y psicológico y desarrollar campañas globales de salud.



Participación en la VI Maratón de Málaga

PROMOCIÓN DE LA SALUD

ESPAÑA

- 3 campañas de información para la prevención de principales enfermedades no transmisibles: cáncer y cardiovasculares.
- 6 campañas sobre:
 - "Dejar de fumar con ayuda" con 62 asistentes.
 - Campaña Vacunación Gripe: 950 vacunaciones.
 - Campaña Vacunación Tétanos- difteria: 21 vacunaciones.
 - Campaña Salud Ocular: 1.454 empleados han participado en dicha campaña.
 - Campaña de Salud Osteomuscular: 638 empleados.
 - Campañas de donación de sangre ""Comparte VIDA, comparte CORAZÓN"", con un total de 641 donaciones.
- 995 asesoramientos médicos a empleados y 184 a familiares de los empleados.

COLOMBIA

- 3 campañas de información para la prevención de principales enfermedades no transmisibles: cáncer y cardiovasculares.
- Se ha celebrado la Semana de la Salud.

MÉXICO

- Campaña de prevención de principales enfermedades no transmisibles: cáncer y cardiovasculares, a través de comunicados institucionales.
- 2.299 asesoramientos médicos a los empleados.

BRASIL

- 2 Campañas de información para la prevención de principales enfermedades no transmisibles: cáncer y cardiovasculares.
- 11 reuniones de un grupo de apoyo a empleados enfermos de cáncer.
- Semana temática sobre seguridad, salud y bienestar.
- 15.192 asesoramientos psicológicos a empleado y 15.039 a familiares de los empleados.
- 13.982 reconocimientos médicos realizados más allá de lo establecido legalmente en el país.

ESTADOS UNIDOS

- Anualmente, MAPFRE USA se asocia con Dana Farber Cancer Institute para proporcionar educación sobre el cáncer de la piel y proyecciones. La furgoneta protección solar cáncer de piel cuenta con profesionales médicos que realizan exámenes de la piel, los materiales educativos y los abogados, según sea necesario.
- Campaña cáncer de mama.

OTROS PAÍSES

- La mayor parte de los países realizan campañas informativas para la prevención de principales enfermedades no transmisibles: cáncer y cardiovasculares. En octubre se realiza a nivel global la Campaña "Súmate al rosa" sobre prevención del cáncer de mama.
- En Turquía se ha divulgado entre los empleados la Guía de Salud de la espalda, que incluye información y recomendaciones.

ACTIVIDAD FÍSICA Y ALIMENTACIÓN

Son los pilares de una buena salud. Se trata de promover la realización de actividades deportivas entre los empleados, así como facilitar información acerca de una alimentación sana, apetecible y divertida. Además, se han realizado actividades concretas:

ACTIVIDAD FÍSICA Y ALIMENTACIÓN

ESPAÑA

- _ Carreras populares, Encuentros deportivos MAPFRE.
- _ Acciones en los menús o productos ofrecidos en los centros de trabajo.
- _ Promoción del ejercicio físico, gimnasio en la Sede Social y acuerdos con gimnasios.

COLOMBIA

- _ Se han realizado charlas de nutrición.
- _ Procedimiento de Pausas activas a través de un folleto donde se explica la realización de ejercicios para prevenir los riesgos ergonómicos.

MÉXICO

- _ Se han realizado campañas de información y promoción de alimentación saludable y una campaña de información y promoción de hábitos en relación al ejercicio físico.
- _ Se ha promocionado productos sanos a precios especiales para los colaboradores y familia.

BRASIL

- _ Se realizó una Campaña atención nutricional en las oficinas Berrini, Ibirapuera, São Carlos y Cenesp.

ESTADOS UNIDOS

- _ Programa "Ready Set Go". Este programa mensualmente da información sobre hábitos de vida saludable a través de seminarios online y talleres presenciales.

OTROS PAÍSES

- _ Información nutricional a través de charlas, sesiones formativas y acciones de promoción de la alimentación saludable en la mayor parte de los países.
- _ En Nicaragua se promociona la realización de actividad física mediante el pago de la mitad del costo total de las mensualidades del gimnasio de cada empleado que ha decidido participar en el programa.
- _ En Perú, programa de gimnasia laboral.
- _ Panamá ha realizado la acción Vida saludable, que consiste en la realización de ejercicios después de horas de oficina, con el apoyo de un entrenador especializado.
- _ En Turquía se han realizado clases de yoga en la sede.

BIENESTAR MENTAL

Dado que los riesgos psicosociales y las enfermedades mentales son temas emergentes que preocupan a las empresas y a la sociedad en general, en esta esfera se trata de temas como la gestión del estrés, el aprendizaje de conductas positivas o herramientas de eficacia personal, así como temas relativos al apoyo psicológico de empleados y familiares.

BIENESTAR MENTAL

ESPAÑA

- Se cuenta con Apoyo psicológico en problemas laborales/ estrés. 600 intervenciones en casos de empleados y 102 en casos de familiares de empleados.
- A través del programa Tecuidamos se dispone de asesoramiento psicológico telefónico.
- Actividades realizadas para la Gestión del Estrés:
- Publicación de artículos en la revista EL MUNDO MAPFRE:
 - nº 87. 2015: "La felicidad. Pautas para ser feliz"
 - nº 87. 2015: "La gestión de los conflictos"
 - nº 89. 2015: "Dificultades: ¿problema u oportunidad?"

COLOMBIA

- Procedimiento de Pausas activas a través de un folleto donde se explica la realización de los ejercicios.

MÉXICO

- Apoyo psicológico en problemas laborales/ estrés mediante una línea telefónica que funciona de lunes a viernes.
- Se realizan actividades o cursos en Gestión del Estrés, a través de la línea telefónica de apoyo, Talleres sobre manejo del estrés e inteligencia emocional y manejo de conflictos.
- Taller de manejo y administración del tiempo.
- Se realizan charlas grupales con psicólogo.

BRASIL

- Se realiza atención psicológica en la empresa.
- En la semana dedicada a la seguridad, salud y bienestar, se llevaron a cabo talleres relacionados con gestión del estrés (taller de pintura y quick massage).

ESTADOS UNIDOS

- Programa de Asistencia telefónica al Empleado y sus familiares dependientes.

OTROS PAÍSES

- Malta realiza apoyo psicológico a empleados y familiares a través de la Fundación Richmond y ha celebrado sesiones sobre Conciliación de la Vida, Igualdad y mantenimiento de relaciones de trabajo saludables.
- En Perú se ha realizado un curso de Manejo del Estrés a nivel nacional y Manejo de la Autoestima.
- En Turquía se ofrece un paquete de terapia con un precio especial a los empleados a través de un proveedor de la Red de Salud.
- Venezuela dispone del Servicio psicológico llamado "En Confianza" cuyo objetivo es orientar al trabajador que lo solicite atención a sus necesidades.
- Panamá cuenta con un programa de bienestar psicológico para los empleados en caso de que lo requieran.
- En Puerto Rico existe una Línea telefónica de apoyo a disposición de los empleados.

ENTORNO PERSONAL

Son actividades relacionadas con la salud y el bienestar de los trabajadores y sus familias en su esfera personal. Se trata de temas como el cuidado de personas dependientes a cargo del empleado, la educación de los hijos, la prevención de accidentes no laborales, etc.

ENTORNO PERSONAL

ESPAÑA

- Publicación de artículos en la revista "El Mundo de MAPFRE":
 - nº 88. Los peligros de una automedicación irresponsable.
 - nº 89. Reducir las horas de sueño: una opción que no debemos de contemplar.

BRASIL

- Acciones relacionadas con el apoyo al entorno familiar, mujeres embarazadas, prevención de accidentes domésticos.
- Programa de Educación Financiera para empleados.

COLOMBIA

- Exámenes especializados a las mujeres en la Semana de la Salud.

ESTADOS UNIDOS

- A través de su programa de asistencia empleados (EAP) proporcionan a los empleados y sus familiares materiales educativos y asesoramiento profesional. Esto incluye a niños, adolescentes, ancianos y la adicción a la lucha contra las adicciones.
- Información a las madres sobre crianza de los hijos, la salud y la atención prenatal a embarazadas.

OTROS PAÍSES

- El Salvador realiza apoyo a las mujeres en su período de embarazo.
- La mayor parte de los países realizan acciones de apoyo a la Mujer y la maternidad, igualdad de condiciones en el trabajo y promoción de su salud.
- En Malta, a través de Fundación Richmond se realizan programas de protección a la maternidad, y los empleados jubilados conservan los beneficios de tener la cobertura de salud hasta los 75 años.
- En Nicaragua existen medidas especiales de tiempo de trabajo en apoyo a necesidades concretas del entorno familiar y apoyo económico en caso de fallecimiento de un familiar.
- En Turquía, bajo la estructura de los clubes sociales, se promocionan actividades como Fotografía, Música, Lectura, Buceo, Cultura, Arte y Turismo.

MÉXICO

- Taller de adicciones. Campaña de vacunación, Campaña de vacunación contra el Virus de VPH.

1ª SEMANA MAPFRE: OBJETIVO SALUD

En la semana del 28 de septiembre al 3 de octubre, se celebró la Semana MAPFRE: Objetivo Salud, un evento que se celebraba por primera vez y en el que participaron más de 1.500 empleados y familiares.

Los objetivos conseguidos con esta iniciativa fueron:

- Desarrollar el modelo de empresa saludable.
- Promover campañas de Fundación MAPFRE.
- Aprovechar sinergias con otras áreas (Salud4, teCuidamos).
- Potenciar los mensajes sobre salud con contenidos relativos a la salud y bienestar durante una semana.

Además de información sobre salud en la intranet, en esa semana se llevaron a cabo en las instalaciones de Majadahonda (Madrid, España) más de 50 actividades, que tenían como objetivo promover la salud entre los empleados y que se realizaron con la colaboración de Salud 4, Fundación MAPFRE y teCuidamos.

La semana culminó con una jornada de puertas abiertas para todos los empleados de MAPFRE en Madrid, en la que el voluntariado corporativo tuvo una importante presencia, con una asistencia de 1.000 personas.

Talleres y master class de cocina saludable y divertida, charlas sobre primeros auxilios y emergencias, clases de taichí y zumba o sesiones de mejora de la salud física y mental son algunas de las actividades más valoradas por los empleados.

Esta iniciativa se celebró como prueba piloto, para, una vez estudiada su repercusión, valorar en próximos ejercicios la celebración de un evento similar de carácter global.



En la Semana MAPFRE: Objetivo Salud se llevaron a cabo actividades deportivas con los empleados

A continuación aparecen las actividades realizadas y el nº de asistentes:

SEMANA MAPFRE OBJETIVO SALUD 2015	INSCRIPCIONES
Autocar Mujeres por el corazón	84
Campaña Donación de Sangre	87
Charlas informativas controla TIC	48
Clase de Taichi	52
Clase de zumba	88
Jornada "Embarazo y conducción, y Sistemas de Retención Infantil"	10
Jornada: habilidades en el cuidado de las personas mayores dependientes	28
Jornada: Vigilemos nuestra salud. Cuidados de salud en las personas mayores de 35 años	27
Master Class "Cocina saludable y divertida"	175
Mujeres por el corazón	58
Salud 4. ODONTOLOGIA	62
Salud 4. DERMATOLOGIA	39
Salud 4. ESTUDIO DE LA PISADA	140
Salud 4. FISIOTERAPIA Y OSTEOPATIA	137
Salud 4. OFTALMOLOGIA	69
Sesión de mejora de la salud física y mental a través de la Coherencia Cardíaca	79
Sesión informativa "Cuidar a nuestros mayores empieza por cuidarnos a nosotros mismos"	22
Sesión para la dirección de RRHH Elsa Punset	23
Taller de alimentación: "Desde el supermercado a la cocina. Elige Salud"	103
Taller de prevención de accidentes en el hogar. Incendios y otros riesgos	20
Taller de primeros auxilios y emergencias	85
Taller de relajación	65
Taller: Conoce tu puesto de trabajo	21

4.1.6. Clima organizacional y reputación interna

Durante el año 2015 se han realizado encuestas de satisfacción, compromiso y reputación en algunos de los principales países donde MAPFRE está presente. Great Place To Work (GPTW) es una encuesta para la medición de la satisfacción y compromiso de los empleados, que en el año 2015 se ha realizado en 13 países y en la que han participado un total de 9.786 empleados. MAPFRE se ha posicionado dentro de los rankings de Best Workplace en Brasil, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú y República Dominicana; además de en América Latina, América Central y Caribe.

Para la gestión de la reputación interna también se tienen en cuenta otros monitores como MERCO (Monitor Empresarial

de Reputación Corporativa). En el ranking que realiza Merco Talento sobre las 100 empresas que mejor atraen y retienen el talento personal en España, MAPFRE se sitúa en la posición número 13, subiendo cuatro posiciones respecto al año anterior. Además, MAPFRE también ha sido reconocida entre las 100 mejores empresas para trabajar en el monitor Merco Talento en Colombia, Argentina y Perú.

4.1.7. Comunicación interna

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

Los principales canales de comunicación con los empleados son la intranet y las revistas (El Mundo de MAPFRE, revista

global para todos los empleados en el mundo, y las revistas internas editadas en los diferentes países en los que el Grupo está presente). En 2015 se ha avanzado en el desarrollo de una nueva intranet global, que se pondrá en marcha a lo largo de 2016, y que se convertirá en el principal canal de comunicación interna del grupo a nivel mundial.

Además, para conseguir una bidireccionalidad en la comunicación, existen a disposición de los empleados diferentes recursos y herramientas, como buzones, encuestas, blogs y foros, que permiten a los trabajadores transmitir sus comentarios y sugerencias y a la empresa responderles. Durante el año 2015 se han realizado encuestas para conocer la importancia que los empleados dan a los temas que son relevantes para MAPFRE en materia de Responsabilidad Social y sobre innovación. Por otro lado, se ha puesto en marcha la posibilidad de valorar los artículos en la edición digital de la revista corporativa EL Mundo de MAPFRE, con el fin de que los empleados opinen acerca de los artículos que más les interesan.

Asimismo, se ha elaborado y aprobado el modelo de comunicación interna de MAPFRE, un documento que constituye el marco corporativo para el desarrollo de esta función en el Grupo. Se han realizado también importantes avances en la comunicación de la estrategia a los empleados del Grupo.

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

4.1.8. Representación legal de los trabajadores

[G4-11; LA4; HR4]

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

legales de los trabajadores en España, Argentina, Perú, Malta, México, Uruguay y Venezuela. La relación con estos órganos, se coordina y gestiona a través de las Direcciones de Recursos Humanos, en función de los requerimientos legales y/o formales y se adapta a los usos y costumbres locales.

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

Por otra parte, la empresa facilita a los representantes la comunicación y el diálogo con los empleados, a través de cuentas de correo electrónico específicas o espacios en la intranet, y medios para reuniones o asambleas. En España, además, los representantes cuentan con horas sindicales (108.195 en 2015) y subvenciones para el desarrollo de sus actividades (81.398 euros en 2015).

En MAPFRE hay 21.180 empleados cubiertos por convenios colectivos en 25 países, lo que significa que el 55 por 100 de plantilla está representada.

4.1.9. Voluntariado corporativo



El voluntariado se consolida como uno de los programas corporativos con mayor repercusión en la sociedad. MAPFRE cuenta con un Programa Corporativo de Voluntariado que establece las líneas básicas para el desarrollo de los planes locales de los países.

Las actividades de voluntariado permiten canalizar el espíritu solidario de los empleados y contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas.

En 2015, 4.120 empleados y familiares voluntarios de MAPFRE en todo el mundo participaron en 765 actividades de voluntariado de carácter social y medioambiental.

Los empleados también participaron en formación e-learning sobre diferentes temas relacionados con la actividad solidaria.

El programa se lleva a cabo a través de Fundación MAPFRE, que actúa como entidad colaboradora, diseña, organiza y desarrolla en 21 países de América, Asia y Europa.

En el apartado MAPFRE y la Sociedad de este informe, se detallan las principales actuaciones de voluntariado corporativo llevadas a cabo durante 2015.

A continuación se reseñan las principales actuaciones de voluntariado llevadas a cabo en los diferentes países, con sus impactos: revisar y completar con información del Grupo.

GUÍA DE CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES PROPIAS Y EXTERNAS 2015			
LÍNEA DE ACTUACIÓN	CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES	IMPACTO BENEFICIARIOS	NÚMERO DE ACTIVIDADES
NUTRICIÓN	"Alimentos con Corazón" (Actividades en huertos, Becas comedor, Colectas de alimentos, Colectas de dinero, comedores Sociales, entrega de bolsas de comida, meriendas, Nutrición Comunitaria...)	25.131	93
SALUD	Apoyo Psicosocial (Compartiendo ilusión, Dibujando Sonrisas, Decoración Hospitalaria, Visitas en centros de mayores, Visitas a Hospitales, charlas de prevención contra el maltrato de género...) Soy Donante (Colectas de dinero, donación de Sangre, Órganos, cabello, médula)	341.537	109
EDUCACIÓN	"El corazón de Mapi" Pequeños solidarios "Hazlo Útil" (Adecuación de instalaciones de escuelas, bibliotecas, becas estudio, colecta de material escolar, ropa, calzado, refuerzo escolar...)	18.235	66
AYUDA EN EMERGENCIAS	"Allí donde estés puedes ayudar" (Actividades ante una catástrofe, apoyo logístico, colecta de dinero, colectas de material de primera necesidad...)	1.348	11
MEDIO AMBIENTE	Recicla de Corazón (Recicla de Pilas, de móviles) "Comprometidos con el Medio Ambiente" (Actividades de sensibilización con el medio ambiente, charlas, limpieza de playas, lagunas, Talleres con animales o especies protegidas...)	18.200	28
ACTUACIONES TRASVERSALES	Comercio Solidario (Mercadillo Solidario, rastrillos, bazares, trueques...) Mes Solidario FUNDACIÓN MAPFRE (Todas las actividades que se hacen en Noviembre Solidario) "Un juguete, Una Alegría" (Celebraciones infantiles, Colectas de artículos de bebé, bombones, chocolates, dulces, Juguetes, Fiestas de Navidad, Entrega de juguetes, Fiestas de Reyes...) Campañas Solidarias (Colecta de artículos de higiene y aseo, gafas, material de oficina, ropa, calzado...) Actividades transversales con otras áreas fundacionales o con campañas de negocio o empresa (Apoyo logístico, participando en las actividades con actividades de voluntariado) Cooperación Solidaria (Canalizar donaciones que hacen personas relacionadas con MAPFRE y Canalizar excedentes de material o material descatalogados de MAPFRE) Mantenimiento de Instalaciones (Compra de mobiliario, enseres, similares, construcción de viviendas, construcción de zonas lúdicas, limpieza, pintura, arreglo de fachadas de instalaciones) Campañas de Fidelización (encuentro de voluntarios y similares...) Voluntariado Profesional Otras Actividades (Viaje Solidario, Concurso Proyectos solidarios, Carreras solidarias...) Micro donaciones (presenciales y online) Formación a Voluntarios (curso online de Voluntariado, charlas, actividades de sensibilización...)	136.957	403

4.2. MAPFRE Y SUS CLIENTES

[G4-8]

MAPFRE no solo trabaja de forma permanente para sus clientes sino que también se esfuerza en responder a las principales expectativas que éstos tienen. En este capítulo se da respuesta de manera específica a los temas materiales y relevantes relacionados con los clientes que han sido identificados mediante el estudio corporativo de materialidad.

La excelencia en los productos y el servicio es la principal premisa para ganar y mantener la confianza de los clientes. Además, la experiencia del cliente constituye la principal herramienta que utiliza la compañía para medir la calidad que los asegurados perciben respecto a los servicios prestados.

La excelencia también tiene muy en cuenta los cambios en el entorno económico, social y tecnológico; la aparición de nuevos comportamientos de compra en los consumidores; y el aumento del protagonismo de Internet.

En la adaptación permanente a los anteriores elementos, son claves la innovación en productos y servicios; la satisfacción del cliente; y la profesionalización de la red comercial y su omnicanalidad.

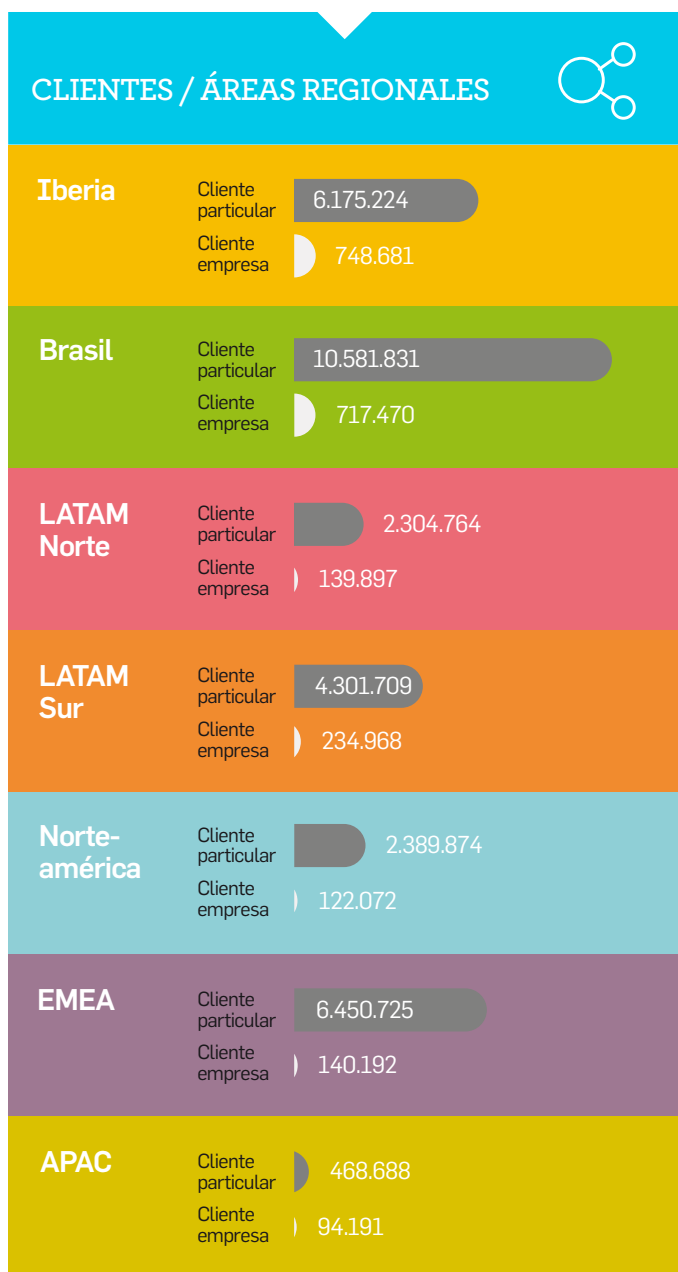


MAPFRE, que cuenta con más de 34 millones de clientes, es líder en varios de los mercados en los que opera y la cuota de mercado del Grupo en los principales países en los que desarrolla su actividad es la siguiente:

	CUOTA DE MERCADO DE MAPFRE	CUOTA DE MERCADO DE NO-VIDA	CUOTA DE MERCADO DE VIDA	POSICIÓN DE MAPFRE EN EL RANKING GLOBAL DEL PAÍS
	%	%	%	Unidades
Argentina	2	3	2	15
Brasil	8	12	5	4
Colombia	6	8	4	4
Chile	6	11	0,3	4
Ecuador	4	2	1	10
EE.UU	0,4	0,4	n/a	39
El Salvador	9,1	13	9,9	4
España	12	15	11	1
Filipinas	4	4	n/a	11
Guatemala	8	8	5	4
Honduras	19	17	23	2
Malta	9	23	1	1
México	7	11	3	4
Nicaragua	9	10	4	5
Panamá	15	15	14	3
Paraguay	19	87	13	1
Perú	13	17	8	3
Portugal	1	3	1	15
Puerto Rico	4	4	1	9
República Dominicana	16	15	18	3
Uruguay	16	12	26	2
Venezuela	6	6	6	5
Turquía	7	8	0,4	4

Uno de los principales objetivos de MAPFRE además de incrementar el número de clientes es aumentar su vinculación con el Grupo. Para ello en 2015 se ha profundizado en la segmentación de clientes, un proyecto iniciado en 2014, para orientar las operaciones y los procesos a los principales tipos de clientes; tanto a personas físicas como jurídicas, incluyendo en este último grupo a pequeñas y medianas empresas y a grandes grupos industriales o financieros.

La siguiente tabla muestra el número de clientes por las diferentes áreas regionales del Grupo:



Los datos correspondientes a GLOBAL RISKS y MAPRE ASISTENCIA se encuentran agregados a las Áreas Regionales que corresponde.

Para dar respuesta a las necesidades de los clientes y garantizar el mejor servicio posible, el Grupo cuenta con:

- Centros propios (1.251) de peritación y pago rápido de siniestros de automóviles, con profesionales formados en las

técnicas más avanzadas, y 5 talleres propios (3 en España, 1 en Puerto Rico, y 1 en Venezuela) para la reparación de los vehículos siniestrados.

- Centros de servicio al automóvil (19 en España, 7 en Turquía, 1 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 (12 en España, 2 en Perú, 3 en Colombia, 1 en El Salvador, 1 en Puerto Rico y 2 en Honduras) para realizar revisiones gratuitas de los vehículos y fomentar así la seguridad.

- Talleres (27.851) con los que existen 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 (3) en Perú y (1) en Guatemala para prestar asistencia sanitaria y especialidades médicas.

- Clínicas (2.605) concertadas en las que la entidad presta asistencia a sus asegurados.

- Clínicas dentales (7 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, (2) en Portugal, (2) en Guatemala, y (1) en Perú.

- Centros de gestión de negocio de empresas (30), en los que se atienden a las compañías de forma integral.

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

El pago de prestaciones, que es la indemnización que las aseguradoras abonar cuando ocurre un siniestro, juega un papel relevante en la formación de rentas de ciudadanos y empresas.

En 2015 las entidades aseguradoras de MAPFRE han pagado a sus clientes prestaciones por importe de 11.230,9 millones de euros con un incremento del 3 por 100 respecto a 2014.

En la siguiente tabla se muestra el detalle de las principales áreas territoriales:

ÁREAS	PRESTACIONES		
	2015	2014*	VARIACIÓN (%)
ÁREA TERRITORIAL IBERIA	5.734,0	5.659,3	1,32
ÁREA TERRITORIAL LATAM	2.974,7	3.588,9	(17,11)
ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL	2.522,2	1.652,1	52,66

Millones de euros
*2014 reexpresado por Catalunya Caixa



Innovación

[G4-2, 4; FS5, FS6]

La orientación al cliente es uno de los ejes principales del Plan Estratégico de MAPFRE, en el que se ha identificado la innovación como una de las herramientas que ayuda a ofrecer soluciones aseguradoras enfocadas a las necesidades del cliente, centro de toda la actividad empresarial del Grupo. La innovación en productos y servicios orientados al cliente se convierte así en una pieza fundamental para que MAPFRE alcance sus objetivos a corto, medio y largo plazo, y consolide su posicionamiento como "aseguradora global de confianza".

En este sentido, se puso en marcha el modelo de innovación de MAPFRE, diseñado para fomentar la cultura de innovación en toda la organización y dar respuesta a los retos de negocio. Para ello se constituyó un Comité Corporativo de Innovación y se creó la Dirección Corporativa de Innovación.



El modelo de innovación de MAPFRE está al servicio de la estrategia, tanto global como localmente, y se convierte en uno de los instrumentos clave para lograr la diferenciación y ayudar a alcanzar los objetivos. La innovación está orientada hacia las prioridades estratégicas y hacia la evolución de propuestas de valor para los clientes.

Así, en 2015 se ha consolidado la implantación de este modelo de innovación, incorporando trece Oficinas de Innovación y Desarrollo en las Áreas Regionales y en las Unidades de Negocio del Grupo. Estas Oficinas fomentan la cultura de innovación, proporcionan un método de trabajo y contribuyen a alinear la organización en torno a la innovación.





El modelo se ha completado en 2015 con la red de Innoagentes, conformada por empleados que actúan como embajadores de innovación, incentivando la transformación cultural de la empresa hacia la innovación. Este impulso se completa con la aportación y la creatividad de todas las personas que trabajan en la compañía.




Nuevos productos y servicios

A continuación se incorporan los productos más novedosos lanzados en todos los mercados en 2015:

PAÍS	RAMO	MODALIDAD DE PRODUCTO/ SERVICIO
ÁREA TERRITORIAL IBERIA		
 España	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> – Tú Eliges: seguro modular con el que el cliente podrá seleccionar las coberturas que necesita a un precio más ajustado.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> – Producto de ahorro de primas periódicas, con capital diferido a la jubilación. – FondMapfre Renta Medio, FondMapfre Renta Corto. FondMapfre Elección Moderada (FEM). – FondMapfre Elección Decidida (FED). – FondMapfre Elección Prudente (FEP). – Seguro Confianza Dólar. – Seguro Multifondos elección. Seguro Triple XXX. – Seguro SIALP, que garantiza beneficios.
ÁREA TERRITORIAL LATAM		
 Argentina	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> – Póliza Activa: seguro contra terceros completo y a medida de cada asegurado. – Póliza Agromáquina: un seguro diseñado para resguardar la maquinaria de trabajo agrario y las responsabilidades derivadas de los posibles daños a terceros que su uso pudiera ocasionar.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> – Eterno Individual: un seguro de sepelio que cuenta entre otros con los siguientes servicios: traslado desde el lugar del fallecimiento, velatorio, servicio de cafetería, asistencia médica, certificado de defunción.
	Patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> – Transporte Seguro Granos: una cobertura para el sector agropecuario, dirigida a proteger la mercancía ante cualquier imprevisto que surja durante el trayecto.

PAÍS	RAMO	MODALIDAD DE PRODUCTO/ SERVICIO
● Brasil	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> – Pequeñas flotas: un producto destinado a flotas con hasta 15 elementos. – Servicios de inspección de siniestros on line: Página Web Interactiva en que el asegurado puede, por ejemplo, disfrutar de los servicios de inspección de siniestro <i>on line</i> y enviar las fotos de su siniestro agilizando su indemnización.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> – MAPFRE Selección de Fondos de Inversión de Renta Fija de Crédito Privado: Se trata de un producto especialmente desarrollado para atraer fondos de los inversores cualificados.
● Chile	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> – Plan Esencial: incluye RC combinada, pasajeros, defensa penal y asistencia en ruta. – Plan Medium: incluye, además de las coberturas anteriores, pérdida total por daños, robo, hurto o uso no autorizado; y daños a cristales y chapas. – Plan Plus: además de los anteriores, incluye daños parciales al vehículo propio, daños a terceros por la propia carga, robo de accesorios, auto de reemplazo, tramitación de revisión técnica y chófer responsable.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> – Vida Total: seguro temporal de vida anual, con una protección integral y coste económico.
	Salud	<ul style="list-style-type: none"> – Seguro complementario de salud: complementa la cobertura del sistema de salud previsional (Isapre/Fonasa), reembolsando un porcentaje del valor (copago) no cubierto por éste.
● EE.UU.	Hogar	<ul style="list-style-type: none"> – Cobertura completa: una póliza que protege la propiedad y cuyas coberturas se extienden también al propietario. – Premier Living Coverage: garantiza coberturas y coste de reemplazo. – Restorationist Guaranteed: garantiza la restauración, sin límites.
	Patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> – Cobertura de yates: un seguro para los propietarios de embarcaciones de recreo. La embarcación debe cumplir con la normativa y sus principales operadores deben contar con la cualificación correspondiente.
● El Salvador	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> – Plan Auto Seguro Centenario: una réplica del Plan Auto Seguro implementada para el Centenario de La Centroamericana, incluyendo dos nuevas cláusulas: 100 horas de servicio de asistencia en el hogar y 100 días de vehículos de sustitución en caso de siniestro.

PAÍS	RAMO	MODALIDAD DE PRODUCTO/ SERVICIO
 Nicaragua	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> – MAPFRE el Veterano: asegura riesgos a valor real para vehículos con una antigüedad mayor de 7 años.
 Paraguay	Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> – Servicio App Mobile: a través de este aplicativo los asegurados pueden gestionar sus siniestros y solicitar asistencia en autos, hogar y otros productos. – Servicio de App a cliente distribuidor: a través de esta aplicación los agentes de seguros pueden enviar sus inspecciones de riesgos (con fotografías incluidas) en auto, hogar y multirriesgo. – Servicio de cotizador web-MAPFRE en línea: a través de este cotizador, los distribuidores pueden imprimir sus certificados de coberturas y la Carta Verde. – Básica Internacional: producto dirigido a un segmento del mercado que no contrata o no puede acceder a coberturas premium y que circula esporádicamente en rutas de países limítrofes. – Avisos de renovación web: disponibilidad anticipada de la cartera a renovar de cada canal comercial y por cada agente, en un contexto web (MEL). Afecta a todos los ramos.
	Hogar	<ul style="list-style-type: none"> – Producto de hogar combinado: cuenta con coberturas ampliadas y adecuadas a cada cliente. Incluye incendio, robo, RC, equipos, cristales y granizo.
	Patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> – Tarjeta Blindada: producto dirigido a la cartera de tarjetas de instituciones bancarias o financieras. Comprende protección de compras + extensión de garantía de electrodomésticos + atraco.
	Vida	<ul style="list-style-type: none"> – Vida Individual: producto renovable y con cobertura de hasta un año. Incluye muerte, invalidez y accidentes, además de gastos por sepelio, gastos médicos por accidente, anticipo por enfermedad terminal y trasplante de órganos.
 Perú	Patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> – MAPFRE Empresas: seguro orientado a proteger al asegurado, su negocio y sus clientes ante cualquier tipo de incidente. Se dirige a comercios, servicios e industrias.
 Puerto Rico	Patrimoniales	<ul style="list-style-type: none"> – Segurviaje Premium: ofrece coberturas adicionales al actual producto, como la cancelación e interrupción del viaje en caso de hospitalización o muerte de un familiar cercano.

PAÍS	RAMO	MODALIDAD DE PRODUCTO/ SERVICIO
 República Dominicana	Automóviles	– Trébol Mujer: producto especial para la mujer con asistencia en automóvil, hogar, fitness, medicina y pediatría e informática; y cobertura en cáncer, cirugía facial por accidente de tráfico, reposición de documentos por robo, protección vial, garantía mecánica y RC.
	Salud	– Seguro de viaje que cubre los eventos o emergencias médicas no previstas fuera del país de residencia.
ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL		
 Filipinas	Vida	– Kakampi MO: seguro de accidentes comercializado a través de una plataforma de telefonía móvil.
 Turquía	Automóviles	– Auto Plaza: un seguro que cubre los vehículos en exposición, además de riesgos adicionales como el transporte y las pruebas.
		– Fuel-Oil Package Policy: un seguro que cubre los riesgos de la actividad comercial en una gasolinera.
	Patrimoniales	– Hotel Package: una póliza que cubre los riesgos de las actividades comerciales en los hoteles. Los clientes y sus pertenencias también están cubiertos.




Productos y servicios de alto contenido social

[G4-4; FS1, FS3, FS7, FS13- FS15]

MAPFRE desarrolla año tras año productos dirigidos específicamente a colectivos de bajo nivel de renta, sobre todo en países de América Latina, con el objetivo de generar valor a la sociedad favoreciendo el acceso de la población con menos recursos a productos aseguradores.

Se trata de productos con coberturas básicas (cosechas, decesos u hogar, etc.), adaptadas a las necesidades concretas de cada país, y con primas reducidas; se distribuyen, sobre todo, a través de canales no convencionales; y contribuyen a prevenir y cubrir los riesgos personales de estos colectivos y fomentan la cultura aseguradora.

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

PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	PORC. SOBRE TOTAL PRIMAS	PORC. SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE ASEGURADOS
ÁREA TERRITORIAL IBERIA					
 España	Vida	– Decesos Esencial: Basado en una tarifa natural adaptada a los clientes que quieren conservar su seguro de decesos pero atraviesan dificultades económicas.	2,8	2,8	272.370
ÁREA TERRITORIAL LATAM					
 Brasil	Vida	– BB Microseguro de protección personal: Condiciones accesibles con ventajas y beneficios, tales como la cobertura por muerte accidental.	0,085%	0,26%	6.348
		– BB Seguro Vida Agricultura e Familiar.	0,567	3,59	523.278
		– Pró-Trabalho: Destinado al segmento de convenios colectivos, con coberturas diferentes y exclusivas que tratan de atender a una población con bajo poder adquisitivo.	0,037%	0,11%	72.939
		– Seguro Prestamista Rural: seguro de vida por crédito rural.	0,004	0,08	3.964
		– Seguro Amparo Familiar: Como cobertura principal, el asegurado puede elegir la ayuda funeral.	0,005	0,01	1.759
		– Fondo Inversión MAPFRE Multimercado: fondo de Inversión con la entrada inicial de R200,00.	-	-	483.532
 México	Automóviles	– Seguro Básico Estandarizado para Autos de MAPFRE: está diseñado especialmente para que cualquier automóvil cuente con la protección mínima necesaria, que cubre los daños ocasionados a terceros en sus bienes o personas, sin importar quien lo maneje en caso de accidente.	-	-	97

PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	PORC. SOBRE TOTAL PRIMAS	PORC. SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE ASEGURADOS
● Puerto Rico	Automóviles	– Auto Plus cubre la RC, muerte y asistencia en carretera por 36 dólares anuales. Y la Póliza Trébol provee cubierta para grandes daños únicamente por colisión desde un coste inferior a 200 dólares anuales.	0,03	0,1	487
	Automóviles	– Un producto que da asistencia inmediata en carretera al asegurado, por sólo 45 dólares anuales por el primer vehículo y 25 por los siguientes.	0,02	0,1	12.035
● Rep. Dominicana	Patrimoniales	– Programa de Asistencia para emprendedores y PYMES clientes de Tarjeta de Crédito del Banco BHD Leon: Conjunto de servicios o asistencias al negocio del asegurado. Dentro de los servicios se encuentran Plomería, electricidad, cerrajería, asistencia legal.	0,01	0,06	1196
	Salud	– Cobertura de Cáncer Masculino para clientes de Tarjeta de Crédito del Banco BHD Leon. Cobertura que garantiza la entrega al asegurado del capital contratado, en caso de que le sea diagnosticado por primera vez un cáncer de próstata.	0,03	0,1	701
		– Asistencias que se conceden al asegurado por poseer la Tarjeta de Crédito Mujer del Banco BHD León. Dentro de los servicios, se encuentran asistencia en el hogar, en circulación y legal, emergencias médicas en viajes nacionales e internacionales y asistente personal.	0,17	0,8	29.184

PAÍS	RAMO	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	PORC. SOBRE TOTAL PRIMAS	PORC. SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE ASEGURADOS
 Rep. Dominicana	Vida	– Cobertura de Seguro Educativo por fallecimiento del padre del alumno: Con motivo del fallecimiento o la invalidez total y permanente del asegurado, la compañía pagara la suma asegurada convenida al centro educativo que certifique la matriculación de los hijos del asegurado.	0,13	0,2	9.619
ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL					
 Filipinas	Vida	– <i>Kakampi Insurance</i> : seguro renovable con cobertura de muerte natural y accidental. Está diseñado para un segmento poblacional de bajos ingresos y, entre sus coberturas, incluye el servicio de asistencia funeraria.	0,01	0	395

Productos y servicios medioambientales

[G4-4; EC2; EN12, EN27; FS1, FS3, FS8]

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

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

– **Gestión del Riesgo Ambiental**, que incluye coberturas de daños, Responsabilidad Civil y Responsabilidad Medioambiental; servicios para la identificación, análisis, evaluación y control de riesgos; y revisión y seguimiento de la evolución de los riesgos y de sus medidas correctoras.

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

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

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

Producto / Servicio		2015
Coberturas de riesgos ambientales	nº de pólizas	26.481
Seguros para proyectos sostenibles	Primas netas (€)	51.641.906
Servicios medioambientales y de ahorro energético	Facturación (€)	542.834

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

PAÍS	TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO	PORC. SOBRE TOTAL PRIMAS	PORC. SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE ASEGURADOS
ÁREA TERRITORIAL IBERIA				
● España	– Póliza ecológica: Primer seguro de pago por uso para vehículos eléctrico, híbridos y ecológicos.	0,09	0,33	18.338
	– Seguro de Daños y Responsabilidad Civil: Producto destinado a centrales solares, fotovoltaicas, parques eólicos y plantas de cogeneración.	0,05	0,5	1.394
	– Cobertura de Responsabilidad Medioambiental en pólizas de Responsabilidad Civil General: coberturas que amparan la responsabilidad del asegurado por los daños causados por la contaminación medioambiental.	0,03	0,26	1.084
● Portugal	– Responsabilidad ambiental: cubre el coste de reparación por accidente o amenaza inminente, el daño a las especies y los hábitats silvestres, daños al agua, daños en el suelo.	0,18	4,53	271

PAÍS		PORC. SOBRE TOTAL PRIMAS	PORC. SOBRE TOTAL RAMO	Nº DE ASEGURADOS
ÁREA TERRITORIAL LATAM				
● Brasil	– Responsabilidad Civil medioambiental: Este seguro se contrata a un riesgo absoluto, es decir, la compañía de seguros garantiza el pago de daños y perjuicios al valor del límite máximo de indemnización afirma en la póliza de seguro. Este seguro consiste en una cobertura básica, el reclutamiento obligatorio, y la cobertura adicional, alquiler opcional.	0,044	0,41	477
	– Retirada de Destrozos: Póliza para embarcaciones de recreo y de aviación general que ofrece al asegurado indemnización para recuperar los bienes siniestrados y minimizar el daño al medio ambiente.	4,033	38,16	2.093
	– Riesgos de petróleo: Cubre directa o indirectamente riesgos relacionados con las actividades de prospección, perforación y/o producción de petróleo o gas.	0,355	3,36	8
● México	– Gasolinera segura: seguro que incluye cobertura de Responsabilidad Civil por contaminación.	0,18	ND	2.038
ÁREA TERRITORIAL INTERNACIONAL				
● Puerto Rico	– MCS-90: Póliza de transportes que proporciona cobertura para la reparación de daños por contaminación derivada de fugas de productos peligrosos.	0,06	0,61	82
NEGOCIOS GLOBALES				
GLOBAL RISKS	<p>– 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).</p> <p>Este productos se comercializan por MAPFRE GLOBAL RISKS, MAPFRE RE y MAPFRE ASISTENCIA</p>	3,01	23,8	69

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	2015
Pólizas responsabilidad civil medioambiental suscritas	nº	6.053
Instalaciones de energía eólica aseguradas	MW	34.028
Aerogeneradores asegurados	nº	20.530
Explotaciones forestales sostenibles	ha	18.842
Pólizas Ecológicas Autos	nº	18.338

En conjunto, en 2015 se han emitido más de 26.400 pólizas con coberturas relacionadas con aspectos medioambientales, que suponen un volumen de primas superior a 51 millones de euros, lo que representa un 0.23 % del volumen total de primas del Grupo.

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

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

CESVIMAP, a través de CESVI RECAMBIOS lleva a cabo la gestión de los vehículos fuera de uso. En 2015 en España y Colombia se han tratado 3.247 vehículos fuera de uso, de los que se ha recuperado, para reutilización, un total de 105.620 piezas y componentes.

RECUPERACIÓN DE PIEZAS DE VEHÍCULOS			
	Unidad	2015	2014
Vehículos fuera de uso (VFU) tratados	ud	3.247	3.086
Piezas de VFU recuperadas	ud	105.620	73.282

Los servicios ambientales que proporciona MULTIMAP se dirigen principalmente al ahorro y eficiencia energética. Esta empresa instala puntos de recarga para vehículos eléctricos que pueden instalarse en garajes de viviendas unifamiliares o

en plazas de parking de la comunidad de vecinos y proporciona servicios integrales de eficiencia y ahorro energético en la edificación e instalaciones. Igualmente, realiza actuaciones de ahorro energético mediante la instalación de tecnología LED, puntos de recarga para vehículos eléctricos y optimización de envolventes de edificios por renovación de carpintería exterior. Ello ha supuesto un volumen de negocio de 542.834 € en servicios ambientales.

Canales de comunicación con el cliente

[G4-FS5]

MAPFRE apuesta por el desarrollo de la omnicanalidad para permitir al cliente elegir en cada momento la vía de relación con la compañía.

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

La RED propia de distribución del Grupo, integrada por 5.848 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.073 estaban en España y 2.331 en América Latina y 444 en Internacional, que facilitan una atención personal y directa a través de 80.330 delegados, agentes y corredores (14.973 en España, 12.300 en México, alrededor de 7.200 en Estados Unidos y más de 23.000 en Brasil). En 2015 se ha avanzado en el fortalecimiento de la red comercial y su alto grado de madurez y mayor nivel de especialización mejora la capacidad de asesoramiento al cliente, sobre todo en los productos más complejos.

Oficinas bancarias (8.932, de las que 3.330 están ubicadas en España, 5.424 en Brasil y 178 en República Dominicana) de entidades con las que el Grupo tiene acuerdos para la comercialización de sus productos. Durante 2015 se ha continuado potenciando la distribución a través de las oficinas bancarias, dentro del marco establecido en los acuerdos con los socios.

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

Portal MAPFRE y Oficina MAPFRE Internet: a través de las 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.

En 2015 se han puesto en marcha diferentes iniciativas para desarrollar la venta online en todo el mundo. Además, de VERTI (que reafirma su liderazgo en España el canal on-line y es una vía de acceso al Grupo para diferentes perfiles de clientes) es importante destacar la apuesta internacional, que se ha reforzado con la integración de DIRECT LINE Italia y Alemania, una operación clave en la estrategia de distribución digital.



MAPFRE y sus clientes. Sede DIRECT LINE Alemania

Los Contact Centers proporcionan atención permanente durante las veinticuatro horas de todos los días del año; y permiten a los clientes realizar consultas y gestiones relacionadas con sus pólizas y/o servicios que tienen contratados. En 2015 los Contact Centers MAPFRE han gestionado más de 100 millones de contactos y 30 millones de transacciones en todo el mundo.

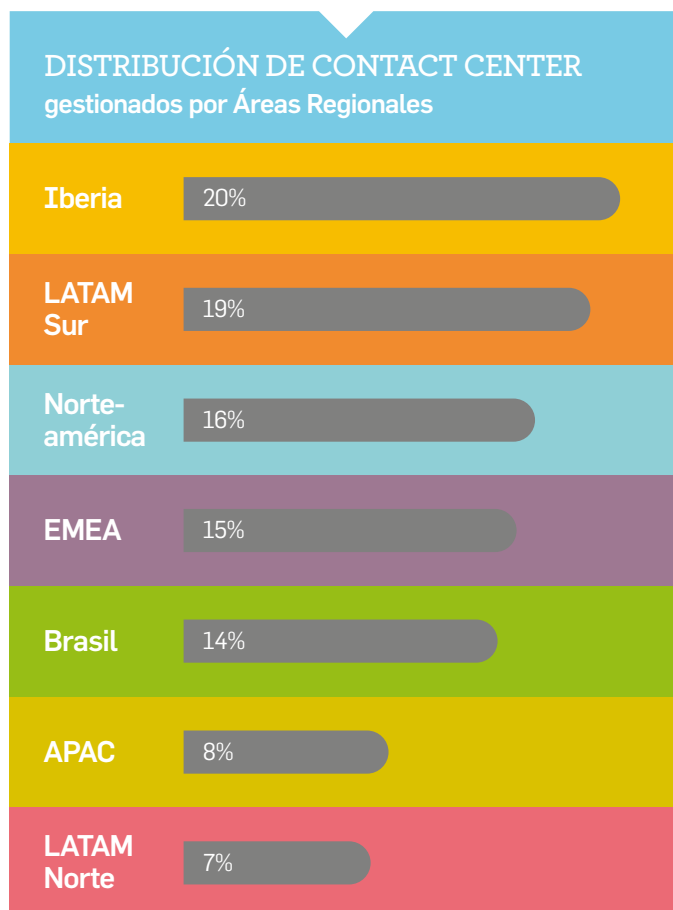
MAPFRE cuenta con 61 Contact Centers, y con un total de 5.933 posiciones. El 50 por 100 de los Contact Centers están en las Áreas Regionales de EMEA y de Latam Sur y el 72 por 100 de éstos son de MAPFRE ASISTENCIA. En los 61 Contact Centers trabajan 7.436 agentes Full Time Equivalent (FTE) principalmente en las Áreas Regionales de Brasil, Latam Sur y Norteamérica.

Trimestralmente se realiza un informe sobre la operativa de los Contact Centers analizando, entre otros indicadores estratégicos el número de contactos realizados, los diferentes canales de comunicación con el cliente, el porcentaje de agentes propios que desarrollan su actividad en estos centros o los tiempos de espera.

A cierre de 2015 se observan los siguientes parámetros:

- Los volúmenes de actividad muestran una leve disminución de transacciones y un aumento de contactos respecto al año anterior.
- El 96 por 100 de los contactos procede de llamadas entrantes (el 50%) y salientes (el 46%).
- Los principales canales no telefónicos de los que disponen los Contact Center son el email (87%) y el fax (64%).
- Las asistencias suponen el 52% de las transacciones.

Distribución de contact center gestionados por áreas regionales



2015 ha sido el primer año de un proyecto trienal, denominado Digital Dispatch, que pretende mejorar sustancialmente la eficiencia en los Contact Centers, así como la calidad en la entrega de los servicios a los clientes. Digital Dispatch debe proveer de forma automática –sin intervención humana y libre de errores– los requerimientos de servicio a la red internacional de proveedores. De este modo y una vez conocidas las necesidades de servicio de los clientes, el sistema se encarga de la petición del servicio a los proveedores, seleccionando el más próximo por ubicación GPS o el más adecuado –según las reglas de negocio habilitadas–, realizando esta transacción en un tiempo más corto que si se hubiera ejecutado con la intervención de un agente.

Para el trienio 2015- 2017 se han fijado varios objetivos porcentuales de Digital Dispatch, para lograr que en 2018 más del 50 por 100 de las solicitudes de prestaciones de servicios a los proveedores se realicen de manera “automática”.

Por último, se ha puesto en marcha un proyecto de Gamification llamado BEYOND the MAPFRE game, en el que participan todos los Directores de Contact Center y que en 2016 abarcará al 30 por 100 de los agentes de los Contact Centers a nivel mundial. Este proyecto ha participado en el *Gamification World Congress*, celebrado en Barcelona en noviembre de 2015.



Redes Sociales, las que permiten entre otras funcionalidades, realizar consultas y acceder a plataformas de resolución de dudas y/o incidencias. Durante este año se ha continuado en el desarrollo de la estrategia de redes sociales, definiendo procesos específicos de atención al cliente para cada región y tipo de red social. En el marco de este avance se ha conseguido tener perfiles de las distintas redes en una gran cantidad de los países en los que opera el Grupo. En el año 2015, se han gestionado más de 323.000 consultas a través de estos canales.

Calidad en MAPFRE

[G4-PR5]

OBSERVATORIO DE CALIDAD MAPFRE

Para MAPFRE garantizar la calidad de los productos que ofrece es un objetivo primordial. Por ello, y con el fin de evaluar la calidad percibida por los clientes, durante el año 2015 se ha definido, en el marco de una iniciativa corporativa, el Modelo Global de Medición de la Experiencia del Cliente MAPFRE. A este efecto, se ha creado el Observatorio de Calidad MAPFRE, encargado de realizar todas las mediciones de calidad percibida y entregada, mediante encuestas a los clientes.

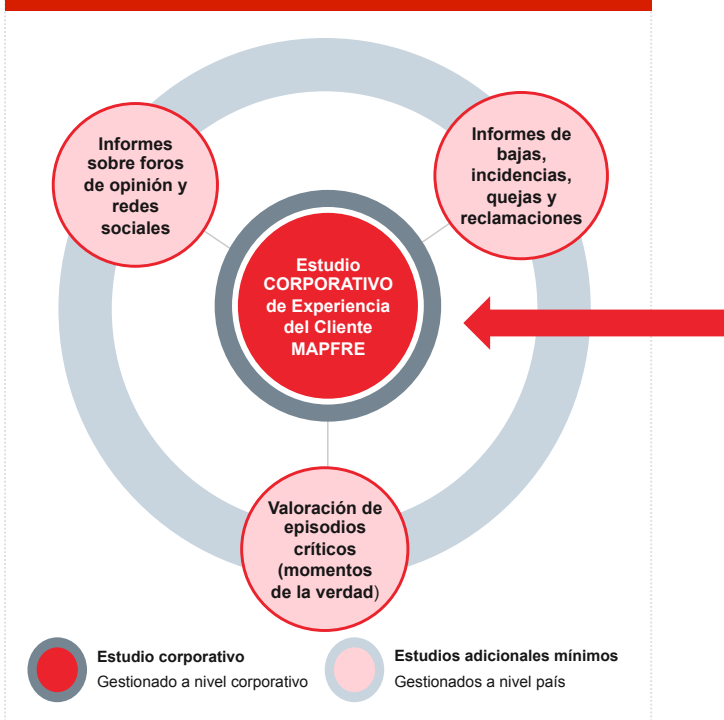
Con esta iniciativa se pretende:

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

El Observatorio de Calidad MAPFRE medirá la experiencia de cliente en todos los países donde opera la compañía, cubriendo todos los ramos de seguro y servicios de asistencia, con una periodicidad semestral, mediante el análisis del indicador Net Promoter Score (NPS®), evaluando la satisfacción y los puntos críticos de contacto con el cliente. A continuación, se realizarán recomendaciones sobre las principales áreas de mejora.

Los informes del Observatorio de Calidad proporcionarán datos sobre el nivel de Experiencia del Cliente, que ayudarán a tomar decisiones a las distintas áreas de negocio de MAPFRE, teniendo como eje siempre el cliente.

MODELO GLOBAL DE MEDICION DE EXPERIENCIA CLIENTE



OBSERVATORIO DE CALIDAD MAPFRE

Estudio Corporativo de Experiencia del Cliente MAPFRE

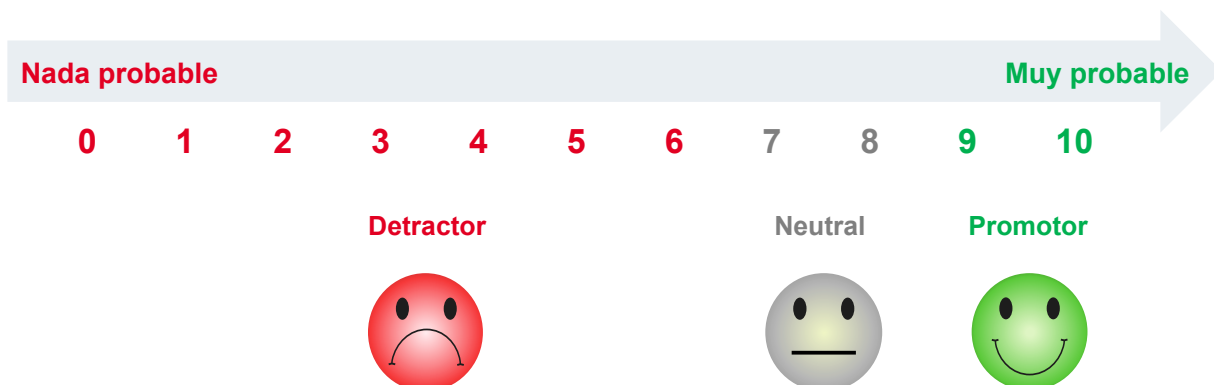


- **Calidad percibida por los clientes**
 - NPS y causas raíz
 - Nivel de satisfacción en episodios críticos
 - Valor económico de la experiencia del cliente
 - Comparativa con competidores
- Encuestas telefónicas* a clientes MAPFRE y Competidores
- Informe **semestral**

Realizado desde Corporativo

La metodología elegida para el estudio corporativo de Experiencia de Cliente es el NPS® (Net Promoter Score), un indicador para medir la lealtad del cliente. El NPS® se basa en la pregunta:

En una escala del 0 al 10, donde 0 es nada probable y 10 es muy probable, **¿con qué probabilidad recomendaría MAPFRE a un amigo o familiar?**



La primera oleada de medición abarca 8 países y 11 ramos, con un volumen cercano al 35 por 100 del total de primas del Grupo. En 2016 el Observatorio de Calidad MAPFRE realizara dos oleadas de medición del NPS®, que alcanzarán un volumen de primas cercano al 60 por 100.

MAPFRE dedica 307 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.

A continuación se detallan las principales certificaciones de calidad del Grupo:

CERTIFICACIONES	PAÍS
ISO 9001:2008	España, Brasil, Colombia, Nicaragua, Turquía
Sello de Calidad de la asociación portuguesa de contact centers (APCC)	Portugal
Certificado PROBARE	Brasil

Fidelización en MAPFRE

[G4-PR5]

MAPFRE lleva a cabo diferentes programas de fidelización y venta cruzada, que incluyen promociones, descuentos y ofertas exclusivas y benefician a más de 6.5 millones de socios en todo el mundo.

En 2015 se ha desarrollado el proyecto Experiencia Cliente, con el objetivo de establecer una metodología de trabajo continuada en el tiempo que permita escuchar a los clientes en cada uno de los canales de contacto y en cada interacción que tenga con MAPFRE.

De esta manera, se podrá medir este contacto con la información analítica que tiene la compañía y, con todo ello, poder actuar en tres líneas:

- Orientar los procesos, operativas, servicios y herramientas en función de lo que percibe y expresa el cliente.
- Actuar con los clientes de forma proactiva, potenciando clientes promotores de la compañía.
- Desarrollar acciones que propicien la interacción de los clientes potenciando la fidelización de los mismos.

Entre las actuaciones realizadas en 2015 se encuentran, entre otras, el desarrollo de diferentes aplicaciones destinadas a una gestión más específica de la relación con los clientes a través de cualquier canal.

OTRAS ACTUACIONES

En 2015 también se han realizado las siguientes actuaciones:

- Programas de fidelización como teCuidamos en España, el CLUB MAPFRE en Brasil y el "Loyalty Card Program" de Malta, que ofrecen descuentos en los seguros y precios especiales en determinados servicios que prestan entidades que colaboran con el Grupo o con las que se tienen acuerdos. Se trata de programas gratuitos de beneficios creados para premiar la fidelidad y confianza de todos los clientes de MAPFRE.
- Análisis de la información sobre clientes y aplicación a modelos analíticos.
- Personalización de los avisos de renovación de pólizas.



Reclamaciones y quejas

[G4-2; PR4, PR8, PR9]

MAPFRE promueve que sus clientes, en cualquier país del mundo donde opere en seguro directo, dispongan de un cauce interno para la defensa extrajudicial de sus derechos derivados de sus contratos y vela por preservar su confianza cumpliendo con el compromiso de otorgarles la mejor atención, promoviendo la implantación interna de órganos de protección de sus derechos. En este sentido, actualmente, el Grupo cuenta en España con la Comisión de Defensa del Asegurado, institución pionera creada en 1984, y la Dirección de Reclamaciones desde 2004. Asimismo, Brasil, México, República Dominicana, Honduras, Nicaragua, Argentina, Chile, Perú, EE.UU., Turquía, Malta y Filipinas cuentan con órganos de protección al cliente.

Durante el ejercicio 2015, ha continuado cumpliendo con el compromiso adquirido para la protección de los derechos de los usuarios de los servicios financieros del Grupo, mediante el establecimiento de una actuación global en el tratamiento de la información de las reclamaciones y quejas de los clientes, respetando siempre las particularidades de los negocios locales y en consonancia con los siguientes objetivos:



INDIVIDUAL

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

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

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

COLECTIVO

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



PRINCIPIOS RECTORES DE LA POLÍTICA GLOBAL DE LA GESTIÓN DE RECLAMACIONES Y QUEJAS

Disponer en cada país donde MAPFRE opera en seguro directo de un Departamento de Reclamaciones cuyas competencias y actividad se contienen en un Reglamento para la Solución de Conflictos entre las Sociedades del GRUPO MAPFRE y los Usuarios de sus Servicios Financieros

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

Implantación opcional de un Defensor del Asegurado

Emisión de Criterios Generales de Actuación y Recomendaciones destinados a disminuir el número de Reclamaciones y Quejas y a mejorar la atención a los clientes

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

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

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

Información consolidada de gestión de reclamaciones y quejas en el mundo

Principales magnitudes de quejas y reclamaciones recibidas y tramitadas en 2015 en los países en los que MAPFRE opera en seguro directo

ÁREA		PAÍSES CON SEGURO DIRECTO	ÓRGANOS PROTECCIÓN AL CLIENTE		RECLAMACIONES Y QUEJAS 12/2015 SEGURO DIRECTO, ASISTENCIA Y GLOBAL RISKS											
Territorial	Regional		VOLUMEN				RESUELTAS / SIGNOS					PENDIENTES 12/2015				
			RECIBIDAS		PENDIENTES 12/2014	TOTAL	Estimadas	Desestimadas	Otros	Inadmitidas	TOTAL					
			DR O SAC	DEFENSOR									Admitidas	Inadmitidas		
IBERIA		● ● ● España	DR ⁽¹⁾	✓	✓	7.289	1.724	340	9.353	2.737	3.924	760	1.724	9.145	341	
			CG ⁽²⁾	✓		260	22	0	282	70	132	29	22	253	29	
		● ● ● Portugal			774	0	0	774	152	619	0	0	771	3		
IBERIA (2 países)			1 ✓ 1 NO	1 ✓ 1 NO	8.323	1.746	340	10.409	2.959	4.675	789	1.746	10.169	373		
LATAM		● ● ● BRASIL (1 país)	1 ✓	1 ✓	32.615	2.334	336	35.285	16.964	14.984	658	2.334	34.940	225		
		NORTE	● ● ● México	✓	✓	8.027	859	209	9.095	3.589	3.847	0	859	8.295	355	
			● ● ● Panamá			118	0	3	121	17	39	3	0	59	3	
			● ● ● Rep. Dominicana	✓		36	1	0	37	34	1	0	1	36	2	
			● ● ● El Salvador			11	0	0	11	11	0	0	0	11	0	
			● ● ● Costa Rica												S/D	
			● ● ● Guatemala												S/D	
			● ● ● Honduras	✓		24	1	0	25	4	20	0	1	25	0	
			● ● ● Nicaragua		✓	21	1	0	22	19	1	2	1	23	0	
		LATAM NORTE (8 países)			3 ✓ 5 NO	2 ✓ 6 NO	8.237	862	212	9.311	3.674	3.908	5	862	8.449	360
		SUR	● ● ● Venezuela	✓	✓	4.211	288	28	4.508	3.725	755	214	269	4.963	4.480	
			● ● ● Colombia	✓	✓	15.612	0	261	15.873	15.612	0	0	0	15.612	118	
			● ● ● Argentina	✓	✓	553	0	59	612	530	0	0	0	530	23	
			● ● ● Chile		✓	466	4	0	470	230	181	40	4	455	19	
			● ● ● Perú	✓	✓	1.106	0	46	1.152	659	448	0	0	1.107	45	
			● ● ● Uruguay												S/D	
			● ● ● Paraguay			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
● ● ● Ecuador				135	25	0	160	120	0	0	25	145	0			
LATAM SUR (8 países)			4 ✓ 6 NO	5 ✓ 5 NO	22.083	298	394	22.615	20.876	1.384	254	298	22.812	4.685		
LATAM (17 países)			6 ✓ 11 NO	6 ✓ 11 NO	62.935	3.494	942	67.211	41.514	20.276	917	3.494	66.201	5.270		
INTERNA- CIONAL	NORTE AMÉRICA	● ● ● EE.UU.	✓	✓	457	0	5	462	87	370	0	0	457	3		
		● ● ● Puerto Rico			14	12	0	26	14	12	0	12	38	0		
	NORTEAMÉRICA (2 países)			1 ✓ 1 NO	1 ✓ 1 NO	471	12	5	488	101	382	0	12	495	3	
	EMEA	● ● ● Turquía	✓		6.682	0	122	6.804	1.360	4.957	0	0	6.317	373		
		● ● ● Malta	✓		32	0	0	32	9	22	0	0	31	2		
	EMEA (2 países)			2 ✓	2 NO	4.979	0	122	6.836	1.369	4.979	0	0	6.317	375	
	APAC	● ● ● Filipinas	✓	✓	54	0	0	54	54	0	0	0	54	3		
		● ● ● Indonesia												S/D		
APAC (2 países)			1 ✓ 1 NO	1 ✓ 1 NO	54	0	0	54	54	0	0	0	54	3		
INTERNACIONAL (6 países)			4 ✓ 2 NO	2 ✓ 4 NO	7.239	12	127	7.378	1.524	5.361	0	12	6.897	381		
TOTAL PAÍSES CON SEGURO DIRECTO: 25			11 ✓ 14 NO	9 ✓ 16 NO	78.497	5.252	1.409	84.998	45.997	30.582	1.706	5.252	83.267	6.024		
									%S/Admitidas y Pendtes. A/A	% S/Inad	%S/Vol					
									57,6%	38,3%	2,14%	100%	97,9%			

LEYENDA:

● Seguro Directo ● ASISTENCIA ● GLOBAL RISKS ✓ Dispone S/D Sin datos

(1) DR Grupo: Competencia sobre Sociedades principales y filiales


(2) CG: Oficina de Tramitación de Reclamaciones (OTR) de Verti

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:

- **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 resueltas, y posterior implementación y supervisión.
- **ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN** que permiten conocer el grado de satisfacción de los clientes que han acudido al procedimiento de reclamaciones y quejas, y arbitrar mejoras en los distintos procesos de atención.
- **REDUCCIÓN DEL TIEMPO DE RESPUESTA** a las reclamaciones y quejas que presentan los clientes implantando soluciones tecnológicas que favorecen la gestión documental.
- **INFORMES SOBRE ASPECTOS ESPECÍFICOS POR SU INFLUENCIA EN EL NEGOCIO**, como, por ejemplo, el impacto de las reclamaciones y quejas en la rescisión de contratos, tiempos medios de resolución por centro de gestión o el seguimiento de las reclamaciones y quejas no admitidas.

Durante el ejercicio 2015 se ha llevado a cabo el proceso de implementación de las recomendaciones que emitió la Comisión de Defensa del Asegurado sobre el ejercicio 2014, que generaron a su vez distintas acciones que a lo largo del ejercicio se han ido abordando por las áreas correspondientes.

MOTIVO	RECOMENDACIÓN 2014	ACCIÓN PROPUESTA 2015
FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO	<ul style="list-style-type: none"> - Incluir en la documentación de los seguros de Vida vinculados a préstamos hipotecarios o personales el cuadro de amortización aplicable, cuando no coincida con el de la entidad crediticia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recordar que se deberá tener presente dicha recomendación en la comercialización de nuevos productos de las mismas características.
	<ul style="list-style-type: none"> - Asesorar a la red comercial, y especialmente a los operadores de banca-seguros, acerca de cómo debe valorarse la suma asegurada, con independencia del importe del préstamo hipotecario. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reforzar la formación de la red comercial sobre este aspecto, teniendo en cuenta que el valor del suelo no se debe incluir en la suma asegurada y garantizar una adecuada información al cliente.
REDACCIÓN DEL CONTRATO	<ul style="list-style-type: none"> - Modificar conceptos o su configuración, como los de conducciones privativas o joyas y dinero en efectivo, en las Condiciones Particulares de las pólizas de Hogar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recoger con mayor precisión los términos que definen la cobertura o no de las cuestiones recomendadas y, una vez delimitados, modificar la redacción del condicionado que corresponda.
	<ul style="list-style-type: none"> - Incluir en las Condiciones Generales de los contratos una mención al principio legal de indivisibilidad de la prima, para favorecer la comprensión de éste por los clientes, estableciendo en el propio contrato que la prima no es parcialmente reintegrable. 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuar las sumas aseguradas en los seguros de Hogar con cesión de derechos a favor de acreedores hipotecarios, de manera que no incluyan valores no asegurables, como el valor del suelo o su valor comercial. 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Expresar con claridad los plazos en que se abonan las rentas y cuándo comienzan éstas a devengarse, al tratarse de conceptos distintos, en los seguros de Renta Vitalicia. 	
INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar análisis de viabilidad jurídica más rigurosos en las prestaciones de Defensa Jurídica, así como precisar con rigor conceptos como el de reclamaciones por culpa extracontractual amparadas o gastos imputables a la suma asegurada de la garantía. 	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar a cabo cuantas averiguaciones sean necesarias para determinar la naturaleza de la actividad a desplegar, incluyendo un informe jurídico que valore, así como confirmar el Área Técnica el alcance que, para la cobertura de Defensa Jurídica, se quiere otorgar en las pólizas de Hogar.
	<ul style="list-style-type: none"> - Restringir la interpretación de lo que se considera cesación de actividad profesional en las pólizas de Incapacidad Temporal Total. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acreditar fehacientemente el cese de la actividad laboral o profesional de los trabajadores autónomos.

MOTIVO	RECOMENDACIÓN 2014	ACCIÓN PROPUESTA 2015
 <p>PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Mejorar las comunicaciones escritas dirigidas a los clientes y, en especial, los escritos de rechazo de siniestro, de forma que resulten más precisos y contengan información más completa. 	<ul style="list-style-type: none"> – Trasladar a los clientes la información precisa de la forma más completa posible y dar respuesta a todas las cuestiones suscitadas en el siniestro o servicio prestado, reflejando con claridad, en los escritos que se remitan, los motivos que informen la decisión de la entidad.
	<ul style="list-style-type: none"> – Exigir máximo rigor técnico a los peritos e investigadores en los informes que vayan a fundamentar las decisiones adoptadas por la entidad, especialmente cuando éstas limiten o reduzcan las pretensiones de los asegurados. 	<ul style="list-style-type: none"> – 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, eludiendo las conjeturas y contrastando los datos.

La Comisión de Defensa del Asegurado de MAPFRE en su Memoria Anual 2015 ha formulado, entre otras, las siguientes recomendaciones para incrementar la calidad del servicio a los clientes, extraídas de las resoluciones que ha emitido:

- Revisar el contenido del texto de los contratos de seguros de hogar, en lo que afecta a la regulación de las joyas y dinero en efectivo, objetos de especial valor, concepto de accidentes y bricolaje.
- Vigilar que los cambios en los criterios de gestión de prestaciones de automóviles no vulneren los acuerdos alcanzados con los clientes y sean plenamente conocidos por la Red.
- Mejorar la información que se facilita a los futuros clientes de otras nacionalidades acerca del alcance del seguro de automóviles en sus respectivos países.
- Documentar e informar con rigor a los clientes respecto a las causas de inviabilidad en las reclamaciones de daños de automóviles.

- Reforzar el contenido técnico de los informes médicos que sirven de base a las decisiones en materia de prestaciones a los clientes.
- Estudiar la ampliación de los servicios médicos concertados en aquellas zonas en que no existe suficiente cobertura, o un criterio de compensación de las posibles carencias.
- Extremar las precauciones respecto a lo que debe considerarse una ocultación dolosa en los cuestionarios de salud, huyendo de interpretaciones que carezcan de prueba suficiente.
- Valorar la posibilidad de introducir a las parejas de hecho como beneficiarios genéricos en los seguros de vida, de forma similar a los cónyuges.

Criterios generales de actuación

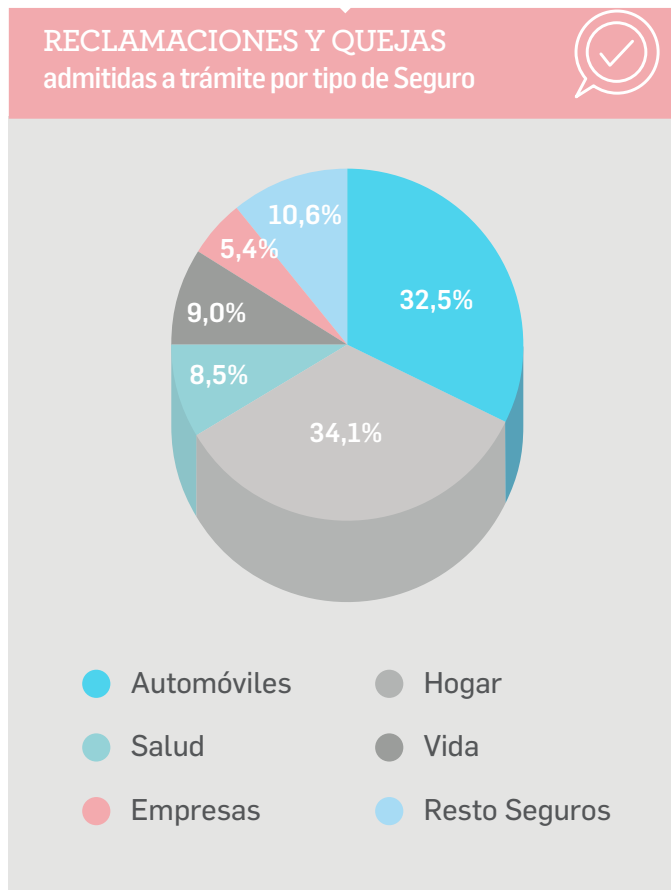
Fruto de la actividad llevada a cabo, la Dirección de Reclamaciones ha establecido en su Informe Anual 2015, entre otros, los siguientes criterios generales de actuación destinados a disminuir el número de reclamaciones y quejas de los usuarios e incidir en el correcto desarrollo de los procedimientos de gestión:

- Mejorar la coordinación y comunicación entre las distintas áreas y departamentos, dando una atención integral al cliente en consideración a su posición dentro del Grupo, cuando solicita la cobertura de un siniestro concreto, y valorar si éste podría estar amparado por una garantía distinta incluida en la póliza, o incluso por póliza de ramo distinto.
- Insistir en la necesidad de facilitar a los clientes, en las comunicaciones que se les dirijan, la información motivada y pertinente al caso de que se trate, evitando proporcionarla de forma incompleta o errónea, y generar expectativas inciertas.
- Respetar en todo caso el procedimiento reglado recogido en la OM ECO/734/2004, de 11 de marzo, y el Reglamento para la Defensa del Cliente, garantizando los derechos del Asegurado y observando el cumplimiento de las obligaciones de la entidad.
- Reservar el procedimiento de tercería pericial, contemplado en el art. 38 LCS, para los supuestos donde pueda cumplir una función efectiva, ofreciendo éste a los clientes cuando surjan discrepancias de naturaleza técnica.
- Valorar adecuadamente la pretensión del cliente cuando se discute la posible culpa o negligencia en la prestación del servicio por parte de profesionales designados por la entidad, gestionando el siniestro por la garantía de responsabilidad civil del profesional, al margen de la garantía de defensa jurídica.
- Exigir el máximo rigor técnico a los médicos colaboradores en los seguros de incapacidad temporal total, a la hora de emitir el informe de alta médica, valorando si está o no capacitado el cliente para ejercer en condiciones adecuadas la actividad profesional que desarrollaba en el momento de producirse el accidente invalidante.

– Mejorar en los seguros de vida la fundamentación de las cartas de rehúse, evitando utilizar frases genéricas y concretar, en base a la documentación médica aportada por el cliente, las patologías o circunstancias médicas en las que la entidad fundamenta el rechazo del siniestro en los supuestos de ocultaciones o enfermedades preexistentes.

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.

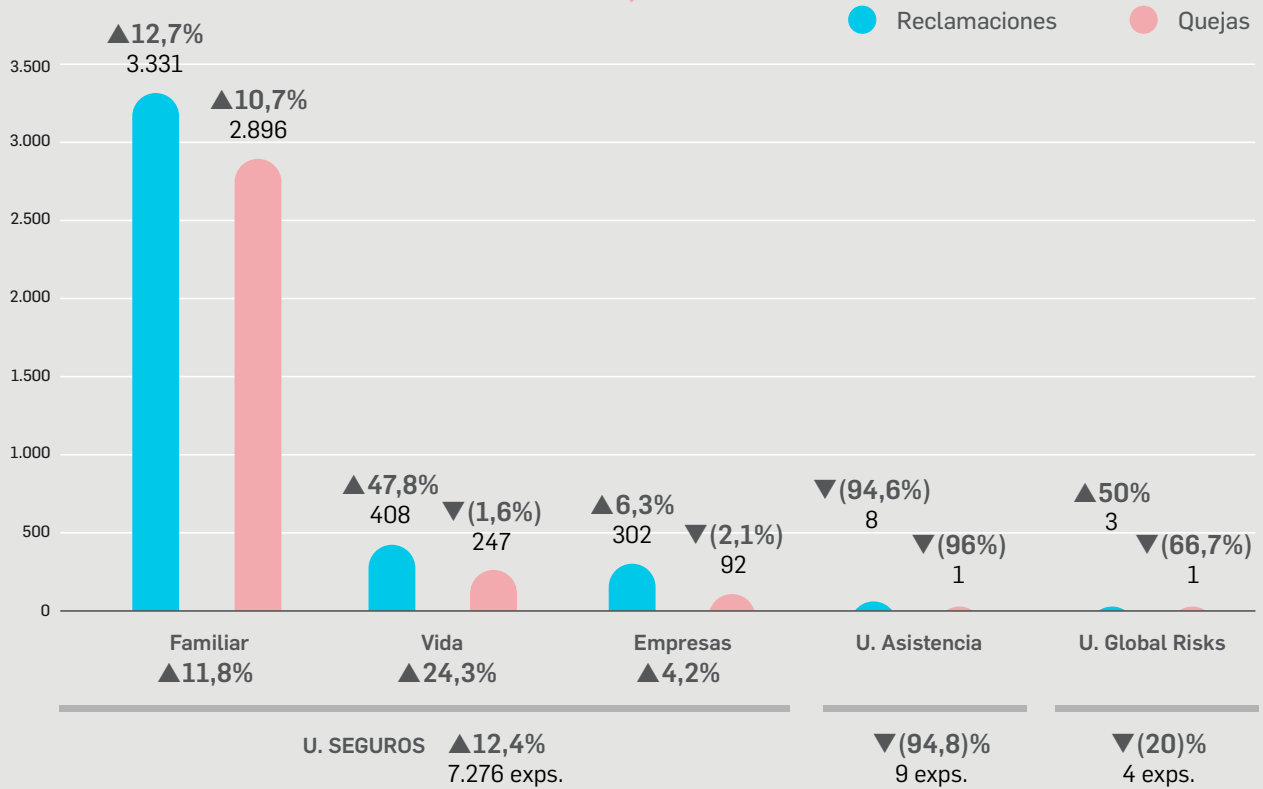
Las recomendaciones y criterios referidos se han extraído de las reclamaciones y quejas tramitadas en el ejercicio 2015, en el que la Dirección de Reclamaciones ha recibido 9.013 escritos. De ellos se han admitido a trámite 7.289, habiéndose considerado 4.052 reclamaciones con pretensiones concretas de contenido económico y 3.237 quejas relativas a desatenciones en la tramitación de prestaciones o emisión/contratación.



A cierre del ejercicio 2015 se ha estimado un 29,9 por 100 de las reclamaciones y quejas admitidas a trámite, desestimándose el 42,9 por 100 y otorgado otras soluciones en el 8,3 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.).

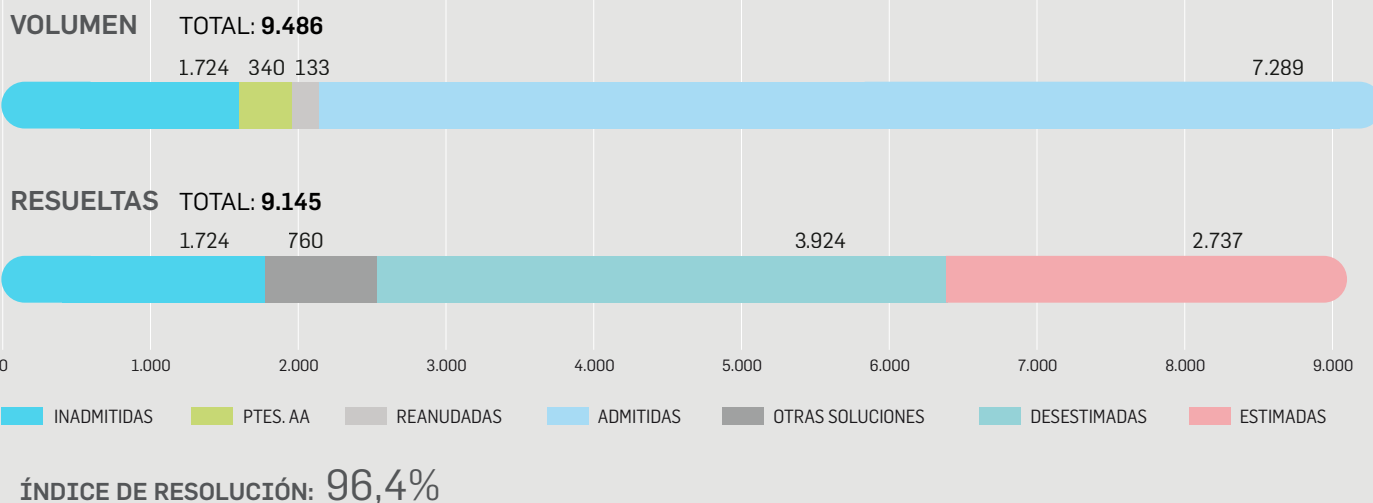
RECLAMACIONES Y QUEJAS
admitidas a trámite

▲9,5%
7.289 exps.



Además no se han podido admitir a trámite por no cumplir los requisitos legalmente previstos, 1.724 escritos, por lo que se ha comunicado a los respectivos usuarios esta circunstancia de forma motivada, recordándoles su derecho a subsanar tal deficiencia en el plazo de 10 días e informándoles de que en caso contrario se procederá al archivo definitivo del expediente.

RECLAMACIONES Y QUEJAS



Se ha mejorado la atención a los clientes al reducirse en 3 días el tiempo medio de resolución respecto al ejercicio anterior, situándose en 13,6 días (período de rotación), sobre un máximo de 60 días permitido legalmente.

Seguridad

PROTECCIÓN DE DATOS Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

MAPFRE tiene como prioridad absoluta la privacidad y la protección de los datos de carácter personal, entendiendo estos aspectos como elementos esenciales que deben perseguirse de manera proactiva, no sólo con el objetivo de lograr el cumplimiento de las normativas de aplicación, sino como justa correspondencia a la confianza depositada por clientes, proveedores, colaboradores, empleados y resto de grupos de interés.

El avance de la digitalización ha venido acompañado de un incremento de las ciberamenazas y de la consiguiente proliferación de incidentes de seguridad y privacidad sufridos por las empresas. Este escenario obliga a MAPFRE a prestar especial atención a la protección de la confidencialidad de la

información alojada en los sistemas de información corporativos, actuando de manera diligente en la prevención de fugas de información y en la detección y respuesta frente a intentos de acceso no autorizados a través del ciberespacio. Para lograrlo, MAPFRE cuenta con:

- Un Centro de Control General (CCG-CERT), que permite a MAPFRE llevar a cabo una monitorización continua (24x7x365) tanto de la información alojada en su plataforma tecnológica como de toda aquella de su propiedad que pueda estar accesible en sistemas de terceros, lo que posibilita tanto la prevención de fugas de información, como la detección temprana de los CiberAtaques y la respuesta ágil a los mismos.
- Personal certificado de muy alta especialización en materia de CiberSeguridad, encargado de identificar, definir, diseñar, implantar y operar las herramientas tecnológicas destinadas a proteger los activos digitales de la compañía.
- Metodologías, procedimientos y profesionales expertos que permiten incorporar los requisitos de seguridad y privacidad en los nuevos Sistemas de Información y procesos puestos en marcha por la compañía, contemplando todo el ciclo de vida y comprobando la correcta implementación de los

citados requisitos. En este sentido, en 2015 se ha comenzado el desarrollo de los conceptos de privacidad por defecto y privacidad desde el diseño, tratando de anticipar los requisitos regulatorios que se estiman serán de obligado cumplimiento con la entrada en vigor del Futuro Reglamento Europeo de Protección de Datos.

Para articular y coordinar las actuaciones llevadas a cabo en materia de privacidad, MAPFRE dispone de un DPO (Data Protection Officer) Corporativo y de un Área específica dentro de la Dirección Corporativa de Seguridad y Medio Ambiente. Además, a lo largo de 2015 y también dentro de la estructura organizativa encargada de la privacidad, se ha seguido avanzando en la implantación de la Oficina Corporativa de Privacidad y Protección de Datos (OCPPD), cuya misión es ser el punto de referencia de todas las actividades relacionadas con la Privacidad y la Protección de Datos en el Grupo MAPFRE aportando, hacia el interior y el exterior de la organización, una visión única y global de la materia y fomentando la homogeneidad de todos los procesos y criterios relacionados con esta materia, mejorando su eficiencia.



4.3. MAPFRE Y SUS ACCIONISTAS

Este capítulo muestra la forma en que MAPFRE se relaciona con sus accionistas e inversores, tanto particulares como institucionales, y con los mercados financieros. Los compromisos adquiridos en este sentido han quedado establecidos a través de políticas corporativas específicas, como la política de dividendos, la política de autocartera, la política de comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto, y la política de Responsabilidad Social Corporativa de MAPFRE. Dichas políticas fueron aprobadas por el Consejo de Administración el día 23 de julio de 2015 y publicadas en la página web corporativa.

MAPFRE considera que la relación con los accionistas e inversores debe estar basada en la confianza, la comunicación y la equidad y se compromete a promover la participación de los accionistas en las juntas generales.

El comportamiento como empresa cotizada a favor del desarrollo sostenible y del respeto a los Derechos Humanos es reconocido con la inclusión desde el año 2006 en los índices FTSE4Good y FTSE4Good IBEX. Además, en 2015 Driving Sustainable Economies (CDP) ha reconocido al Grupo MAPFRE como compañía líder a nivel mundial en actuación contra el cambio climático, incluyéndola en su 'Climate A-list Global'. Esta selección incluye a las 113 compañías a nivel mundial con mejor desempeño en materia de reducción de emisiones y lucha contra el cambio climático.

LA ACCIÓN DE MAPFRE

Información básica relativa a la acción de MAPFRE al cierre del ejercicio 2015:



Número de acciones en circulación

3.079.553.273

Totalmente suscritas e íntegramente desembolsadas

Valor nominal de cada acción

0,1€

Tipo de acción

Ordinaria, representada por anotación en cuenta. Todas las acciones en circulación tienen los mismos derechos políticos y económicos.

Principales índices bursátiles en los que se incluye la acción

* 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

- _ IBEX 35
- _ Dow Jones STOXX Insurance
- _ MSCI Spain
- _ FTSE All-World Developed Europe
- _ FTSE4Good (*) y FTSE4Good IBEX (*)

Mercados en los que cotiza

Bolsas de Madrid y de Barcelona (Mercado Continuo)

Código ISIN

ES0124244E34



Composición de la base de accionistas

Al cierre del ejercicio 2015 la Sociedad contaba con un total de 232.095 accionistas, de los que 228.867 tenían residencia en España con una participación individual inferior al 0,10 por 100 del capital. La Fundación MAPFRE, mediante su participación directa e indirecta, era titular del 67,8 por 100 del capital social; los inversores españoles con participación superior al 0,1 por 100 representaban el 0,3 por 100. En cuanto a los accionistas con residencia en otros países, el 19,2 por 100 correspondía a inversores con participación superior al 0,1 por 100, y el 1,7 por 100 al resto.

En el siguiente cuadro se muestra el desglose del accionariado por países:

País	%
España	79,12
Estados Unidos	5,26
Alemania	2,08
Reino Unido	1,76
Países Nórdicos	1,24
Francia	0,91
Suiza	0,26
Países Bajos	0,24
Canadá	0,18
Australia	0,06
Irlanda	0,05
Austria	0,04
Hong Kong	0,04
Italia	0,04
Japón	0,02
Portugal	0,02
Andorra	0,02
Sin Identificar	8,64

Valor y rentabilidad de la acción

En el ejercicio 2015 la acción ha tenido el comportamiento que puede verse en el siguiente cuadro, comparado con dos principales índices de referencia (el selectivo IBEX 35 y el sectorial Dow Jones Stoxx Insurance):

	1 AÑO	3 AÑOS	5 AÑOS
MAPFRE (%)	(17,8)	(0,1)	11,3
DJ Stoxx Insurance (%)	14,0	61,3	84,9
IBEX 35 (%)	(7,2)	16,9	(3,2)

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

	2015	2014	2013	2012	2011
BPA (euros)	0,23	0,27	0,26	0,22	0,32
INCREMENTO (%)	(14,8)	3,8	18,2	(31,3)	3,2

Retribución al accionista

Entre los principales compromisos de MAPFRE se encuentra la adecuada remuneración a sus accionistas. La política de dividendos establece que la remuneración al accionista debe estar vinculada con el beneficio, la solvencia, la liquidez y los planes de inversión de la Sociedad, así como con las expectativas de sus accionistas. Con carácter general, el Consejo de Administración propondrá a la Junta General de Accionistas una distribución de dividendos de entre un 45 por 100 y un 65 por 100 del resultado atribuible (ratio de 'pay-out').

En el ejercicio 2015, el Consejo de Administración ha acordado abonar un dividendo activo a cuenta de los resultados del ejercicio de 0,06 euros por acción, elevando el dividendo total pagado en el año a 0,14 euros por acción, el mismo importe que el año anterior, hasta alcanzar un desembolso total de 431,1 millones de euros.

El dividendo que se propone a la Junta General como dividendo complementario del ejercicio 2015 es de 0,07 euros brutos por acción. Por lo tanto, el dividendo total con cargo a los resultados del ejercicio 2015 asciende a 0,13 euros brutos por acción, lo que supone ratio de 'pay-out' del 56,5 por cien.

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

	2015	2014	2013	2012	2011
DIVIDENDO (euros)	0,14	0,14	0,12	0,12	0,15
RENTABILIDAD POR DIVIDENDO (%)	4,9	4,7	4,4	6,1	5,9

Debe destacarse que, desde que se inició la crisis económica y financiera en 2007, MAPFRE ha aumentado el importe destinado a dividendos en un 72,2 por 100.

La relación de MAPFRE con los accionistas e inversores

[G4-37, 49, 50; FS5]

La comunicación y el diálogo con todos los grupos de interés, basado en la transparencia, la veracidad y el compromiso, se establecen como ejes fundamentales para construir relaciones estables y generadoras de confianza.

En este sentido, la nueva política de comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto, establece los siguientes principios básicos:

- Estricto cumplimiento, en tiempo y forma, de las obligaciones de comunicación e información legalmente establecidas, así como de las recomendaciones de gobierno corporativo en esta materia.
- Veracidad y transparencia de la información comunicada.
- Puesta a disposición de los accionistas de cauces adecuados de comunicación para el ejercicio de su derecho de información.

A continuación se desarrollan cada uno de los canales de comunicación establecidos por MAPFRE.

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES Y OTROS ORGANISMOS OFICIALES

La información sobre la evolución de los negocios y las actividades de la Sociedad y sus hechos relevantes se envía, con carácter previo a su publicación, a la Comisión Nacional del Mercado de Valores. En la siguiente tabla se muestra la información que, de forma regular, la Sociedad pone a disposición del público inversor:

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

PÁGINA WEB CORPORATIVA

La página web corporativa www.mapfre.com constituye el principal medio de comunicación entre la Sociedad y los accionistas, los inversores institucionales y el público en general. La Sociedad hace públicos a través de la misma, de modo inmediato, todas las comunicaciones realizadas a la Comisión Nacional del Mercado de Valores y a otros organismos oficiales.

También se publican los documentos exigidos por la normativa vigente en relación con la convocatoria y celebración de juntas generales de accionistas y cualquier otra información de publicación obligatoria, así como las políticas de gobierno corporativo y aquella información que se considere conveniente difundir para los accionistas e inversores.

Asimismo, en la página web corporativa se dispone de un formulario que permite recibir consultas y peticiones de accionistas e inversores, tanto particulares como institucionales.

DEPARTAMENTO DE RELACIONES CON INVERSORES

El Departamento de Relaciones con Inversores es el canal de comunicación abierto entre la Sociedad y sus accionistas, con carácter permanente, a efectos de atender sus consultas y peticiones de información. A dichos efectos, se pone a su disposición la dirección de correo electrónico relacionesconinversores@mapfre.com, el número de teléfono gratuito 900 10 35 33 y el formulario de consultas de la página web corporativa.

Dicho departamento constituye, asimismo, el canal de comunicación con los asesores de voto a efectos de informarles, y de atender sus consultas en relación con las propuestas de acuerdo formuladas a la junta general de accionistas objeto de sus recomendaciones.

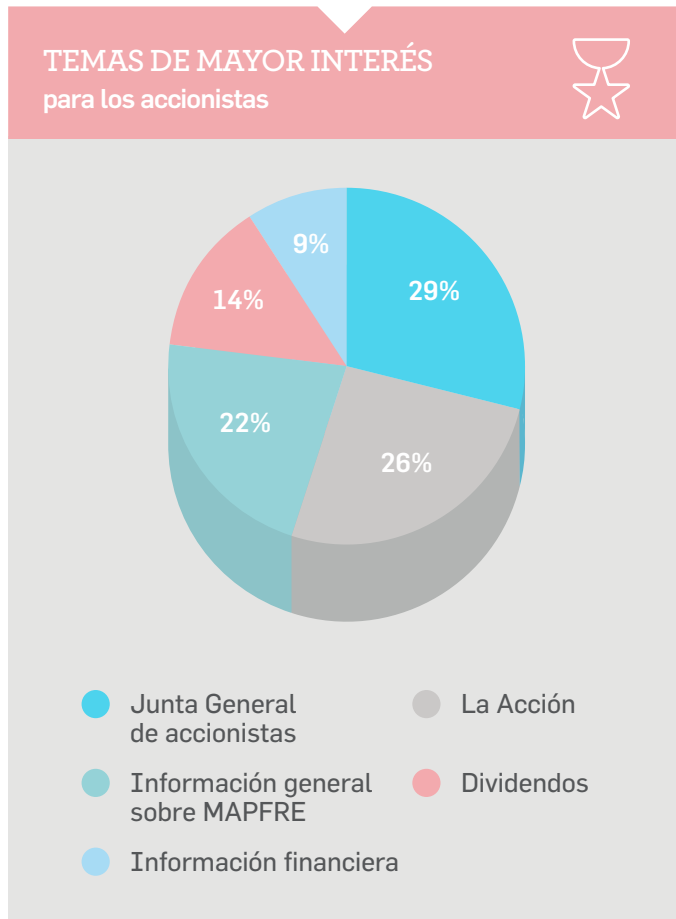
Respecto a la atención al accionista particular, en relación con las actuaciones llevadas a cabo en 2015 para desarrollar los canales de comunicación, cabe destacar lo siguiente:

- El servicio telefónico de accionistas (en el número gratuito 900 10 35 33) ha atendido más de 800 consultas, relacionadas principalmente con la Junta General, evolución de la acción, el pago de dividendos y la información financiera.
- A través del formulario de consultas de la página web corporativa se han atendido 183 peticiones.
- En la sección "Accionistas e Inversores" de la página web corporativa se han incluido vínculos específicos que han facilitado el acceso a documentación de especial importancia para el accionista, como la que se suministra con ocasión de la Junta General.

El Foro Electrónico de Accionistas, constituido en el año 2011, ha estado operativo también para la Junta General del día 13 de marzo de 2015.

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

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



Desde el Departamento de Relaciones con Inversores, en el año 2015 se ha desarrollado una intensa actividad de comunicación con analistas financieros, accionistas e inversores institucionales. Entre los principales asuntos comentados destacan la evolución de los resultados en Estados Unidos, las perspectivas macroeconómicas en Latinoamérica, especialmente en Brasil, el entorno competitivo en España, la tendencia esperada en la evolución del dividendo y el proceso de adaptación a los requerimientos de Solvencia II.

También se han mantenido reuniones, junto con la Dirección de Responsabilidad Social Corporativa, con analistas e inversores especialistas en ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza; en inglés ESG), participando en eventos específicos, como el fórum organizado por EXANE BNP PARIBAS en noviembre de 2015.

En el siguiente cuadro se muestra un resumen de la actividad de comunicación con los mercados financieros llevada a cabo en el año 2015:



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 2015 las acciones de MAPFRE S.A. han cotizado 257 días en el Mercado Continuo, con un índice de frecuencia del 100 por 100. Se han contratado 2.553.834.115 títulos, frente a 2.986.558.095 en el ejercicio anterior, con disminución del 14,5 por 100. El valor efectivo de estas transacciones ha ascendido a 7.314,2 millones de euros, frente a 8.813,8 millones de euros en 2014, con disminución del 17 por 100.

A finales de 2015, seis bancos de negocios españoles e internacionales recomendaban "comprar" las acciones de la Sociedad, frente a seis recomendaciones de "mantener" y 5 de "vender".

4.4. MAPFRE Y SUS DISTRIBUIDORES

Este capítulo muestra la forma en la que MAPFRE trabaja con sus distribuidores de productos y servicios; explica la relación que mantiene con los profesionales de la mediación, su selección y formación; y los acuerdos de distribución.

MAPFRE apuesta por potenciar la omnicanalidad, apoyándose en la solidez de sus canales de distribución, fortaleciendo la red comercial y profundizando en el negocio digital. La compañía entiende la distribución como una gestión transversal de canales y procesos, apuesta por redes propias y por otros canales de distribución para proporcionar a los clientes todas las opciones posibles de contacto y relación.

La red comercial de MAPFRE en el mundo está compuesta por 5.872 oficinas propias (972 directas, 4.876 delegadas y 24 de representación), y 8.932 de bancaseguros, a las que se suman otros puntos de venta correspondientes a diferentes acuerdos de distribución y colaboración.

Por otro lado, 7.174 empleados del Grupo realizan un trabajo relacionado con la actividad comercial (2.699 en IBERIA, 4.457 en INTERNACIONAL y 18 en la Unidad de Reaseguro).

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

OFICINAS	2015	2014
IBERIA		
Directas y Delegadas	3.073	3.149
Bancaseguros	3.330	3.861
Subtotal Iberia	6.403	7.010
LATAM		
Directas y Delegadas	2.331	2.087
Bancaseguros	5.602	5.623
Subtotal LATAM	7.933	7.710
INTERNACIONAL		
Directas y Delegadas	444	288
Subtotal INTERNACIONAL	444	288
TOTAL OFICINAS	14.780	15.008

La siguiente tabla muestra la distribución de los mediadores por colectivos y áreas territoriales:

RED COMERCIAL	2015	2014
IBERIA		
Agentes	9.498	10.999
Delegados	2.575	2.697
Corredores	5.268	5.038
Subtotal IBERIA	17.341	18.734
LATAM		
Agentes	13.286	12.599
Delegados	7.155	6.161
Corredores	32.357	33.459
Subtotal LATAM	52.798	52.219
INTERNACIONAL		
Agentes	8.548	6.742
Delegados	101	197
Corredores	1.542	1.397
Subtotal INTERNACIONAL	10.191	8.336
TOTAL RED COMERCIAL	80.330	79.289

Este modelo comercial potencia la presencia de la entidad en cada territorio; mejora el asesoramiento y el servicio al cliente (particular y empresa); y crea las sinergias necesarias para incrementar la eficacia y complementariedad de los distintos canales de distribución.

Con el fin de potenciar la relación con los mediadores y el desarrollo de actividades conjuntas, MAPFRE mantiene en los distintos países acuerdos de colaboración con asociaciones de mediadores, corredurías, productores de seguros, entidades microfinancieras, y otros organismos vinculados a la mediación.

Las relaciones de MAPFRE con estos profesionales se han reforzado en diferentes ámbitos durante 2015.

Distribución transversal

En complementariedad con las redes tradicionales, MAPFRE continua impulsando una estrategia de distribución transversal y multicanal en todos los países, con otros interlocutores especializados, venta on-line y telefónica. Además, se trabaja en desarrollos tecnológicos que potencien la presencia de la red de colaboradores en internet.

Herramientas online

Existen ya consolidadas plataformas on-line para mediadores que favorecen el aprovechamiento de internet y de las redes sociales en la gestión comercial. Destacan en España La RED en la Red, plataforma que refuerza la presencia de las oficinas MAPFRE en internet y su capacidad de relación con el cliente en este entorno. Estos medios se utilizan cada vez más para interactuar con los distintos canales y como herramienta para fomentar la fidelización de clientes.

Cada país está desarrollando actuaciones en este sentido que mejoran los canales de comunicación y los hacen más efectivos. Como ejemplo de buenas prácticas, destacan las siguientes:

En Paraguay se ha puesto en marcha el canal MEL servicio web que facilita a los canales de venta las consultas sobre pólizas, siniestros, cotizadores, emisión de certificados, avisos de renovación y seguimiento comercial por parte de los agentes.

Brasil cuenta con el Blog de la Red BB (Blog Red BB en Movimiento), por el cuál el equipo comercial puede acceder a su base de datos desde cualquier lugar.

En Puerto Rico se han realizado mejoras en los servicios ofrecidos a través de la página web de la compañía y en la aplicación móvil MAPFRE 360 para una mejor navegación.

Redes sociales y apps

El uso de las redes sociales y las aplicaciones para dispositivos móviles (smartphones y tablets) ayudan también a promocionar el posicionamiento de la marca en internet y a redireccionar negocio hacia los mediadores. Igualmente se utilizan para compartir experiencias e intercambiar información con mediadores y para realizar campañas especiales. En 2015 algunos países han desarrollado nuevos canales y herramientas de comunicación con colaboradores y corredores, como por ejemplo en México, donde se están utilizando las redes sociales para informar sobre acciones innovadoras o campañas comerciales, que ayudan a mejorar la gestión comercial. El objetivo es crear un canal de comunicación directo entre MAPFRE y sus agentes, que fomente la comunicación y confianza de los mismos.

Chile, por su parte, cuenta con el blog "Asegurate Bien.cl", en el que se ofrece información sobre la compañía así como pautas para generar un mayor conocimiento sobre la actividad aseguradora.

Marketing directo

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

Mayor eficiencia

En 2015 también se han llevado a cabo nuevas iniciativas para mejorar la eficiencia de las estructuras comerciales, simplificando procesos y acometiendo medidas que refuercen la actividad comercial y disminuyan la carga administrativa de empleados vinculados a la distribución o la coordinación de equipos comerciales. Un ejemplo de ello son las medidas acometidas por Portugal, a través de la integración de aplicaciones y de datos utilizando web services, que mejora considerablemente la productividad y calidad del servicio.

En algunos países se dispone de plataformas operativas, herramientas de comunicación y trabajo, documentación y manuales corporativos específicos que favorecen el desarrollo de la actividad comercial de los mediadores y, en algunos casos, de revistas especializadas dirigidas a estos profesionales. En España se dispone de herramientas de tarificación, contratación y seguimiento de posiciones.

Portugal cuenta con el site Mediadores, una plataforma web que integra numerosas funcionalidades que ayudan a los agentes a gestionar su cartera de seguros, destacando la información de clientes, pólizas, cobros, anulaciones, siniestros, comisiones de gestión, así como los resultados de las campañas comerciales.

Chile dispone del Portal de Corredores (MAPFRE en línea), que proporciona información de la cartera, cobros, comisiones y declaración de siniestros, entre otras funcionalidades.

En Filipinas existen apps para los distribuidores, entre las que destacan SALES KITS, que incorpora herramientas de gestión de clientes; y MAPFRE APPS, que permite a los intermediarios acceder a materiales para reuniones y presentaciones.

Comercialización eficaz

En todos los países se han continuado impulsando plataformas tecnológicas vinculadas a la comercialización, campañas comerciales, planes de incentivos y programas de captación y capacitación para consolidar e impulsar en su mercado local el posicionamiento en la distribución de seguros. Un ejemplo es la consolidación de estrategias de acuerdos de distribución para mejorar la comercialización a través de entidades bancarias y concesionarios de automóviles que se ha realizado en Panama.

En Argentina existe un programa de incentivos para premiar la venta de la estructura regional bancaria del país y en Paraguay se realizan capacitaciones permanentes a los gestores bancarios para que tengan un mejor conocimiento de los productos MAPFRE e incentivan su venta a través de programas de incentivos.

Asimismo, en el afán por mejorar la relación entre los mediadores y la compañía, se desarrollan encuestas que miden el grado de satisfacción de la red comercial que distribuye los productos de MAPFRE, como muestra la siguiente tabla:

GRADO DE SATISFACCIÓN		
Área territorial	País	PORCENTAJE
IBERIA	ESPAÑA	51
	PORTUGAL	80
LATAM	BRASIL	78
	PANAMA	53
	PERÚ	88
	REPUBLICA DOMINICANA	84
INTERNACIONAL	MALTA	95
	PUERTO RICO	75
	TURQUÍA	74

Selección y formación

En España y en países de América Latina, donde más implantado está el modelo de distribución comercial con mediadores y redes propias, destaca el alto nivel de vinculación de estos profesionales con la entidad y el bajo índice de rotación que existe en este ámbito.

A esta vinculación contribuye la globalidad y flexibilidad del Grupo, que permite a los mediadores presentar una oferta integral personalizada y adaptada a las necesidades de cada cliente. El compromiso de MAPFRE con sus mediadores se refleja también en las múltiples iniciativas de formación y servicio puestas en marcha para impulsar su negocio y desarrollo profesional. Los mediadores valoran también muy positivamente la solvencia y reputación de MAPFRE, que refuerza su gestión con el cliente.

MAPFRE también fomenta la conciencia medioambiental de sus mediadores, impulsando prácticas respetuosas con el medio ambiente que redundan, además, en un ahorro en el consumo de papel y energía. En diferentes países se han desarrollado iniciativas para implicar a los mediadores en buenas prácticas de responsabilidad social medioambiental.

Así, en España y Portugal, por ejemplo, existen actuaciones de asesoramiento a la red comercial en materia de gestión de residuos y de ahorro energético, lo que facilita la implantación de políticas que favorecen ambos aspectos. Valorando el ahorro promedio obtenido por equipo, se estima que en 2015 se ha logrado en el Área Territorial IBERIA una disminución de consumo energético superior a 500.000 kWh respecto al año 2012, año en el que se implantaron políticas de ahorro energético en equipos informáticos.

Para valorar las habilidades y competencias profesionales —y otros aspectos como la eficacia comercial o actitudes de orientación a la venta— la selección de nuevos mediadores cuenta con diferentes pruebas y test comerciales.

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

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

La formación desarrollada para mediadores está concebida para ayudar a cumplir los objetivos marcados, y para contribuir al desarrollo profesional de las personas a las que se dirige, según cada perfil y experiencia.

Los programas de formación incluyen, además, información corporativa orientada a transmitir la política, cultura, estrategia y valores de la compañía; capacitación técnica orientada al conocimiento de los procesos de las distintas áreas del Grupo; información sobre novedades legislativas que afectan al seguro; y formación comercial, dirigida a proporcionar conocimientos sobre productos, herramientas, habilidades y técnicas de venta.

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

En 2015 se han impartido más de 1,6 millones de horas de formación a mediadores, con programas que contemplaban principalmente formación comercial y técnica, entre otras materias.

A lo largo de 2015 la formación se ha distribuido de la siguiente forma:

MEDIADORES	Tipo	HORAS
COMERCIAL	Multimedia	691.923
	Presencial	528.867
TRANSVERSAL	Multimedia	45.994
	Presencial	93.415
TÉCNICA	Multimedia	52.351
	Presencial	192.037
TOTAL GENERAL		1.604.586

Acuerdos de distribución

Existen canales complementarios de distribución procedentes de acuerdos con entidades financieras, talleres, concesionarios de automóviles, centros comerciales, etc. También se cuenta con acuerdos con empresas de servicios y asociaciones que distribuyen productos de MAPFRE a sus clientes y a sus socios (empresas o particulares).

FÓRMULAS DE APOYO

En algunos países se han creado áreas específicas para prestar apoyo y seguimiento a las redes de venta de las entidades colaboradoras para la mejora constante y adaptación de productos; el desarrollo de programas de capacitación para las respectivas estructuras y la adaptación a sus plataformas de comercialización y gestión; y la oferta de campañas e incentivos comerciales dirigidos a estos colaboradores.

En España, por ejemplo existe el Plan Recover, dotado de recursos e inversión dirigida a mejorar el apoyo y seguimiento a nuestra red de venta de entidades colaboradoras con la finalidad de incrementar la recuperación de pólizas.

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

PAÍSES	ENTIDADES FINANCIERAS
ARGENTINA	Banco Patagonia- Santander Rio- ICBC
BRASIL	Banco do Brasil, Caixa Seguros, Porto Real
COLOMBIA	Banco Finandina, Banco Corpbanca, Bancamía
CHILE	Banco Chile, Banco Santander, Banco Itau
ESPAÑA	Bankia, Bankinter, Caja Duero, CCM
MALTA	Bank of Valleta
MÉXICO	Compartamos Banco, Banco Forjadores
PANAMÁ	BAC, Banvivienda y Delta
PARAGUAY	BBVA, ITAU y Banco Regional
PERÚ	Scotiabank, Financiera Confianza, Caja Piura
PORTUGAL	BBVA, BBIC
PUERTO RICO	Banco Popular , Scotia Bank, Oriental Bank
REPÚBLICA DOMINICANA	BHD Leon
TURQUÍA	Finansbank

Al cierre de 2015, el Grupo contaba con 2.604 acuerdos de distribución que complementan la actividad comercial de su red.

MAPFRE distribuyó sus productos a través de 8.932 oficinas de bancaseguros (de las que 3.330 se sitúan en España, 5.424 en Brasil y 178 en República Dominicana).



4.5. MAPFRE Y SUS PROVEEDORES

[G4-12]

Este capítulo da respuesta de manera específica a los temas identificados como relevantes en el estudio corporativo de materialidad realizado en 2015.

Los proveedores deben cumplir las premisas de calidad en los servicios y productos que ofrecen, ser íntegros en sus prácticas empresariales, y cumplir estrictamente con la normativa que regula su actividad.

Por su parte, MAPFRE asegura transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establecen el Código Ético y de Conducta y la Norma Corporativa de Compras.

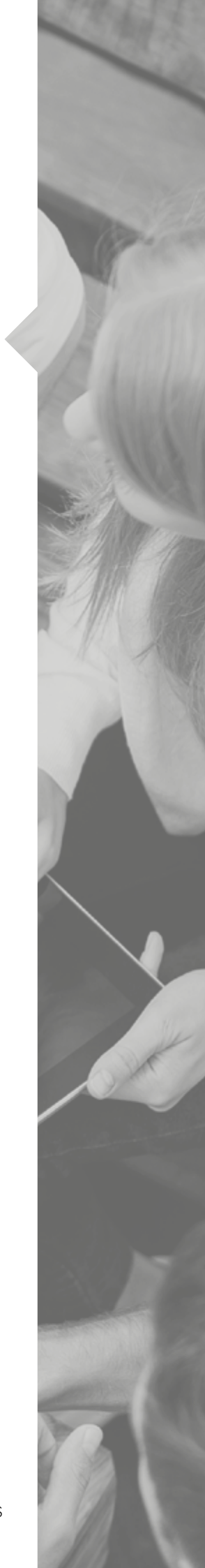
Esta norma de compras establece los criterios y principios de obligado cumplimiento de cualquier contratación que se realice en nombre de MAPFRE; la gestión de la relación con los proveedores del Grupo, tanto los de servicios operativos de negocio, como los proveedores de soporte, y la garantía ética y de responsabilidad social de toda la cadena de suministros en cualquier empresa del Grupo y en cualquier parte del mundo.

4.5.1. Tipos de proveedores

[G4-EC9]

Existen tres categorías principales de proveedores:

- **De servicios:** que realizan las prestaciones derivadas de los contratos de seguro o de servicios ofrecidos por las empresas aseguradoras del Grupo o sus filiales a sus clientes.
- **De soporte:** que no tienen como objeto a los asegurados sino a la empresa y sus actividades de gestión. Entre ellos figuran agencias de viajes, firmas de consultoría, auditoría, gestión de inmuebles, marketing y publicidad, impresión, etc.
- **Tecnológicos:** que forman parte de los proveedores de soporte y ofrecen soluciones en tecnología necesarias para el desarrollo del negocio.



En 2015 se ha mantenido relación con 220.795 proveedores y el coste total facturado a entidades de negocio asegurador del Grupo ha ascendido a más de 4.100 millones de euros.

A continuación se muestra el detalle:

	IBERIA		LATAM*		INTERNACIONAL	
	Nº de Proveedores	Coste	Nº de Proveedores	Coste	Nº de Proveedores	Coste
De servicios (ESPECÍFICOS)	72.340	1.413	53.059	683,6	75.208	603,7
De soporte (GENERALES)	3.311	297,8	9.743	638,5	5.565	88,3
Tecnológicos	238	266,6	747	99,4	584	72,3

Coste (millones de euros).

* No se incluye información relativa a los proveedores de Costa Rica y Argentina.

4.5.2. Relación con proveedores y sistemas de apoyo

La relación con los proveedores se articula a través de las plataformas web; los portales específicos; las plataformas telefónicas (propias o concertadas); las redes sociales; los boletines; los grupos de trabajo; y los responsables de proveedores específicos para cada área de negocio y para bienes y servicios tecnológicos, que gestionan la relación con los mismos.

En este ámbito, destaca una de las últimas novedades, el desarrollo de la Plataforma de Compras Corporativa en España, un portal único al que todos los proveedores de soporte de gestión pueden acceder para homologarse, recibir invitaciones, acreditaciones y pedidos y enviar facturas.

En otros países se han introducido novedades en la comunicación directa con los proveedores, como la liquidación de factura a través de la página web (República Dominicana), actualizaciones de diseño en la Aplicación Móvil MAPFRE (Puerto Rico), el sistema de auto consulta de pago para proveedores a través del portal MAPFRE en línea (Chile) y el boletín de noticias para los proveedores de servicios que contiene sugerencias de atención, novedades de la compañía y textos dedicados a la sostenibilidad y la innovación (Brasil).

MAPFRE trabaja para convertir a sus proveedores en verdaderos embajadores de la marca a través de la relación que desarrollan con el cliente y de su capacidad de servicio.

En este fin, destaca la iniciativa Proveedores de Servicio MAPFRE, que pretende alcanzar la diferenciación a través de la prestación del servicio, así como aprovechar las mejores prácticas en diferentes mercados para ser más competitivos, estableciendo un modelo global de gestión y relación con proveedores de servicios de prestaciones.

Dicho modelo, generado a partir de la creación mutua de valor, vela por la prestación de un servicio de máxima calidad que supere las expectativas de nuestros clientes y se sustenta sobre tres pilares fundamentales: el compromiso bidireccional, la categorización de proveedores y el modelo de contribución común, mediante el cual MAPFRE aumenta sus compromisos hacia el proveedor a medida que éste demuestre su compromiso en la prestación de un servicio excelente.

Durante el año 2015, se ha iniciado el despliegue de la implantación del modelo en los diferentes países en las que MAPFRE opera, realizando la prueba piloto en el Área Regional Latam Norte (México), y a continuación en el Área Regional EMEA (Italia), en ambos casos con resultado satisfactorio. En el año 2016 se ha planificado su despliegue en las Áreas Regionales de Latam Sur, Brasil y Norteamérica.

4.5.3. Criterios de selección de proveedores y relación con ellos

[G4-EN32; LA14, LA15]

Los proveedores deben desarrollar 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. Por esta razón se aplican cláusulas de protección social, ambiental o de la marca. Asimismo, deben estar al corriente de sus obligaciones tributarias y fiscales. La selección y contratación de los proveedores en MAPFRE se realiza dentro del marco legal, con criterios técnicos, profesionales y económicos adecuados, siempre atendiendo a las necesidades e intereses del Grupo.

Los factores que se tienen en cuenta a la hora de contratar proveedores en MAPFRE se recogen en la Norma Corporativa de Compras. De estos, cabe destacar los siguientes aspectos: la importancia del proveedor para la empresa; su capacidad de negociación; que el volumen de negocio con el Grupo no suponga más del 50 por 100 de la facturación total del proveedor (es recomendable que la facturación con MAPFRE no supere el 25 por 100 del total de la facturación del proveedor); ningún empleado puede recibir u ofrecer comisiones o gratificaciones; y todas las fases del proceso de compras deben desarrollarse con la máxima objetividad, imparcialidad e igualdad de oportunidades.

Esta norma también incorpora las fases que deben seguirse en el proceso de contratación:

- 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 periódica de contratos y licitaciones en función de la situación y condiciones del mercado.

- Revisión de la calidad del bien o servicio, con análisis de valores añadidos, mediante implantación de modelos de gestión medibles.

- Verificación del cumplimiento de condiciones contractuales.

- Proceso de pago.

Además, toda contratación busca una actuación respetuosa con el medio ambiente, promoviendo en la prestación del servicio las buenas prácticas y los objetivos que se recogen en la política medioambiental del Grupo.

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

- Criterios de selección de proveedores valorando su comportamiento ambiental así como la huella ambiental de sus productos y servicios, especialmente de aquellos que se consideran de mayor impacto ambiental o energético. Así, las plataformas corporativas de gestión de proveedores recogen los criterios de sostenibilidad en las especificaciones de compra y en las matrices utilizadas para la comparación de ofertas.

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

- Información a los proveedores sobre buenas prácticas que pueden impactar en el entorno en el que operen para aquellos centros de trabajo que cuenten con certificado ambiental.

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

4.5.4. Homologación de proveedores

[G4-EN32, EN33; LA14; HR4, HR10; SO9]

Desde la entrada en vigor de la Norma Corporativa de Compras, 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.

Entre los requisitos para esta homologación, destacan los siguientes:

- La 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.
- Encontrarse al día en el cumplimiento de sus obligaciones laborales, de prevención de riesgos laborales y obligaciones tributarias.
- Conocer el desarrollo de la empresa en materia de responsabilidad social corporativa, especialmente en seguridad y salud laboral, igualdad y conciliación de la vida personal y laboral y rechazo de las prácticas de corrupción, extorsión y soborno.

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

4.5.5. Fidelización y evaluación de la calidad del servicio

[G4-HR5, HR6, HR11]

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE es alta y su rotación es reducida. Se han desarrollado programas específicos de fidelización de proveedores en distintos países, siendo común ofrecerles ventajas como descuentos en seguros, viajes o vehículos.

Como ejemplos, en Puerto Rico se está desarrollando el Programa de Embajadores de Marca que incentiva la promoción de la marca MAPFRE, y en Brasil se realizan actividades culturales dirigidas a los principales proveedores.

La calidad es una premisa fundamental para MAPFRE y por ello se evalúan de forma constante los servicios prestados por los proveedores a través de diferentes medidas:

- Visitas a las instalaciones del proveedor o encuestas entre los clientes.
- Información de diferentes canales, como las incidencias detectadas por los operadores; visitas, reuniones o convenciones de proveedores; comités de compras; comunicación con el cliente; y auditorías internas y específicas.
- Evaluaciones de calidad, cuyos criterios varían en función de las actividades que realizan. 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.

Como ejemplo de impulso de la calidad, durante 2015 en España se ha facilitado la obtención gratuita de certificaciones de Calidad TQ a 30 Talleres distinguidos (TD). Dicha certificación, expedida por CESVIMAP, distingue a los talleres que ofrecen una mayor calidad de reparación a sus clientes, teniendo en cuenta criterios referentes a instalaciones, equipos, personal y procedimientos de trabajo.

Por otra parte, dentro de la campaña de proveedores de Hogar (Tourmap 2015), se ha premiado a un total de 80 proveedores valorando aspectos como la puntualidad,

la calidad del trabajo realizado, el trato al cliente, la imagen profesional, la limpieza y el orden y la uniformidad en la utilización de la vestimenta MAPFRE.

Además, MAPFRE ASISTENCIA desarrolla con carácter bianual un Observatorio de Calidad para conocer la percepción que tienen los diferentes stakeholders sobre la calidad de servicio que reciben de la entidad.

Asimismo, 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 este sentido, cabe destacar la satisfacción demostrada por los proveedores de algunos países, como Puerto Rico (92 por 100) o Panamá (68 por 100) en los diferentes estudios realizados.



4.5.6. Formación

MAPFRE considera que ofrecer formación a sus proveedores fortalece el compromiso que éstos tienen con la compañía, además de ser la forma más efectiva de mejorar el servicio y atención a sus clientes. Esta es la mejor fórmula para integrarlos en la cadena de valor de la compañía y transmitirles la importancia del servicio que prestan, lo que contribuye a un mayor grado de fidelización de los clientes. Por ello, los proveedores reciben de forma general información acerca de la cultura de la compañía y sobre qué significa y qué implicaciones tiene la calidad para MAPFRE.

Por otra parte, junto a la formación técnica, también tienen acceso a los principios institucionales y empresariales de MAPFRE, y a la política de Responsabilidad Social del Grupo, que promueve activamente el compromiso con los Derechos Humanos.

Se proporcionan sistemas, materiales, dossiers formativos, herramientas y cursos on-line y presenciales, que facilitan su labor y aportan conocimientos sobre modificaciones legislativas, desarrollos tecnológicos y otros temas relevantes.

En 2015 se han llevado a cabo actividades de formación en tarificaciones, coberturas y nuevos productos (Panamá), calidad en la atención y pago del servicio (Nicaragua), planes de seguridad (Portugal), carrocería, pintura y electromecánica (Colombia), y normas y estándares de desarrollo de los sistemas y políticas de seguridad (Puerto Rico).

En relación al ámbito medioambiental, destaca la iniciativa desarrollada en Paraguay, donde se mantuvieron sesiones con los principales proveedores de servicios sobre aspectos ambientales y los impactos que pueden ocasionar las malas prácticas, así como formación e instrucciones de seguridad y medio ambiente a su principal proveedor de limpieza de oficinas.

También en Puerto Rico, se ha organizado una sesión con los proveedores y se les ha orientado sobre la política medioambiental establecida en MAPFRE, sus programas de residuos sólidos y manejo de residuos en las instalaciones de la compañía.

Además en Brasil, se ha llevado a cabo el III Workshop de Inspección de Riesgos, cuyo objetivo es presentar los principales conceptos del cambio climático y la relación de su impacto en una compañía aseguradora.

4.6. MAPFRE Y LA SOCIEDAD

Uno de los objetivos de MAPFRE es transmitir el valor social de la empresa en cada país en el que está presente.

Para MAPFRE el concepto de valor social de la empresa es la suma del valor que genera la actividad comercial y aquellas otras no lucrativas que la compañía apoya y desarrolla, principalmente, a través de Fundación MAPFRE y que tiene un impacto en el desarrollo de los países en los que la compañía está presente.

Los tres informes anuales que se presentan en la Junta de Accionistas —el Informe de Cuentas Anuales, el Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa y el Informe Anual de Fundación MAPFRE—, representan en su conjunto el impacto económico y social del Grupo.



10 años de apoyo a la Responsabilidad Social.

Principales impactos:

IMPACTO ECONÓMICO: Informe de Cuentas Anuales

<https://www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/informacion-financiera/>

IMPACTO SOCIAL:



EMPLEO

DIRECTO

- Incremento de la plantilla creando 1.352 empleos directos con respecto a 2014.
 - el 51,9 por 100 de las nuevas incorporaciones a la plantilla fueron mujeres.
 - se han incorporado 70 personas con discapacidad, lo que supone un 17 por 100 más que en 2014.

INDIRECTO

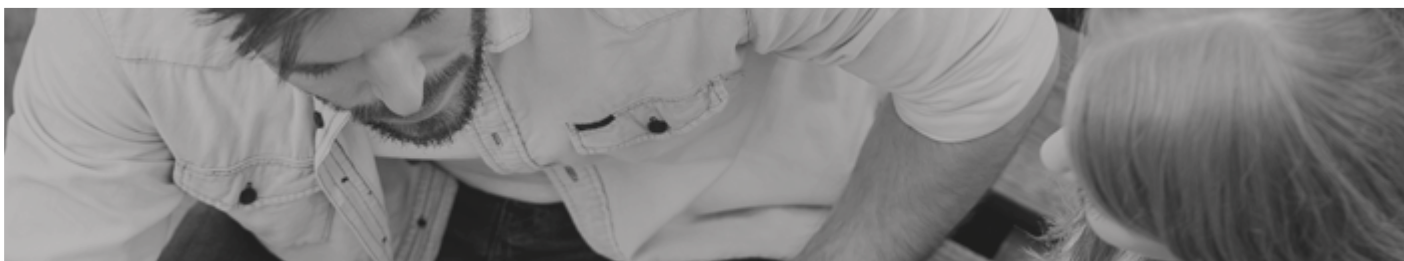
- Más de 80.000 agentes, delegados y corredores trabajan con MAPFRE.
- Más de 220.000 proveedores con los que MAPFRE mantiene una relación comercial o de servicios.

PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN LABORAL

- Cumplimiento de la cuota de reserva legal en España:
 - Contratos de prestación de servicios suscritos con centros especiales de empleo por importe de 304.658,81 euros.
 - Donaciones por importe de 1.007.753,75 euros destinadas a proyectos de integración laboral de personas con discapacidad o proyectos de empleo, elaborados por asociaciones y fundaciones especializadas.
- Donaciones a proyectos de empleo de personas con discapacidad en China, Francia y Malta, por importe de 283.928,8 euros.

PROGRAMA CRECE CON NOSOTROS

- Más de 404 acuerdos con instituciones educativas y universidades para la realización de prácticas en la empresa.
- En 2015, más de 1.000 becarios de 27 países han realizado prácticas en el Grupo.



FORMACIÓN Y DESARROLLO

INVERSIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - 15,1 millones de euros invertidos (1 por 100 del importe de las retribuciones de 2015).
TIEMPO DE FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Más de 1.325.774 horas destinadas a la formación en todas sus modalidades (presencial; e-learning y mixta).
PROGRAMAS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Escuela de Desarrollo Profesional: Ocho programas de desarrollo profesional en el que han participado 140 empleados de 30 países. - Escuela de Cultura y Políticas Globales: 36.742 empleados formados. - Escuela de habilidades: 25.830 empleados formados. - Escuela de idiomas: 133.454 horas de formación impartidas. - Se ha puesto en marcha la Biblioteca de Idiomas con recursos formativos accesibles a todos los empleados del mundo. - Escuela de Liderazgo, en el que han participado 79 altos directivos de 15 países.
MODELO GLOBAL DE EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - 76,5 por 100 de la plantilla fue evaluada con el modelo global de evaluación. - 178 directivos, fueron evaluados con el sistema de evaluación 180º.



RETRIBUCIÓN Y BENEFICIOS SOCIALES

RETRIBUCIÓN VARIABLE/ INCENTIVOS

- La retribución en MAPFRE está integrada por una parte fija, una parte variable (en función del cumplimiento de los objetivos de la empresa y de los asignados al empleado) y un paquete de beneficios sociales.
- El porcentaje de retribución variable sobre retribución total del Grupo representa el 10,9 por 100, con un peso en el salario de los empleados que oscila entre el 10 y el 40 por 100, dependiendo del puesto.
- MAPFRE cuenta con un programa de incentivos plurianuales a nivel global para 135 directivos.

BENEFICIOS SOCIALES

- Todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal:
 - Seguro de salud.
 - Sistemas de previsión social/seguro de vida.
 - Bonificaciones en seguros.
 - Premio de permanencia en la empresa.
 - Ayuda escolar para hijos.
 - Premio de natalidad.
 - Préstamos.
 - Ayudas a empleados para situaciones especiales normalmente derivadas de problemas de salud.

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL

Nº EMPLEADOS BENEFICIADOS

Horario laboral flexible	12.131
Trabajo a tiempo parcial	2.262
Jornada laboral reducida	4.467
Teletrabajo	788
Permisos retribuidos y no retribuidos	14.252
Excedencias por motivos personales o estudios	1.549
Programa de integración de empleados tras un permiso de larga duración	756

ACTIVIDADES SOCIALES PARA EMPLEADOS Y FAMILIARES

TIPO DE ACTIVIDADES

- Actividades deportivas: carreras, competición de fútbol, tenis, pádel y atletismo.
- Actividades culturales: talleres educativos de cultura y seguridad vial a través de Fundación MAPFRE.
- 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.
- Actividades con asociaciones de personas con discapacidad: venta de plantas y lotería.



ACTIVIDADES SOCIALES PARA EMPLEADOS Y FAMILIARES

PARTICIPACIÓN

- En el año 2015, se desarrollaron 397 actividades sociales, con 71.217 participaciones de empleados y familiares.

PLATAFORMAS PILOTO EN ESPAÑA

- Me Gusta: red social interna a través de la que se ofrece a los empleados actividades deportivas, culturales y de ocio. Cuenta con 6.767 empleados inscritos.
- teCuidamos Empleados: programa de fidelización que ofrece a los empleados un espacio donde encontrar ofertas y descuentos en ocio, salud, restauración y tecnología, entre otros servicios. Además, cuenta con servicios de orientación psicológica, pediátrica, asistente nutricional, asesoramiento fiscal, asesor mecánico virtual, gestor para asuntos personales, telefarmacia y segunda opinión médica, entre otros. Cuenta con 9.480 empleados inscritos.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

PARTICIPACIÓN

- MAPFRE cuenta con 93.944 participaciones de 4.120 voluntarios en todo el mundo.
- El programa se lleva a cabo a través de Fundación MAPFRE, que actúa como entidad colaboradora, diseña, organiza y desarrolla esta actividad en 21 países de América, Asia y Europa.

PROGRAMAS

- 765 actividades de carácter social y medioambiental.
- Inversión horas: 11.595 horas.
- Beneficiarios: más de 543.143 personas.
- Formación presencial y e-learning sobre diferentes temas relacionados con la actividad solidaria: 432 horas.



EMPRESA SALUDABLE Y SEGURA

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

- Un total de 27.197 empleados, un 70,8 por 100 de la plantilla están representados en comités de salud y seguridad conjuntos dirección-empleados, que han sido establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre esta materia.

MODELO DE EMPRESA SALUDABLE

- Actuaciones informativas y formativas, en materia de salud y hábitos saludables:
 - Se han dedicado 10.071 horas a formación específica en salud y bienestar.
 - La revista El Mundo de MAPFRE ha publicado en 2015 los siguientes artículos en el apartado Estar Bien: La felicidad. Pautas para ser feliz, Los peligros de la automedicación irresponsable, Reducir horas de sueño, una opción que no debemos contemplar y Los beneficios de la solidaridad.
- Promoción de la salud.
- Actividad física y alimentación.
- Bienestar mental.
- Entorno Personal.

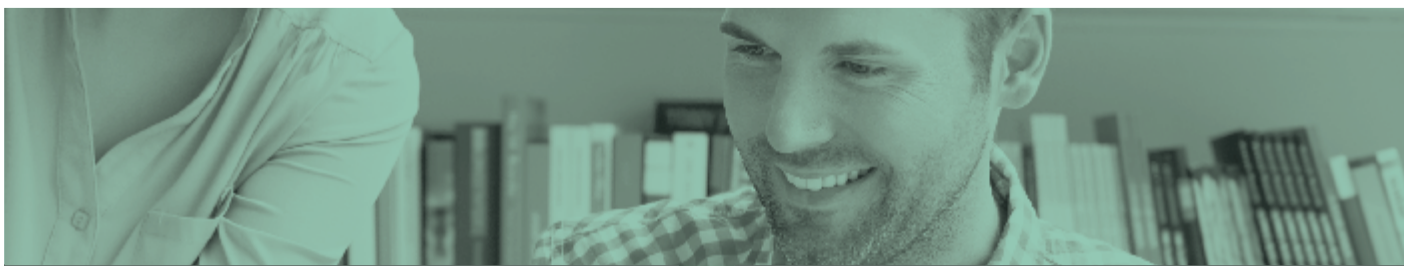
BUENA PRACTICA: ESPAÑA

- 1ª. Semana MAPFRE: Objetivo Salud.



DIVERSIDAD, IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN

DIVERSIDAD	De género	<ul style="list-style-type: none"> - 37,8 por 100 de los empleados con puestos de nivel dirección/jefatura son mujeres. - 52 mujeres ocupan puestos de Alta Dirección o puestos en Consejos de Administración. - El Consejo de Administración de MAPFRE S.A. cuenta entre sus miembros con tres mujeres, lo que representa el 16,6 por 100 de los miembros, un 50 por 100 más que el año 2014.
	Funcional	<ul style="list-style-type: none"> - Programa Global de Discapacidad, con implantación en 22 países. - 479 empleados con discapacidad en 21 países.
	Cultural	<ul style="list-style-type: none"> - 65 nacionalidades conviven en el Grupo. - En las Áreas Corporativas hay empleados de 30 nacionalidades. - El 74,2 por 100 de la Alta Dirección y directivos que trabajan en las empresas del Grupo son nativos del país en el que desarrollan su actividad. - Se promueve la movilidad internacional, que en 2015 ha supuesto que 118 empleados han cambiado su puesto de trabajo a otro país.
	Generacional	<ul style="list-style-type: none"> - Generación Y: 16.437 empleados. - Generación X: 17.708 empleados. - Baby Boomers: 4.260 empleados. - Programa global de Trainees para impulsar el talento joven, incorporando 22 jóvenes de cuatro nacionalidades (España, China, Rumanía y Turquía). - Incorporación al Observatorio Generación y Talento. España.



DIVERSIDAD, IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN

IGUALDAD

- Desarrollo de acciones específicas destinadas a fomentar la igualdad de oportunidades y trato entre hombres y mujeres, entre las que destacan:
 - Programa de empoderamiento de mujeres que desarrolla acciones positivas para la preparación de mujeres para asumir puestos de responsabilidad en Brasil.
 - Plan de Igualdad de Oportunidades, que establece medidas en materia de acceso al empleo, promoción, formación, retribución y comunicación. España.
 - Firma del acuerdo con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad de España.
 - Adhesión a la Red de liderazgo de la Mujer, que monitoriza la evolución de las mujeres en puestos de liderazgo. Estados Unidos.

NO DISCRIMINACIÓN

- Selección: MAPFRE tiene definido un procedimiento global de selección que garantiza la objetividad, el máximo rigor y la no discriminación en todos los procesos.
 - El número de procesos de selección realizados en el año 2015 ha sido de 7.029 de los cuales 4.976 han sido externos.
- Movilidad: El Grupo dispone de una definición de estructura homologada de puestos a nivel global, lo que ofrece de forma transparente oportunidades de movilidad.
 - La empresa tiene definido un procedimiento global de movilidad interna que permite a los empleados contar con información de las vacantes que surgen, del perfil requerido y de los pasos que deben dar para optar al puesto.
 - En el año 2015 de las 7.029 vacantes publicadas, 2.053 se han cubierto por movilidad interna y el 53 por 100 han supuesto promoción.
- El número de bajas por maternidad en el año 2015 ha sido de 954 y el número de bajas por paternidad 546. El 86,7 de las mujeres y el 98,5 de los hombres que disfrutaban esta baja regresan al trabajo una vez concluido ese periodo.
- 756 empleados se han beneficiado de un programa de integración tras un permiso de larga duración.
- MAPFRE cuenta con una Política de Respeto a las Personas y un Protocolo para la Prevención y el tratamiento del Acoso.



INNOVACIÓN

Más de 44 productos y servicios aseguradores lanzados al mercado en 2015.

PRODUCTOS DE IMPACTO SOCIAL, DIRIGIDOS A COLECTIVOS DE BAJO NIVEL DE RENTA, CON EL OBJETIVO DE GENERAR VALOR A LA SOCIEDAD

Más de 14 productos en cartera, en 5 países.

PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA LA MITIGACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Más de 11 productos en 5 países.

MEDIO AMBIENTE

CAMBIO CLIMÁTICO

Eco-Eficiencia en Edificios

– Se estima que la campaña de sensibilización de empleados "Cool Biz" logró contener más de 200.000 kWh de consumo eléctrico en climatización durante el verano de 2015.

Compra de energía verde

– El 27 por 100 del total de la energía eléctrica adquirida por el Grupo en España tuvo garantía de origen renovable, lo que ha supuesto una reducción de 4.274 Tm CO₂e.

GESTIÓN EFICIENTE DE RECURSOS

Energía

– Reducción de consumo de gas natural y electricidad mediante renovación tecnológica de instalaciones y mejora en la operativa de control, con un ahorro superior a 100 Tm CO₂e.

Papel y tóner

– En 2015, el 52 por 100 del papel consumido dispone de etiquetado que certifica la gestión sostenible de la explotación de los bosques.

Equipos informáticos fuera de uso

– 35 por 100 de los equipos donados frente al total gestionado.

MAPFRE y los derechos humanos

El principio general número seis de la Política de RSC de MAPFRE establece el compromiso que MAPFRE adquiere en este ámbito.

Por otra parte, la adhesión de MAPFRE al Pacto Mundial de Naciones Unidas, y sus diez principios, compromete directamente a la compañía con el respeto, la defensa y la protección de los Derechos Humanos, contenidos en la "Carta Internacional de Derechos Humanos", en los convenios de la Organización Internacional del trabajo (OIT) y en la Declaración de Principios Fundamentales y Derechos del Trabajo.

Por todo ello, MAPFRE se compromete en el ámbito de los Derechos Humanos:

– A evitar prácticas discriminatorias o que menoscaben la dignidad de las personas:

- Procurando un entorno de trabajo digno, seguro y saludable; adoptando normas y procedimientos en materia de salud laboral y prevención de riesgos laborales, evitando cualquier tipo de actitud discriminatoria, de intimidación o violencia, en cualquiera de sus manifestaciones por razón de sexo, origen étnico, credo, religión, edad, discapacidad, afinidad política, orientación sexual, nacionalidad, ciudadanía, estado civil o estatus socioeconómico.
- Rechazando el trabajo infantil y el trabajo forzoso u obligatorio.

– A respetar la libertad sindical, de asociación y negociación colectiva de sus empleados, y respetar el papel y responsabilidades que competen a la representación de los trabajadores de acuerdo con la legalidad vigente.

– A ofrecer un empleo digno:

- MAPFRE remunera a sus empleados de una manera digna, ajustada a sus competencias, responsabilidades y funciones. Dicha remuneración estará alineada con la legislación aplicable y con las condiciones de los mercados donde opera, que permita satisfacer sus necesidades básicas y las de sus familias.
- MAPFRE garantiza el derecho de sus empleados a un horario de trabajo que respete el derecho al descanso y facilitará, prácticas de trabajo flexible, reconociendo la necesidad de los empleados a equilibrar su vida laboral con otros intereses y responsabilidades.
- MAPFRE garantiza, asimismo, el derecho de las personas a la privacidad de sus datos personales.

– A la implantación de procedimientos de debida diligencia para identificar las posibles situaciones de mayor riesgo en relación con los derechos humanos, y desarrollar los mecanismos para prevenir y mitigar dichos riesgos en sus actividades.

Para facilitar el cumplimiento de estos compromisos y poder elaborar una Guía de implantación en el Grupo, se realizará un diagnóstico previo mediante la aplicación de la herramienta de Implantación de los Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos de la Red Española de Pacto Mundial, entidad de referencia en este ámbito.

En 2016, se comienza el diagnóstico en Brasil, Colombia y España.

Premios y reconocimientos

Parte de esta contribución social, viene reconocida por los premios y reconocimientos que MAPFRE ha recibido durante 2015.

- **MAPFRE** premiada por su proyecto del Marco Global de Internet por SDL y Fecron
- **MAPFRE y VERTI**, websites del año 2015 en el sector asegurador otorgado por MetrixLab
- **MAPFRE**, entre las empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo (MERCOSUR)
- **MAPFRE**, la aseguradora con mejor reputación en España y Latinoamérica (MERCOSUR)
- **MAPFRE**, la mejor aseguradora para trabajar en España (MERCOSUR)
- La organización CDP-Driving Sustainable Economies ha distinguido a **MAPFRE** como una de las empresas líderes en su actuación contra el cambio climático y ha sido incluida por primera vez en su clasificación Climate A-List
- **MAPFRE**, empresa de "Nivel Avanzado" en materia de RS por cuarto año consecutivo. Otorgado por el Pacto Mundial de Naciones Unidas
- **MAPFRE** es la aseguradora española más reputada y mejor gestionada/Recibe esta distinción por parte del Estudio de Éxito Empresarial desarrollado por la consultora Advice.
- Randstad reconoce a **MAPFRE** como la entidad más atractiva del sector asegurador
- **MAPFRE** premiada por la Cámara de Comercio Hispano-Turca por su contribución a la relación entre ambos países



Premio por el proyecto Marco Global de Internet



Randstad Awards 2015



MAPFRE recibió el premio de la Cámara de Comercio Hispano-Turca

– Por segundo año consecutivo, Great Place To Work ha incluido a **MAPFRE** en la lista de los Best Workplaces en España. El reconocimiento marca un estándar de calidad internacional de los lugares de trabajo

– El ayuntamiento de Valladolid reconoce a **MAPFRE** como empresa sensible a la igualdad entre mujeres y hombres con el XIV Premio “Empresa Sensible a la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres”

– **MAPFRE**, entre las aseguradoras médicas con mejor reputación de España según el Monitor de Reputación Sanitaria

– La aseguradora de **MAPFRE** en **Alemania**, Direct Line, premiada por su servicio por la revista Focus Money y la agencia Service Value

– **MAPFRE MÉXICO**, galardonada con el premio Innovation in Partnership de la cuarta Cumbre Anual de Seguros Masivos América Latina 2015

– **MAPFRE MÉXICO**, entre las aseguradoras mejor evaluadas por CONDUSEF

– Top Car MAPFRE 2015 reconoce a los mejores de la industria del automóvil en **México**

– **MAPFRE RE**, premiada como la Mejor Reaseguradora de **Venezuela** en la cuarta edición del Annual Latin American Insurance and Reinsurance Forum

– **MAPFRE PARAGUAY** logra el Certificado de Gestión Ambiental ISO 14001

– **MAPFRE PARAGUAY**, La Revista Plus y el Diario 5 Días han concedido a MAPFRE PARAGUAY el premio Top of Mind 2015 en la categoría “Aseguradoras”, lo que les posiciona por cuarto año consecutivo como la compañía del sector más conocida en el país latinoamericano

– **BB MAPFRE**, una de las empresas más sostenibles de Brasil por la guía EXAME



Premio Best Place To Work España



MAPFRE RE, mejor reaseguradora de Venezuela

– **BB MAPFRE** galardonada como empresa Top Employer otorgado por el Instituto Internacional de Certificación (Top Employers Institute). Este certificado reconoce a aquellas empresas que alcanzan la excelencia en las condiciones laborales que ofrecen a sus empleados

– **InsureandGo** galardonada en los British Travel Awards en la categoría Best Travel Insurance Provider (Mejor Proveedor de Seguros de Viaje)

– **MAPFRE** en **Malta** recibe la medalla Best Buy Award basada en un estudio llevado a cabo por ICERTIAS

– **MAPFRE COLOMBIA** reconocida por la Secretaría Distritos de Ambiente de Bogotá como organización responsable por su gestión ambiental

– **MAPFRE**, elegida como una de las Mejores Empresas para Trabajar en Argentina, Colombia y Perú (MERCOSUR)

– **MAPFRE ASISTENCIA**, Premio a la Excelencia de la revista Acquisition International

– **MAPFRE ASISTENCIA** recibe el premio de Innovación y Excelencia Corporate LiveWire

– **BB MAPFRE** se incorpora a la Junta Directiva de PSI (Principios de Sostenibilidad en el Seguro), una propuesta global de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Iniciativa Financiera

– **MAPFRE** firma la declaración del sector seguros de Naciones Unidas en apoyo a la reducción del riesgo de desastres

– **MAPFRE** sube 19 posiciones en el ranking MERCOSUR en Argentina, hasta el puesto número 32, y es la segunda aseguradora más prestigiosa en este país

– **MAPFRE** galardonada por los 15 años de Liderazgo Reputacional en los premios ABC que reconoce a las empresas incluidas en el MERCOSUR



El informe MERCOSUR sitúa a MAPFRE entre las empresas más responsables

Principales asociaciones

[G4-15, 16]

TERRITORIAL IBERIA	
España	<ul style="list-style-type: none">– Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA)– Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (UNESPA)– Asociación de Instituciones de Inversión Colectiva y Fondos de Pensiones (INVERCO)– Instituto de Auditores Internos de España– Asociación Española de Gerencia de Riesgos (AGERS)– Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC)– Asociación española de marketing directo y Academia de las ciencias y las artes de la televisión <p>Institucionales</p> <ul style="list-style-type: none">– Red Española del Pacto Mundial– Corporate Excellence– Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEPFI)– CRO Forum - Asociación de Ginebra– European Financial Services Roundtable– The European Insurance CFO Forum– Pan-European Insurance Forum– International Union of Marine Insurance (IUMI)– Asociación Latinoamericana de Suscriptores Marinos (ALSUM)– International Association of Engineering Insurers (IMIA)– International Union of Aerospace Insurers (IUAI)– Organización Mundial del Turismo (OMT)– Multinational Insurance Compliance Officer Roundtable (MICOR)
Portugal	<ul style="list-style-type: none">– Associação Portuguesa de Seguradoras– Câmara Comercio e Industria Luso Espanhola

TERRITORIAL LATAM

● Argentina

- _ Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS)
- _ Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS)
- _ Cámara Española de comercio de la República Argentina (CECRA)

● Brasil

- _ Asociación Brasileña de Medios (ABA)
- _ 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)
- _ Asociación Brasileña de Comunicación Empresarial (ABERJE)
- _ Cámara Oficial Española de Comercio en Brasil
- _ Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI)
- _ Cámara de Comercio de EE.UU (AMCHAM)
- _ Academia Nacional de Seguros e Previdência (Academia Nacional de Seguros y Previsión) NSP

● Chile

- _ Asociación Chilena de Aseguradores de Chile (AACH)
- _ Cámara Oficial de Española de Comercio de Chile (CAMACOES)

● Colombia

- _ Asociación Colombiana de Técnicos en Reaseguros (ACTER)
- _ Asociación Colombiana de Derecho de Seguros (ACOLDESE)
- _ Asociación de Actuarios
- _ Cámara de Comercio Bogotá (CCB)
- _ 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 Seguros (INS)
- _ Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA)
- _ Life Office Management Association (LOMA)

TERRITORIAL LATAM

Guatemala

- _ Asociación Guatemalteca de Instituciones de Seguros
- _ Asociación de Gerentes de Guatemala (AGG)

Honduras

- _ Cámara Hondureña de Aseguradores

México

- _ Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)
- _ Centro de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI)
- _ Asociación Latinoamericana de Seguro Agropecuario (ALASA)
- _ Colegio Nacional de Actuarios (CONAC)
- _ Asociación Mexicana Automovilística
- _ Colegio Nacional de Actuarios (CONAC)

Nicaragua

- _ Asociación Nicaraguense de Aseguradoras Privadas (ANAPRI)

Panama

- _ Asociación Panameña de Aseguradoras (APADEA)
- _ Cámara Panameña de Empresas de Coretaje de Seguros (CAPECOSE)
- _ Superintendencia de Seguros
- _ Cámara de Comercio

Paraguay

- _ Asociación Paraguaya de Compañías de Seguros (APCS)
- _ La C.A.P. - Cámara de Anunciantes del Paraguay
- _ Cámara Oficial Española de Comercio en Paraguay
- _ Asociación Paraguaya para la Calidad

Perú

- _ Asociación Peruana de Empresas de Seguros (APESEG)
- _ Cámara de Comercio Hispano Peruana
- _ Cámara de Comercio Italo Peruana
- _ Asociación Peruana de Entidades Prestadoras de Salud (APEPS)

TERRITORIAL LATAM

Puerto Rico

- _ Asociación de Compañías de Seguros de Puerto Rico (ACODESE)
- _ 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
- _ Cámara Oficial de Comercio Española en Puerto Rico
- _ Sociedad para la Gerencia de los Recursos Humanos
- _ The Surety & Fidelity Association of America
- _ Mortgage Banker
- _ Postal Customer Council (US Postal Service)

República Dominicana

- _ Cámara Dominicana de Aseguradores y Reaseguradores (CADOAR)
- _ Asociación Dominicana de Corredores de seguros (ADCOSE)

Uruguay

- _ Asociación Uruguaya de Empresas Aseguradoras.(AUDEA)

Venezuela

- _ Cámara Aseguradora de Venezuela
- _ Cámara Venezolana Española
- _ Cámara de Comercio

TERRITORIAL INTERNACIONAL

Alemania

_ Asociación alemana de la industria del seguro (GDV)

Bélgica

_ Union Professionnelle des entreprises d'assurances (ASSURALIA)

_ Asociación de reaseguradores holandeses (NRV)

_ Asociación francesa de profesionales del reaseguro (APREF)

China

_ Cámara de Comercio de España en China

EE.UU.

_ Central Region: Ohio Ins Institute, Ind Ins Agents & Brokers of Oregon, Ind Insurance Agents of Kentucky, Professional Independent Agents Association of Ohio, Ins Brokers of Northern Ohio, Prof Ins Agents of Tennessee, Professional Ins Agents OR/ID Western Alliance, Professional Ins Agents WA K-Klub, Cincinnati Insurance Board, Power of More Chamber-Westlake, Grove City Chamber of Commerce, Dublin Chamber of Commerce, Powell Chamber of Commerce, Upper Arlington Chamber of Commerce, Stow Chamber of Commerce, Business Networking International

_ New England: Massachusetts Association of Insurance Agents (MAIA), Independent Insurance Agents of Connecticut (IIAC), Professional Insurance Agents of Connecticut (PIACT), Independent Insurance Agents of Rhode Island (IIARI), Professional Insurance Agents of NH (PIANH), and the Independent Insurance Agents of NH (IIANH)

_ Florida: Florida Association of Insurance Agents (FAIA). Seminole County Chamber of Commerce, Central Florida Hispanic Chamber of Commerce. Spain-US Chamber of Commerce, Latin American Association of Insurance Agents

_ Pennsylvania - Pennsylvania Insurance Agents & Brokers (PA Chapter), Philadelphia Insurance Society. Pittsburgh Insurance Club

_ Reaseguro: PCI, IRU, NAMIC, CIRB

TERRITORIAL INTERNACIONAL

Filipinas

- _ Cámara oficial Española de Comercio en Filipinas
- _ Philippine Insurers and Reinsurers Association (PIRA)
- _ The Spanish Chamber of Commerce in the Philippines

Malta

- _ Malta Employers Association (MEA)

Turquía

- _ Association of the Insurance, Reinsurance and Pension Companies of Turkey (TSB)
- _ International Investors Association of Turkey (YASED)
- _ HR Association (PERYON)
- _ Training and Development Platform of Turkey (TEGEP)



05

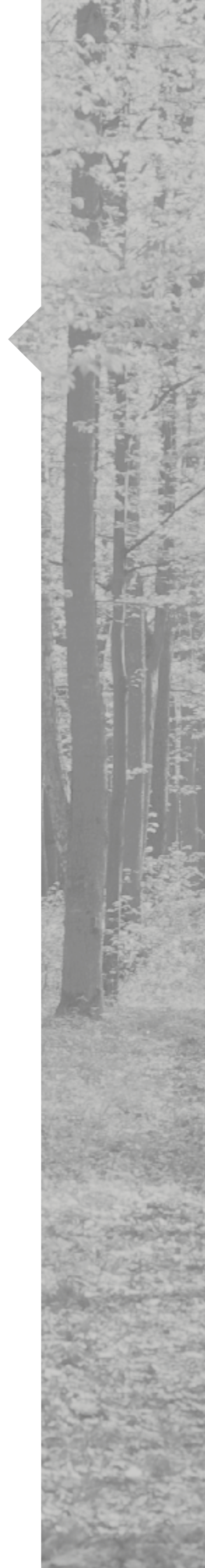


Dimensión medioambiental de MAPFRE

Desde su adhesión a la Declaración Medioambiental del Sector Asegurador, bajo el patrocinio del Programa Ambiental de Naciones Unidas, MAPFRE ha reforzado de manera permanente su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad, promoviendo la adecuada gestión medioambiental tanto en las empresas como en otros agentes sociales.

Los cambios económico-financieros, la necesidad de evolucionar hacia una economía baja en carbono y la sensibilización de la sociedad ante los desafíos medioambientales como el cambio climático han promovido nuevas actuaciones y la suscripción de nuevos compromisos por parte de MAPFRE en esta materia.

Muestra del esfuerzo por renovar los compromisos basados en la mejora continua de las actuaciones y en la expansión a nivel global de la gestión ambiental en los países en los que MAPFRE opera, en este capítulo se abordan los resultados alcanzados en 2015 y las líneas de trabajo definidas para el período 2016-2017, contemplando la importancia (materialidad) de los distintos aspectos para el conjunto de los grupos de interés.



5.1. EL COMPROMISO DE MAPFRE CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD

[G4-FS1, FS3]

En 2004 MAPFRE desarrolló e hizo pública su Política Medioambiental, enfocada a la prevención de la contaminación y cuidado del medio ambiente. Desde entonces, y conforme a la evolución de la problemática identificada, esta política ha sufrido diversas revisiones para incorporar la suscripción de nuevos compromisos adecuados al entorno y a los requerimientos internos y de los grupos de interés.

En 2014, esta Política Corporativa fue de nuevo revisada y aprobada, incorporando, además de los criterios de gestión energética del grupo mediante el desarrollo de actuaciones en materia de eficiencia energética, ya incluidos en revisiones anteriores, nuevos retos como la gestión del cambio climático y la preservación de la biodiversidad. La Política Medioambiental Corporativa fue refrendada por el Consejo de Administración de MAPFRE en 2015, estableciéndose los pilares de actuación del siguiente gráfico:

Los compromisos asumidos en la Política, se ven reforzados con la adhesión de MAPFRE a iniciativas internacionales y locales a favor del desarrollo sostenible (ver pág. 39) y por el Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático a 2020, que establece la reducción del 20 por 100 de toneladas de CO₂e respecto a la huella de carbono del Grupo en 2013 (reducción de 14.710.519 kWh y 9.924 toneladas de CO₂e, respecto al año 2013).



INTEGRACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE EN EL NEGOCIO

- _ Integración de criterios medioambientales en los procesos de análisis de riesgos y en la toma de decisión de operaciones de inversión, así como en la cadena de suministro, en la gestión de inmuebles y otros que puedan ejercer impactos ambientales, energéticos y/o relacionados con el cambio climático.
- _ Desarrollo de productos y servicios que contribuyan a la mejora de la gestión del riesgo medioambiental, del consumo sostenible de energía y de la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.



GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

- _ Cumplimiento de la legislación vigente de aplicación, así como de otros compromisos adquiridos de forma voluntaria, y adopción de medidas para la mejora continua a través del desarrollo de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental, Energética y de Cambio Climático.
- _ Utilización de los recursos de manera racional para reducir la huella ambiental, mediante el control de los mismos, minimizando los consumos de agua, papel y energía, reduciendo la generación de residuos y favoreciendo su reciclado. Esto se consigue, a través, entre otros, de la implantación de buenas prácticas medioambientales, energéticas y eco-eficientes, así como de la promoción del consumo de energías renovables y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero.



PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL EN LA SOCIEDAD

- _ Puesta a disposición de los empleados de recursos para que participen en el logro de los objetivos de MAPFRE en relación a la gestión medioambiental, a la eficiencia energética y a los procesos de mitigación y adaptación al cambio climático, contribuyendo al desarrollo sostenible.
- _ Desarrollo de actuaciones para lograr una mayor concienciación de la sociedad en aspectos ambientales, energéticos y de cambio climático, a través de actividades de educación, sensibilización y divulgación, así como con la integración de dichos aspectos en nuestra cadena de valor.
- _ Contribución a la investigación, al desarrollo y a la difusión del conocimiento científico y tecnológico que tiene como finalidad la preservación del medio ambiente y de la biodiversidad, de los recursos energéticos y la respuesta frente al cambio climático, así como participación en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva y apoye el desarrollo de iniciativas en tal sentido.

5.2. CONSECUCIÓN DE RESULTADOS 2015

[EN6; FS11]

5.2.1. Destacados 2015

2015 ha sido un año marcado por gran cantidad de iniciativas y compromisos suscritos por MAPFRE en materia de mitigación y adaptación al cambio climático, promovidas como "Llamada a la acción" para contribuir el éxito de la Cumbre del Clima celebrada en París a finales de año. Aquí se muestran algunos hitos destacados:

<p>CERTIFICACIÓN ISO 14001 Y 50001</p> <p>Nuevos edificios en España, Colombia, Paraguay y Portugal</p> 	<p>LÍDER EN CARBON DISCLOSURE PROJECT</p> <p>Incluida en Climate Performance, Leadership Index 99A y CDP Global Climate Change Index</p> 	
<p>CAMPAÑA "COOL BIZ"</p> <p>Ahorro energético en climatización</p> 	<p>COMPROMISO CON "LA HORA DEL PLANETA" EN 17 PAÍSES</p> 	
<p>FIRMA PACTO POR LA DIVERSIDAD</p>  	<p>"FIRMA EN VERDE" CORPORATIVA</p> 	
<p>DESARROLLO DEL NUEVO CURSO E-LEARNING DE MEDIO AMBIENTE</p>	<p>ADHESIÓN A LA INICIATIVA "100 EMPRESAS POR LOS BOSQUES"</p> 	<p>IMPULSO AL EMPRENDIMIENTO VERDE Y II FORO INTERNACIONAL DE RESTAURACIÓN ECOLÓGICA</p>

**INTEGRACIÓN
EN EL GRUPO ESPAÑOL
PARA EL CRECIMIENTO VERDE**



**VERIFICACIÓN DE LA
HUELLA DE CARBONO ISO
14064**

**COMPRA VERDE
DE ENERGÍA
PARA ESPAÑA**

**FIRMA DE LA DECLARACIÓN
DEL SECTOR SEGUROS
DE LA ONU**



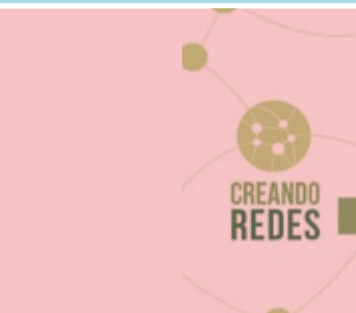
**CONCURSO DE
FOTOGRAFÍA DIGITAL
"OBJETIVO BIODIVERSIDAD"**



**FIRMA DECLARACIÓN
DE BARCELONA**



**ADHESIÓN
A LA INICIATIVA
"UN MILLÓN
DE COMPROMISOS
POR EL CLIMA"**



**FIRMA
DEL COMPROMISO
PARIS PLEDGE
FOR ACTION EN LA COP**

5.2.2. Resultados 2015

La siguiente tabla muestra las actuaciones realizadas en 2015 y los logros alcanzados por cada uno de los objetivos establecidos por el Comité de Seguridad y Medio Ambiente Corporativo para 2015:

OBJETIVOS 2015	ACTUACIONES REALIZADAS Y LOGROS ALCANZADOS
Actualización del Plan de Concienciación y divulgación medioambiental corporativo	<ul style="list-style-type: none"> – Revisión y establecimiento de nuevos requerimientos del curso <i>e-learning</i> corporativo para su uso a nivel internacional. – Calendario ambiental corporativo. – Desarrollo de actuaciones de difusión ambiental y participación global (Hora del Planeta y Día Mundial del Medio Ambiente).
Ampliación del alcance del Plan de Expansión Medioambiental Internacional	<ul style="list-style-type: none"> – Certificación ISO 14001 de la sede de MAPFRE Paraguay. – Certificación ISO 14001 de la sede de MAPFRE Portugal. – Certificación ISO 14001 de la sede de la Dirección Territorial Canarias en las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife (España). – Implantación del Sistema de Gestión Medioambiental y Energético Corporativo en: <ul style="list-style-type: none"> • MAPFRE República Dominicana • MAPFRE Chile
Mejora de la Eco-Eficiencia de MAPFRE	<ul style="list-style-type: none"> – Compra verde de energía en España: el 57% de la energía para baja tensión procede de fuentes renovables. – Ampliación del alcance del certificado ISO 50001 a los edificios sede de las Direcciones Generales Territoriales de Este, en Valencia, Suroeste, en Sevilla y Centro, en Valladolid, todas en España. – Cálculo de la Huella de Carbono Operacional de MAPFRE.

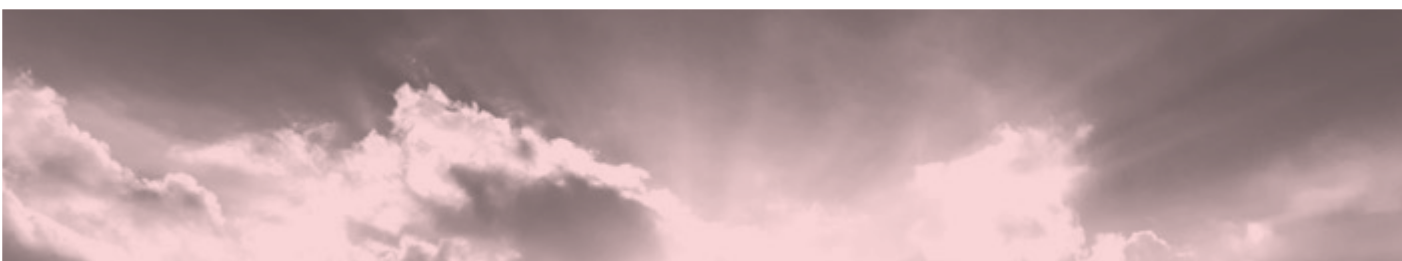


OBJETIVOS 2015

ACTUACIONES REALIZADAS Y LOGROS ALCANZADOS

La integración en el Sistema de Gestión Medioambiental y Energética (SIGMAYE) del Sistema de Reporte y Cálculo de la “Huella de Carbono” Corporativa conforme a la Norma ISO 14064

- Aprobación de la Política Medioambiental de MAPFRE con compromisos en relación a la gestión de cambio climático y gases de efecto invernadero.
- Cálculo de la Huella de carbono del Grupo MAPFRE en España bajo norma ISO 14064. Verificación del cálculo mediante empresa acreditada. Registro del cálculo de la huella de carbono del Grupo Mapfre en España en el Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Integración del sistema bajo ISO 14064 en el SIGMAYE Corporativo para el cálculo de la huella de carbono de MAPFRE.
- Inicio de implantación del cálculo de huella de carbono del Grupo MAPFRE en Colombia y en Puerto Rico bajo norma ISO 14064.



OBJETIVOS 2015

ACTUACIONES REALIZADAS Y LOGROS ALCANZADOS

Optimización de la Gestión Energética (respecto al 2014, periodo base del SGE)

- Implantación de buenas prácticas identificadas en la ISO 50001 en edificios que albergan algunas sedes (freecooling, ajustes de temperaturas de consigna, horarios y renovación de iluminación, ajuste de horarios en el funcionamiento de equipos) obteniendo una reducción de 96.828 kWh de consumo eléctrico.
- Ahorro energético estimado de 287.568 kWh en climatización de los edificios de España durante la temporada estival. Campaña "CoolBiz".
- Ahorro en el consumo de gas de 111.763 kWh en la Sede Social de Majadahonda (Madrid).
- Ahorro en consumo eléctrico y de gas en climatización de 12.256 kWh por ajuste de tiempos y temperaturas y uso de aire primario en los edificios de España: Oviedo y Sevilla; así como por renovación de equipos principales en edificios de España: Málaga y calle Bárbara de Braganza (Madrid), edificio de San Juan (Puerto Rico) y edificio de Webster (Massachusetts, Estados Unidos).
- Ahorro en consumo eléctrico en iluminación de 45.500 kWh por sustitución a lámparas LED y ajuste de tiempos de encendido en los edificios de España: Aravaca (Madrid), M1, M2, M3 de Majadahonda (Madrid), Recoletos 25, en Madrid y Málaga; en Puerto Rico: edificio de San Juan de Puerto Rico; y en Estados Unidos: edificio de Webster (Massachusetts).
- Ahorro en el consumo energético de un 15% kWh por ajuste de horarios de las oficinas en Brasil.
- Ahorro en consumo eléctrico en iluminación por sustitución de rótulos exteriores en el edificio de Oviedo (España) y las luminarias exteriores en las sucursales de Puerto Rico de 17.500 kWh.
- Ahorro del consumo eléctrico de 6.000 kWh en equipos ofimáticos, mediante la implantación de herramientas de gestión de la energía en los edificios en España del Paseo de Recoletos 23 y de la Calle Bárbara de Braganza (ambos en Madrid).
- Instalación y calibración de analizadores de red y SW para el control y gestión de instalaciones y consumos asociados (Powerstudio, BMS, etc).
- Desarrollo del proyecto para la renovación del cuadro de maniobras de ascensores en España, Torre MAPFRE, en Barcelona, con ahorros estimados de 120.000 kWh en dicho uso energético.



OBJETIVOS 2015	ACTUACIONES REALIZADAS Y LOGROS ALCANZADOS
Cálculo y reporte de Huella de Carbono de productos/ servicios para compañías de la cartera de MAPFRE	<ul style="list-style-type: none">– Cálculo de huella de carbono de producto, correspondiente a las pólizas emitidas conforme requerimiento del cliente.– Cálculo de huella de organización en calidad de proveedor de servicios conforme requerimiento del cliente.
Reducción de requisitos energéticos en productos y servicios	<ul style="list-style-type: none">– Ahorro del consumo eléctrico en equipos ofimáticos, mediante la implantación de herramientas de gestión de la energía en proveedores (red comercial de oficinas delegadas). Reducción del consumo eléctrico 560.633 kWh respecto a 2012, año de implantación de la herramienta.
Evaluación del impacto ambiental de la organización por clientes	<ul style="list-style-type: none">– Auditorías ambientales como proveedores.– Cumplimiento de cuestionarios de evaluación ambiental, conforme requerimiento del cliente.

5.3. EL SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN AMBIENTAL, ENERGÉTICA Y DE HUELLA DE CARBONO

[G4-FS4, FS9]

MAPFRE desarrolla sus actuaciones de carácter ambiental bajo las directrices definidas en el Sistema de Gestión Ambiental, Energética y de Huella de Carbono (SIGMAYE), diseñado conforme a los estándares internacionales ISO 14001, ISO 50001 e ISO 14064, y que constituye el marco común para gestionar todos los aspectos asociados a la sostenibilidad ambiental, incluidos los energéticos y las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

El establecimiento de objetivos a nivel corporativo, así como específicos a nivel local, permite medir nuestro desempeño medioambiental en los procesos operativos, así como asegurar el cumplimiento de la legislación vigente de aplicación en esta materia, aportando unos criterios mínimos de cumplimiento en países donde la legislación está menos desarrollada.

Por otro lado, el grado de implantación del SIGMAYE y su evolución supone una garantía de éxito en el funcionamiento en los diferentes ámbitos (ambiental, energético y emisiones GEI), ya que su diseño transversal y el carácter global de sus procesos permite identificar las mejores prácticas e implantarlas a nivel corporativo, asegurando de manera permanente la mejora continua de nuestras actuaciones.

Además, se establecen procesos de control y evaluación periódicos que permiten verificar el cumplimiento de los programas definidos, así como el mantenimiento y control de las instalaciones susceptibles de generar impactos significativos, persiguiendo un rendimiento óptimo más allá del cumplimiento que establece la normativa.

En relación a multas de carácter ambiental, en 2015 se ha recibido la comunicación de una sanción al taller de automóviles de MULTISERVICAR en Puerto Rico, con un importe de 3.000 \$, debida al etiquetado inadecuado de los contenedores de residuos peligrosos.

AUDITORIAS MEDIOAMBIENTALES DE ACTIVOS			2015	2014
Diagnósticos y Supervisiones medioambientales	FS9	Unidades	11	18
Auditorías medioambientales internas	FS9	Unidades	41	33
Auditorías medioambientales de certificación	FS9	Unidades	26	22
Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales	FS9	Porcentaje	25,04	21,58

MAPFRE pone a disposición de la sostenibilidad ambiental los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos y metas, persiguiendo siempre criterios de eficacia y eficiencia. Los servicios a los que se destinan las principales partidas que se recogen como gastos medioambientales son los siguientes:

- Gestión de residuos.
- Servicios de consultoría y asesoramiento en Gestión Ambiental y Eficiencia Energética y de Huella de Carbono.
- Supervisiones, auditorías y verificaciones externas 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 ambiental.

COSTES AMBIENTALES			2015	2014
Gestión ambiental	EN31	Miles de euros	128,60	47,07
Gestión de residuos	EN31	Miles de euros	469,12	375,32
Personal e incentivos	EN31	Miles de euros	508,90	471,09
Institucionales	EN31	Miles de euros	99,57	15,84
Otros	EN31	Miles de euros	46,94	76,34

Desde 2004, ya son más de 9.640 empleados de MAPFRE los que trabajan en edificios certificados conforme al SIGMAYE. De este modo, el 61,50 por 100 del volumen de primas de la compañía, se gestiona en edificios que se ajustan a los compromisos de protección del medio ambiente, de promoción de la eficiencia energética y la gestión del cambio climático asumidos por MAPFRE en su política medioambiental.

EMPLEADOS CERTIFICADOS	2015	2014	% Variación
Empleados bajo certificado de gestión ambiental (ISO 14001)	9.644	8.019	20 %
Empleados bajo certificado de gestión energética (ISO 50001)	4.305	3.336	29%
Empleados bajo verificación de la huella de carbono (ISO 14064)	11.089	0	No aplica

5.3.1. Plan de Expansión Medioambiental Internacional

La implantación del SIGMAYE se inició en 2005, dirigiéndose de manera inicial a los edificios representativos de MAPFRE ubicados en España, donde la actividad era de carácter administrativo y en la cual se concentraban tanto un elevado volumen de negocio como el mayor porcentaje de las capacidades del Grupo en materia medioambiental. Durante esta primera etapa, se contemplaban aspectos puramente ambientales, dado que no se incluyó la gestión energética en el sistema de gestión hasta el 2009.

Actualmente son ya 28 edificios y 3 talleres de reparación de vehículos los que están certificados bajo la norma ISO 14001 en este país.

En 2010 se aprueba el Plan de Expansión Medioambiental Internacional 2010-2012 dirigido inicialmente a MAPFRE ARGENTINA, MAPFRE BRASIL, MAPFRE COLOMBIA, MAPFRE MÉXICO y MAPFRE PUERTO RICO, como países pioneros en la implantación del modelo medioambiental corporativo.

Actualmente se está trabajando en Chile, República Dominicana y Venezuela, encontrándose ya certificadas las sedes de MAPFRE en Brasil, Colombia, México, Puerto Rico y Paraguay, y superada la auditoría de certificación en la sede de MAPFRE en Portugal. En Colombia se ha certificado además, en 2015, la sede de ANDIASISTENCIA.

El proceso de expansión del SIGMAYE consta de un análisis inicial para la selección de los países, en la que se tienen en cuenta los siguientes criterios:




Una vez los países son seleccionados, el proyecto de implantación del Sistema de Gestión comienza con los aspectos ambientales conforme a la Norma ISO 14001, por ser aquella que mejor permite conocer todos los impactos derivados de la actividad en el medio ambiente. Una vez son alcanzados los objetivos definidos en el Sistema de Gestión Medioambiental, se introduce la ejecución del inventario de la Huella de Carbono, que permite desarrollar los consumos de la instalación en detalle, ya inventariados inicialmente en la parte ambiental (ver página 179 para ampliar información).

Por último, y conociendo en detalle los consumos energéticos a través del inventario, así como su uso, se introduce el Sistema de Gestión Energética con objeto de mejorar la eficiencia de nuestras instalaciones en esa materia, así como reducir la huella de carbono contemplada en el inventario (ver página 177 para ampliar información).



SIGMAYE coverage



Certificación ISO 14001 de Gestión Ambiental en 31 edificios que albergan sedes de la entidad y talleres Multiservicar

Certificación ISO 50001 de Gestión Energética en 9 edificios que son sedes de entidades del Grupo

Plan Estratégico Medioambiental Corporativo

9.644 empleados en el mundo trabajando bajo certificado de gestión ambiental

Verificación y cálculo de la huella de carbono en España conforme a ISO 14064

Expansión Internacional del SIGMAYE en 11 países

Nota: Alcance del SIGMAYE en 2015 comprende los países de Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, México, Paraguay, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela.



Best Practice 2015

Puntos Fuertes del SIGMAYE (según auditoría de certificación):

Desarrollo del nuevo curso e-learning corporativo de Medio Ambiente.

Identificación de la legislación exhaustiva y detallada.

Control del mantenimiento de instalaciones y de los consumos.

Tendencias positivas de reducción en algunos aspectos ambientales (reducción de consumo eléctrico y gas en edificios certificados, y reducción de consumo de papel).

Comunicación interna y sensibilización de empleados (campañas de reciclado, uso responsable de energía, agua, papel, etc.)

Compromiso ambiental más allá del cumplimiento de la legislación vigente en cuanto a gestión de residuos.

Formación ambiental y auditorías a proveedores críticos.

Obras de mejora de las instalaciones con criterios ambientales y de sostenibilidad.



5.4. CAMBIO CLIMÁTICO

Se entiende por cambio climático un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana, que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

Fuente: Convención Marco de las Naciones Unidas para el Cambio Climático – UNFCCC.

5.4.1. Estrategia de MAPFRE para la mitigación y adaptación al cambio climático

[G4-FS2, FS5]

Contribuir a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), que genera la organización durante el desarrollo de su actividad, supone tanto un reto como una oportunidad para MAPFRE, lo que evidencia su compromiso en la lucha contra el cambio climático. En este sentido, MAPFRE identifica la lucha contra el cambio climático como un elemento clave de su actuación en materia de responsabilidad ambiental.

La articulación del compromiso anteriormente citado requiere un conocimiento del contexto ambiental actual, que parte de un análisis de las tendencias existentes.

ALERTA



CAMBIO CLIMÁTICO

INCREMENTO PRESIÓN REGULATORIA

Fluctuación de los precios del suministro energético.

Cumplimiento de compromisos de reducción de emisiones de la Unión Europea.

Aumento de presión regulatoria en algunas localizaciones en las que la compañía tiene operaciones.

FENÓMENOS METEOROLÓGICOS EXTREMOS

Incremento de frecuencia e impacto, con repercusión en la siniestralidad y en la continuidad de las operaciones.

Incremento del consumo energético para climatización por aumento de la temperatura exterior y olas de calor.

SENSIBILIZACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

Potenciación de la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático como criterio de inversión.

Aumento de la sensibilidad social en la materia, aspecto a lo que no son ajenos los clientes.

Aumento de la sensibilidad empresarial. Introducción de requisitos medioambientales para la adquisición de productos y servicios.

La mitigación y adaptación al cambio climático por parte de organismos, compañías y sociedad debe suponer una transformación global hacia una economía baja en carbono. En este sentido, cada vez es mayor la demanda de nuestros grupos de interés acerca de iniciativas y compromisos concretos de la compañía de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero para la lucha contra el cambio climático.

La voluntad del Grupo en jugar un papel relevante en la materia, así como los riesgos y oportunidades que implica la transformación hacia una economía baja en carbono, requieren del desarrollo de una estrategia a largo plazo que articule las distintas actuaciones.

En este sentido, MAPFRE definió un conjunto de líneas de actuación de lucha contra el cambio climático que se encuentran recogidas en el Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático, con el horizonte temporal de 2020.

En este plan se desarrollan actuaciones de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en las instalaciones del Grupo, estableciendo el compromiso de reducción de 14.710.519 kWh y 9.924 toneladas de CO₂e, respecto al año 2013, lo que supone un descenso del 20 por 100 de las emisiones de gases de efecto invernadero.

La ejecución del Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático, requiere la implicación de diferentes áreas técnicas especializadas dentro del Grupo, y que se coordinan a través de los siguientes grupos de trabajo corporativos:

– GRUPO DE TRABAJO ECO-EFICIENCIA:

Se consensuan medidas de gestión de consumos, aplicación de nuevas tecnologías, gestión de subvenciones, certificación de arquitectura sostenible, etc.

– GRUPO DE TRABAJO ADAPTACIÓN Y MITIGACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO:

Definición de riesgos y oportunidades del cambio climático, respuesta a compromisos corporativos con organismos internacionales e índices de sostenibilidad.

– GRUPO DE TRABAJO MOVILIDAD Y SEGURIDAD VIAL:

Aplicación de criterios de movilidad sostenible respecto al medio ambiente y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero que suponen los desplazamientos al centro de trabajo y relacionados con la actividad de la empresa.

5.4.2. Consecución Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático 2014-2020



EXPANSIÓN DEL MODELO CORPORATIVO DE GESTIÓN ENERGÉTICA

Durante 2015 continuó la implantación progresiva del estándar ISO 50001, asociado al SIGMAYE, en edificios que albergan sedes del Grupo. Se incorporan al Sistema de Gestión Energética 3 nuevos edificios: las Direcciones Generales Territoriales de Este, en Valencia, Suroeste, en Sevilla y Centro, en Valladolid, todas ellas en España, que supone 885 empleados y 2.300.000 kWh anuales.

INTEGRACIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO EN EL MODELO CORPORATIVO SIGMAYE

Durante 2015 se ha desarrollado el inventario de la huella de carbono utilizando el estándar internacional ISO 14064. Esta nueva metodología se aplica por primera vez para las emisiones del Grupo en España y la declaración del inventario se verifica mediante una entidad externa acreditada. De forma paralela, se comienza la expansión de este nuevo estándar a los inventarios de Colombia y en Puerto Rico.

El desarrollo del sistema de reporte y cálculo de huella de carbono conforme al estándar ISO 14064 ha permitido mejorar la precisión y trazabilidad de los datos reportados, incrementar el alcance a nivel geográfico de dichos datos, así como el número de categorías reportadas según esta metodología GHG Protocol. El inventario de GEI del Grupo en España se ha incrementado en un 40 por 100 respecto a lo reportado bajo GHG Protocol, lo que supone 10.000 nuevas TmCO₂e, derivadas del incremento de datos reportados correspondientes a categorías como commuting, kilómetros de vehículo propio para viajes de empresa, consumo de tóner y fluorescentes, correspondientes al Alcance 3.

COMPRA VERDE

A principios de 2015, se firmaron los contratos de baja tensión con empresas comercializadoras de energía eléctrica del 100 por 100 de energía verde mediante el sistema de certificados de garantía de origen renovable. Con estos nuevos contratos se garantiza el origen renovable del 27 por 100 del total de la energía eléctrica adquirida por el Grupo en España, lo que supone una reducción de 4.274 Tm CO₂e y 18.771.532kWh.

Además, se continúan aplicando criterios de eficiencia energética y cambio climático en la contratación de los servicios con mayor impacto en la huella de carbono, como son la compra de papel, equipos ofimáticos o el servicio de impresión.



POLÍTICAS DE AHORRO EN EQUIPOS INFORMÁTICOS

En 2015 se incorporan los equipos ofimáticos del edificio Recoletos 23 (Madrid, España) al sistema corporativo de gestión en remoto, con un ahorro del 9 por 100 del consumo eléctrico de los equipos y 6.000 kWh. Además se inicia la implantación de políticas más restrictivas en la herramienta para los equipos en edificios administrativos, lo que supone mejorar la gestión de 930 equipos y un potencial ahorro de 42.500 kWh.

OFICINAS ECO-EFICIENTES

Con objeto de mejorar el desempeño energético de las oficinas directas de la red comercial de MAPFRE, se desarrollan herramientas específicas para el control de la facturación energética de las oficinas de la red comercial, para seguimiento, priorización de actuaciones y comparación interna de consumos.

SENSIBILIZACIÓN DE EMPLEADOS

Destaca en 2015, el desarrollo y lanzamiento de la Campaña Cool Biz para la adecuación de la vestimenta en el trabajo al período estival. Realizada en España y como experiencia piloto para el futuro lanzamiento en otros países, se lleva a cabo en todos los edificios, donde existe mayor demanda de los sistemas de climatización.

Los datos obtenidos avalan el éxito de la iniciativa, ya que se estima que logró contener más de 200.000kWh de consumo eléctrico provocado por las altas temperaturas del verano 2015, el más caluroso desde que hay registros.

5.4.3. Huella de Carbono

[G4-EC2; EN3-EN7, EN15 –EN19, EN30]

MAPFRE determina, cuantifica y evalúa la huella de carbono ocasionada por su actividad:

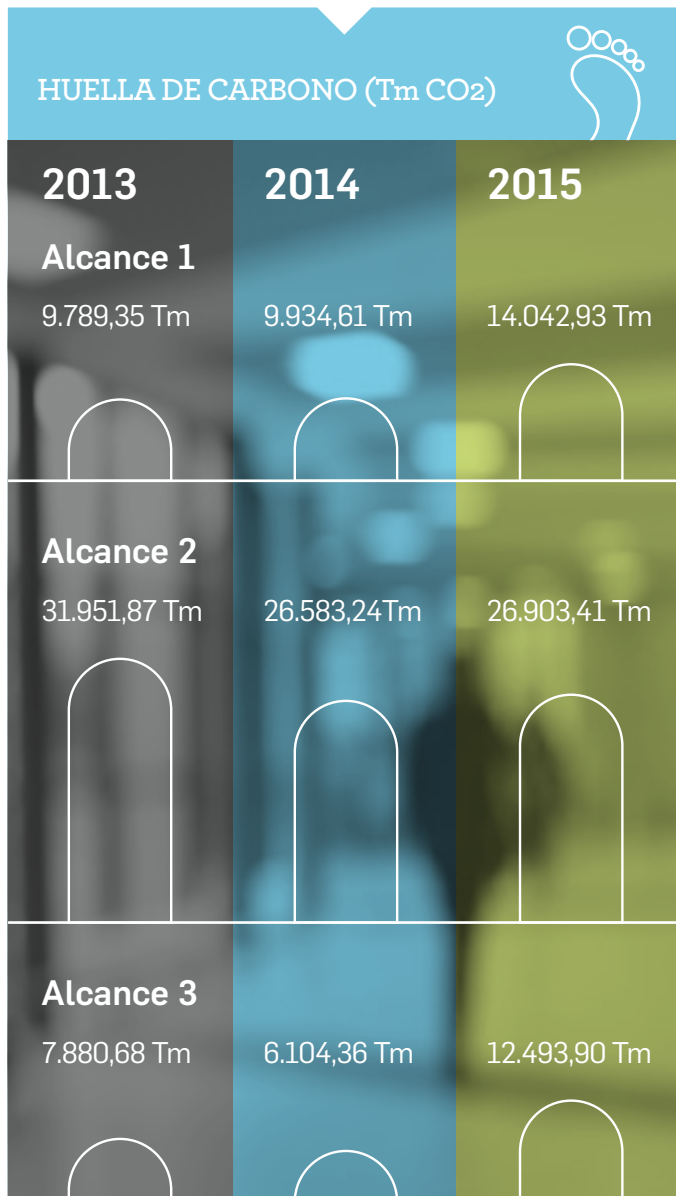
La Huella de Carbono consolida el Inventario de GEI que incluye tanto las emisiones directas, asociadas a las actividades que son controladas por la organización, como aquellas emisiones indirectas, que no siendo generadas en fuentes controladas por la compañía, son consecuencia de las actividades de ésta.

Se definen tres alcances, recogidos tanto en el Protocolo GHG como en la norma ISO 14064:

– **Alcance 1:** Emisiones directas de GEI. Son las emisiones de GEI asociadas a fuentes que están bajo el control de una organización: combustión en calderas, hornos, maquinaria, vehículos, procesos, emisiones fugitivas de equipos o instalaciones.

– **Alcance 2:** Emisiones indirectas asociadas a la generación de la electricidad o energía térmica (vapor, agua caliente, etc.) adquirida.

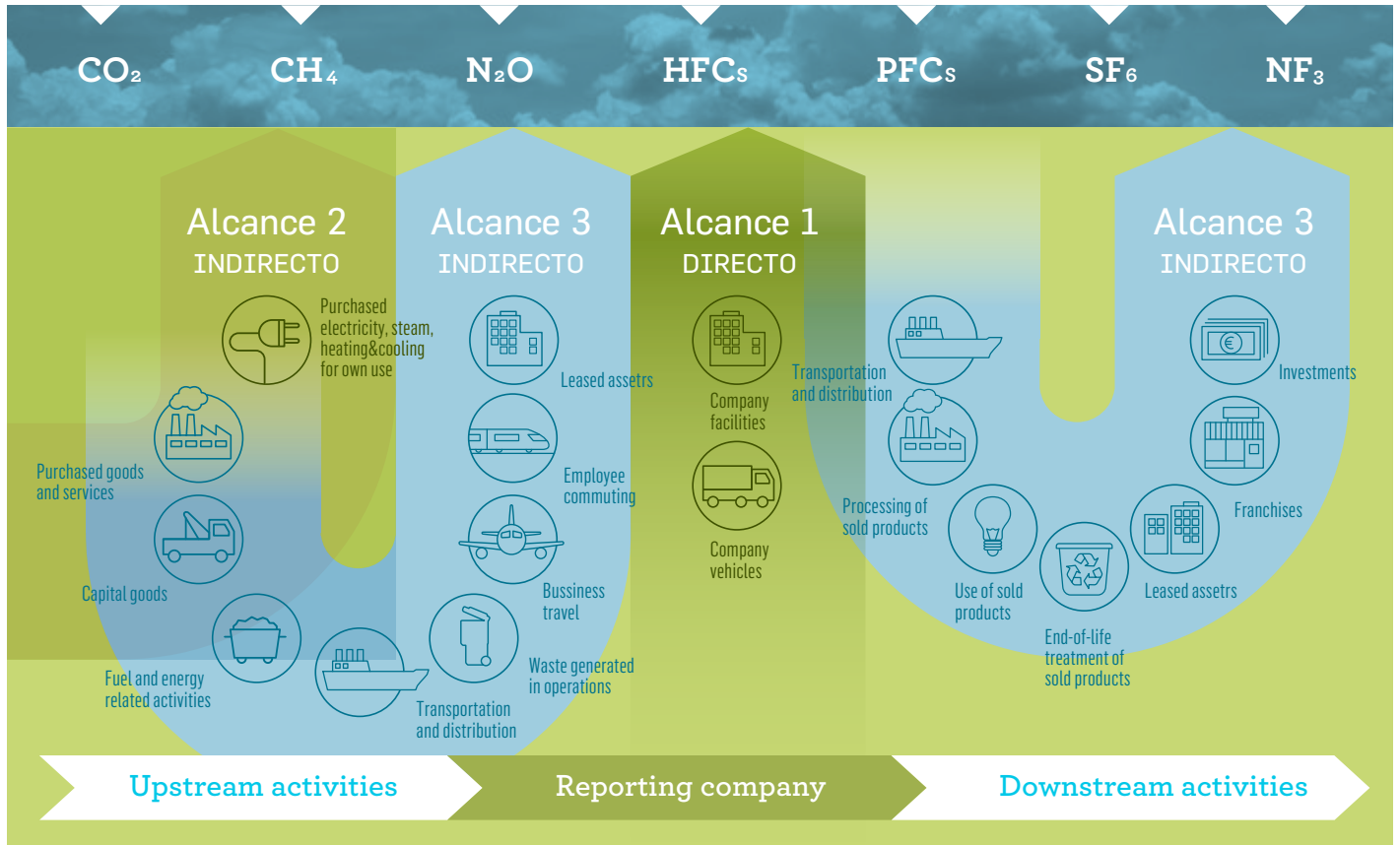
– **Alcance 3:** Son el resto de las emisiones indirectas, asociadas a la cadena de producción de bienes y servicios. Son consecuencia de las actividades de la empresa, pero ocurren en fuentes que no son propiedad ni están controladas por la empresa.



2013 y 2014: Datos para España e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EEUU, México, Puerto Rico, Turquía.

2015: Datos para España e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EEUU, México, Puerto Rico, Turquía, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá, Guatemala, Ecuador, República Dominicana, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela, Portugal, Filipinas y Malta.

Los alcances empleados para la clasificación de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) contempladas en el inventario se muestran en el siguiente gráfico:



Fuente gráfico GHG Protocol

A continuación, para cada uno de los alcances, se presenta el inventario consumos y emisiones CO₂e de MAPFRE.

INDICADORES DE CONSUMO DE RECURSOS	GRI	Medida	2015	2014
Scope 1:				
Consumo gas natural	EN3; EN6; EN15	MWh	12,22	10,16
Consumo de gasóleo en edificios	EN3; EN6; EN15	L	384.939	522.430
Recarga de gases refrigerantes	EN3; EN6; EN15	kg	1.041	ND
Consumo de combustibles en vehículos propios	EN3; EN6; EN15	L	3.728.868	ND
Scope 2:				
Consumo energía eléctrica	EN3; EN6	GWh	121,64	110,10
Scope 3:				
Viajes de empresa	EN4	Tm CO ₂ e	8.961	5.276
Consumo de papel	EN4	Tm CO ₂ e	1.771	828
Total consumo de papel	EN1	Tm	2.573	2.157
Total consumo papel de gestión sostenible	EN1	Tm	1.333	1.244
Papel con etiqueta ecológica sobre total papel consumido	EN1	%	52	57
Papel consumido/empleado	EN1	Tm	0,07	0,06
Total consumo de tóner*	EN1	UD	9.575	12.539

El dato de consumo de tóner es sólo de España.

EMISIONES DE CO₂/EMPLEADO



2013

1,747 Tm



2014

1,473 Tm



2015

1,527 Tm



ALCANCE

2013 y 2014. Datos para España e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EEUU, México, Puerto Rico, Turquía.

2015. Datos para España e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EEUU, México, Puerto Rico, Turquía, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá, Guatemala, Ecuador, República Dominicana, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela, Portugal, Filipinas y Malta.

CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL (KWH) POR EMPLEADO



2013

3.799 kWh



2014

3.592 kWh



2015

3.999 kWh



A continuación se detallan las diferentes iniciativas llevadas a cabo con objeto de reducir las emisiones relacionadas con la actividad empresarial:

OBJETIVO	INICIATIVAS
EMISIONES DIRECTAS (ALCANCE 1)	
Eco-eficiencia en edificios	<ul style="list-style-type: none"> – Reducción de consumo de gas mediante renovación de instalaciones y mejora del control de operación de calderas en la Sede Social de Majadahonda (Madrid, España) y de Torre Mapfre Barcelona (España) con una disminución de emisiones prevista de 23 Tm CO₂e.
EMISIONES INDIRECTAS (ALCANCE 2)	
Energías renovables	<ul style="list-style-type: none"> – Compra verde de energía en España: 4.273 Tm CO₂e (el 27 % del total consumido en 2015 de la energía eléctrica procede de fuentes renovables).
Buenas prácticas	<ul style="list-style-type: none"> – Realización de campañas de sensibilización a empleados sobre el uso adecuado de la energía utilizada, con objetivos de reducción del 1% en Brasil, 5% en Colombia a través de la Campaña "Reto Cero", del 1% en el Edificio Sede de Puerto Rico y un 2% en las sucursales del país.
Eco-eficiencia en edificios	<ul style="list-style-type: none"> – Reducción de consumo eléctrico en climatización por implantación de Campaña Cool Biz, ajustes de temperaturas de consigna, sustitución de equipos y ajustes de horarios en los edificios sede con una reducción de emisiones estimada de 58 Tm CO₂e. – Reducción de consumo eléctrico en iluminación por sustitución de lámparas LED, sustitución de rótulos exteriores y ajuste de horarios en los edificios sede con una reducción de emisiones de 12 Tm CO₂e. – Reducción del 15% del consumo energético de las oficinas de Brasil por ajuste de horarios. – Reducción de consumo eléctrico en equipos ofimáticos mediante la implantación de herramientas de gestión de la energía en edificios sede, con una reducción de emisiones estimada de 9 Tm CO₂e respecto al consumo esperado sin la implantación de estas herramientas.



OBJETIVO	INICIATIVAS
----------	-------------

OTRAS EMISIONES INDIRECTAS (ALCANCE 3)

Telecomunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> – Los programas de reducción de estas emisiones se centran, por un lado, en el desarrollo del teletrabajo y por otro en la promoción de las conferencias telefónicas y videoconferencias, que evitan desplazamientos de los empleados entre distintas zonas geográficas.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> – Futura es un sistema de localización y asignación automática de servicios de asistencia en carretera que permite al asegurado solicitar este servicio a través de su Smartphone, indicando cuál es su localización exacta a través de GPS. Esto permite enviar al proveedor más cercano, con la consecuente reducción de consumo de combustible y emisiones de CO₂e. – Colaboración en la difusión de la iniciativa “Un Millón de Compromisos por el Clima” del Ministerio de Medio Ambiente, Alimentación y Agricultura (España) en el portal de proveedores de MAPFRE. – Publicación de ayudas del Instituto para la Diversificación y el Ahorro de Energía (Ministerio de Industria en España), para actuaciones de cambio modal y uso más eficiente de los modos de transporte para vehículos industriales, en el portal de proveedores de MAPFRE.
Movilidad sostenible	<ul style="list-style-type: none"> – MAPFRE pone a disposición de los empleados, una serie de servicios para promocionar medidas de movilidad sostenible buscando alternativas al vehículo privado, entre los que destacan: <ul style="list-style-type: none"> – Servicio de lanzaderas con los principales puntos de conexión para los empleados que trabajan en los edificios Sede de Majadahonda y Aravaca (España), Turquía, Argentina, Brasil, México y Puerto Rico. – “Compartir coche”, una iniciativa que facilita el contacto entre empleados que hacen trayectos similares al centro de trabajo y quieren compartir vehículo y que está implantada en España, Brasil y Estados Unidos.
Productos y servicios	<ul style="list-style-type: none"> – Reducción de consumo eléctrico en equipos ofimáticos mediante la implantación de herramientas de gestión de la energía en mediadores (red comercial de oficinas delegadas), con una reducción de emisiones acumulada de 73Tm CO₂e desde el año 2012, cuando se implantó la herramienta.

5.5. ECOEFICIENCIA: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

[G4-EN1, EN2, EN8, EN31]

MAPFRE, siguiendo lo establecido en su política medioambiental, desarrolla acciones para satisfacer, de forma sostenible, sus necesidades energéticas. De esta manera, a la vez que se afianzan los compromisos asumidos en relación al cambio climático, es posible obtener ahorros económicos.

Dentro de las medidas de eco-eficiencia realizadas en 2015, contemplando tanto el ámbito local como el corporativo, destacan las siguientes:

- Implantación de medidas de eficiencia energética en edificios sedes de MAPFRE
- **Climatización:** uso del *freecooling*², renovación tecnológica de equipos y ajuste de horarios y temperaturas de consigna.
- **Iluminación:** sustitución de lámparas por LED, instalación de sensores de presencia y ajuste de horarios.
- **Otros usos:** renovación tecnológica de instalaciones utilizando criterios de eficiencia energética.

– Control operacional de la gestión del agua a través de la instalación de medidas de optimización en los edificios (perlizadores, temporizadores, sensores, doble descarga...) y control de consumos internos mediante gestión de la facturación, contadores propios, detección de fugas y sensibilización a empleados.

Además, se realizan inversiones para mejorar la eficiencia energética de los edificios. Las cantidades invertidas por estos conceptos en los dos últimos años ascienden a 0,834 millones de euros.

		2015	2014
INVERSIONES AMBIENTALES	Miles de euros	641	205,35

² El *Freecooling* o enfriamiento gratuito consiste en un sistema de climatización que conlleva una importante reducción del consumo energético ya que busca el enfriamiento gratuito del local, tomando el aire exterior, lo que disminuye el uso de los equipos de aire acondicionado.



Best Practice 2015

Durante 2015 finaliza la migración al nuevo Centro de Proceso de Datos ubicado en Alcalá de Henares (España) que ha sido diseñado con criterios de máxima eficiencia energética. El nuevo CPD cuenta con soluciones eco-eficientes, como un sistema de enfriamiento específico y localización óptima de la ubicación de los equipos TI, que permite ahorrar más del 75 por 100 del consumo de energía respecto a los sistemas convencionales. Además, dispone de una instalación solar térmica para la producción de agua caliente sanitaria y una configuración especial para optimizar el funcionamiento del *freecooling*.

INDICADORES DE CONSUMO DE RECURSOS	Medida	2015	2014	2013
Consumo energía total	GWh	137,68	125,44	129,96
Consumo de agua total	m ³	758.448	668.933	755.714
Consumo de agua por empleado	m ³	21,7	19,1	22,1

5.5.1. Gestión del consumo de papel y tóner

MAPFRE se encuentra en proceso de implantación de la firma electrónica de documentos, lo que supone un ahorro en costes derivados del consumo de papel y de tóner, dado que se impide la impresión de los documentos ya firmados. Además, este sistema ofrece una mayor agilidad y seguridad en el proceso de contratación de pólizas dado que un mismo documento puede ser firmado por diferentes personas en lugares y momentos distintos, lo que impide nuevamente la impresión de copias múltiples de un mismo documento. De igual forma, la entrega a los asegurados de la documentación relativa a la suscripción de sus pólizas en formato digital, sigue contribuyendo al ahorro de papel, en este sentido destacan países como Argentina, Malta, México, República Dominicana y España entre otros.

Como consecuencia de la implantación del proyecto de externalización de la impresión, MAPFRE ha conseguido reciclar un 30 por cien más de residuos de tóner que en 2014 y se ha reducido el consumo de consumibles.

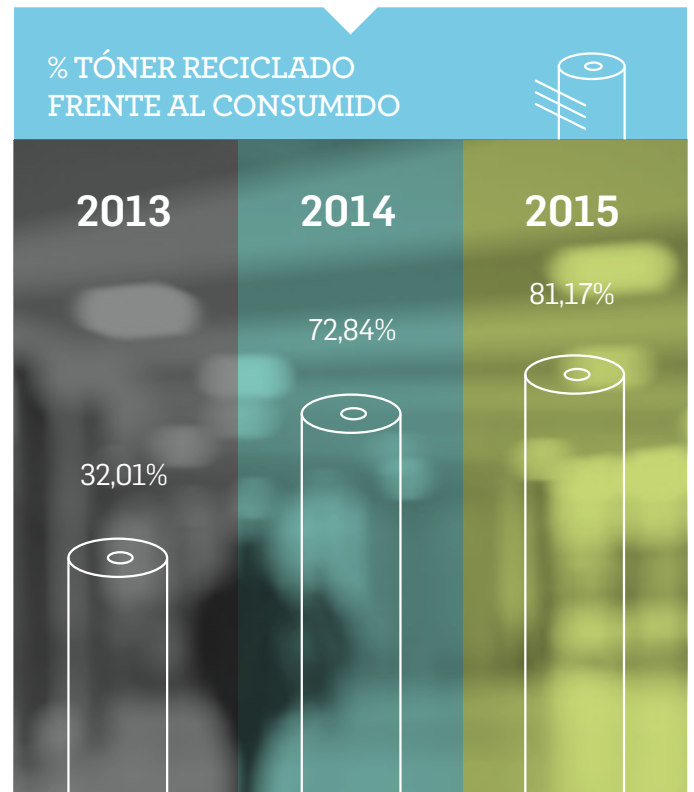


Best Practice 2015

Los nuevos equipos ofimáticos implantados han permitido disminuir el consumo de consumibles en un 24 por 100 respecto a los datos de 2014 y en un 49 por 100 si nos vamos a los consumos de 2013:

CONSUMO TONER (UD)		
2015	2014	2013
9.575	12.539	18.724

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



La implantación progresiva de criterios medioambientales en la compra de recursos también ha afectado a la compra de papel, generalizando el uso de papel respetuoso con el medio ambiente. En 2015, el 52 por 100 del papel consumido dispone de etiquetado que certifica la gestión sostenible de la explotación de los bosques.

En este sentido, en países como Colombia se ha hecho extensivo el uso del papel elaborado a partir de fibra de caña de azúcar, materia prima natural, renovable, reciclable y 100 por 100 biodegradable, a toda la Entidad.



5.5.2. Gestión de residuos

[G4-EN23, EN33]

MAPFRE trabaja con procedimientos e instrucciones que definen los procesos para una correcta segregación, disposición, almacenamiento y control de la gestión de los residuos que se generan, fruto de las diversas actividades que MAPFRE desarrolla.

Todos los residuos se gestionan cumpliendo estrictamente con la legislación y en consonancia con las mejores prácticas medioambientales, donde prima la reducción la reutilización y el reciclaje de los residuos, asegurando la protección del medio ambiente y la gestión sostenible.



El modelo de gestión de residuos que MAPFRE ha implantado, permite seguir optimizando y mejorando el servicio mediante la revisión continua de la implantación realizada en cada centro y el control constante de los proveedores, lo que a su vez permite ajustar los costes de gestión. Esta reducción de costes se consolida manteniendo diversos acuerdos con Fundaciones sin ánimo de lucro cuya recogida y reciclaje de residuos se realiza de forma óptima y sin coste de gestión para MAPFRE.

Destacamos las siguientes actuaciones realizadas durante 2015:

– Se ha firmado, en España, el Acuerdo institucional con la Fundación “Tragamóvil” para la gestión medioambiental de Aparatos de Telefonía y comunicaciones.

– Se ha continuado la implantación de 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, para cumplir rigurosamente con la legislación específica. En este último año se ha implantado la gestión de residuos en cuatro centros sanitarios de nueva apertura, un policlínico y tres clínicas dentales.

– Se han definido y establecido los requisitos exigidos a los proveedores, en materia de medio ambiente, para la licitación del servicio de externalización de impresión con el objeto de reducir el consumo de papel y tóner, disminuir el consumo energético y reducir las emisiones de CO₂e a la atmósfera, sin olvidarnos de desarrollar un proceso adecuado para la gestión de los residuos que se generen como consecuencia de esta actividad.

– Se han alcanzado acuerdos con los proveedores que prestan el servicio de gestión de residuos de papel y otros residuos que requieren destrucción confidencial, para la recogida de los residuos de aparatos eléctricos y/o electrónicos, en una apuesta por la gestión integral de los residuos que se generan en las instalaciones de MAPFRE, para mejorar la prestación del servicio y optimar los costes de transporte.

– Se ha continuado con la implantación de los procedimientos corporativos de gestión de residuos en el marco del Plan Estratégico Medioambiental de Expansión Internacional, lo que ha permitido la consecución de importantes hitos en aquellos países donde se está trabajando en la implantación y certificación del SIGMAYE.

– MAPFRE impulsa la generación de valor de los residuos que genera mediante la reutilización de materiales y la optimización de los procesos de gestión. En este sentido destacan la campaña de reutilización y donación de equipos informáticos y mobiliario de oficina obsoleto en España o la donación de residuos con fines solidarios en países como Puerto Rico, EEUU, Chile y Argentina, entre otros.

– Se continúa fomentando el reciclaje y la reutilización de residuos, a través de campañas tales como:

- Actividad de Reciclaje en Turquía: Dirigida a estudiantes de primaria de la escuela próxima a al edificio sede.
- Actividades de Reciclaje en Colombia: Campaña “Digital Green” que fomenta la recogida de aparatos eléctricos y electrónicos y campañas para el reciclaje de papel.



- Feria de Reciclaje en Puerto Rico: Campaña dedicada a difundir el correcto manejo de los residuos urbanos que se generan en el edificio, con la participación de empresas y organismos oficiales como la Autoridad de Desperdicios Sólidos de Puerto Rico y Puerto Rico Recycling Partnership, así como un Salón de Formación en el que se impartieron charlas para informar sobre las mejores prácticas para el manejo de residuos reciclables.
- Feria de Salud de MAPFRE en Puerto Rico: Campaña de sensibilización donde se impartieron charlas a niños de 12 años sobre gestión y segregación de residuos reciclables entre otros temas ambientales.
- Patio de Salvados en Brasil: Campaña de acopio de vehículos procedentes de accidentes cuyos residuos son reutilizados y aprovechados para la producción de electrodomésticos, mesas, postes, materiales de construcción, etc.

A continuación se muestra la tabla-resumen con los indicadores más relevantes relativos a la gestión de residuos en MAPFRE:

INDICADORES DE RESIDUOS	MEDIDA	2015	2014
Tóner reciclado	Tm	18,30	19,53
Papel reciclado	Tm	991	1.206
Ordenadores y equipos electrónicos gestionados	Tm	61,74	45,73
Ordenadores y equipos electrónicos donados	Tm	18,38	8,05
% de equipos donados frente al total gestionados	%	30	32
Lámparas y fluorescentes al final de su vida útil	Tm	2,19	2,93
Pilas y baterías	Tm	3,40	1,66
Residuos peligrosos en Edificios	Tm	2,71	1,86
Residuos peligrosos en Talleres	Tm	91	112
Residuos no peligrosos en Talleres	Tm	1.250	1.808
Otros residuos no peligrosos	Tm	213	183
Residuos Sanitarios	Tm	2,21	1,97
Medicamentos caducados	Tm	0,11	0,11
Radiografías	Tm	0,83	1,34
Soportes Informáticos gestionados	Tm	6,17	5,88

5.5.3. Emisiones y vertidos

[G4-EN26]

La actividad desarrollada por MAPFRE es principalmente de tipo administrativo y, por su propia naturaleza, con bajo impacto ambiental.

Para la gestión de instalaciones y actividades de MAPFRE generadoras de emisiones a la atmósfera, se diseñan programas de mantenimiento preventivo, enfocados a optimizar los procesos y asegurar que los parámetros de contaminación se encuentran por debajo de los límites reglamentarios.

Por otra parte, el agua en MAPFRE se destina principalmente a uso sanitario y el vertido de aguas generadas se realiza a la red de saneamiento conforme establece la administración competente. En aquellas actividades que así lo requieren, se disponen de instalaciones de tratamiento previo, con programas de mantenimiento y control de los vertidos para asegurar y evidenciar el cumplimiento de la legislación de aplicación.

Las actividades de MAPFRE de carácter industrial, como los talleres para la reparación de vehículos y recuperación de piezas siniestradas en España, se llevan a cabo conforme estrictos criterios ambientales, utilizando criterios de gestión de riesgos, poniendo en marcha las mejores tecnologías disponibles en el sector y el uso de los productos más eficientes y menos contaminantes.

5.5.4. Derrames y fugas

[G4-EN24]

Las instalaciones de MAPFRE que contienen sustancias que agotan la capa de ozono se gestionan conforme al principio de prevención de la contaminación y cumplimiento de la legislación, con programas de mantenimiento y control de los gases refrigerantes implicados.

MAPFRE dispone de metodologías y procedimientos para la gestión de incidencias de carácter ambiental, con la identificación de las áreas de riesgo y la disposición de medidas de contención y gestión en caso de posibles derrames.

Durante 2015 no se ha contabilizado ningún derrame o fuga con impacto significativo en los establecimientos e instalaciones donde MAPFRE desarrolla su actividad.



Best Practice 2015

A pesar de no existir legislación vigente en este sentido, en el edificio sede de MAPFRE Colombia, se ha eliminado de forma voluntaria, el gas refrigerante R-22 que es un gas con un gran potencial destructivo de la capa de ozono.

5.6. PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

[G4-EN11, EN12]

MAPFRE no dispone de centros de trabajo ubicados en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.

A pesar de ello, y conscientes de la importancia que las actuaciones vinculadas a la acción humana provocan en la biodiversidad, se ha llevado a cabo una reflexión interna para valorar la líneas en las que la compañía podría ayudar a la preservación expresa de la biodiversidad.

Por ello, este epígrafe supone uno de los nuevos compromisos asumidos en la Política Medioambiental del Grupo, que constituye uno de los objetivos de actuación a corto, medio y largo plazo, con la puesta en marcha de proyectos concretos de biodiversidad, contemplados en las líneas de actuación definidas para el período 2015-2016.

En el marco de este nuevo compromiso, las actuaciones llevadas a cabo en 2015 han sido:

– Firma del Pacto por la Biodiversidad. Bajo el lema “Sin diversidad biológica no hay diversidad económica”, MAPFRE se adhiere a la Iniciativa Española Empresa y Biodiversidad, puesta en marcha por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente a través de la Fundación Biodiversidad. De este modo, se compromete con la conservación y uso sostenible de la biodiversidad y reconoce que su preservación es de interés común para la humanidad, dada su importancia para la vida en el planeta, el bienestar social y el desarrollo económico.



– Acuerdo de colaboración con WWF España, por el que MAPFRE contribuye al desarrollo de proyectos para la conservación del lince ibérico y de su hábitat:

- **CONTRIBUCIÓN AL PROYECTO DE CONSERVACIÓN DEL LINCE IBÉRICO,** mediante el cual WWF promueve medidas para evitar atropellos, perseguir la caza furtiva y el uso de cepos, lazos y venenos, y trabaja para recuperar las poblaciones de conejo, su principal alimento, y para concienciar a los propietarios de fincas donde viven los lince. Además, participa en el programa Life+Iberlince que está liberando lince criados en cautividad para recuperar el hábitat histórico de la especie.



- **ADHESIÓN A LA INICIATIVA 100 EMPRESAS POR LOS BOSQUES,** que pretende contribuir a la restauración del Parque Nacional de Doñana (España), declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, mediante la recuperación de la biodiversidad de la zona y la creación de un corredor verde para evitar el aislamiento de especies como el lince ibérico. MAPFRE ha contribuido en la reforestación de una hectárea de este espacio protegido.



- **CONCURSO DE FOTOGRAFÍA DIGITAL OBJETIVO BIODIVERSIDAD**, destinado a sensibilizar a los empleados en cuanto a la necesidad de proteger la biodiversidad, haciendo énfasis en la conservación de las especies en peligro de extinción, como el lince ibérico, y de su hábitat en el Parque Nacional de Doñana. Se han sorteado 50 peluches de lince entre los participantes y se han otorgado tres premios económicos a los ganadores.



- **COLABORACIÓN CON "CREANDO REDES"**, plataforma de interacción entre agentes sociales en el II Foro de Restauración Ecológica, evento en el que se exponen los últimos avances en esta materia y las fuentes de financiación para desarrollar proyectos I+D en restauración del capital natural.



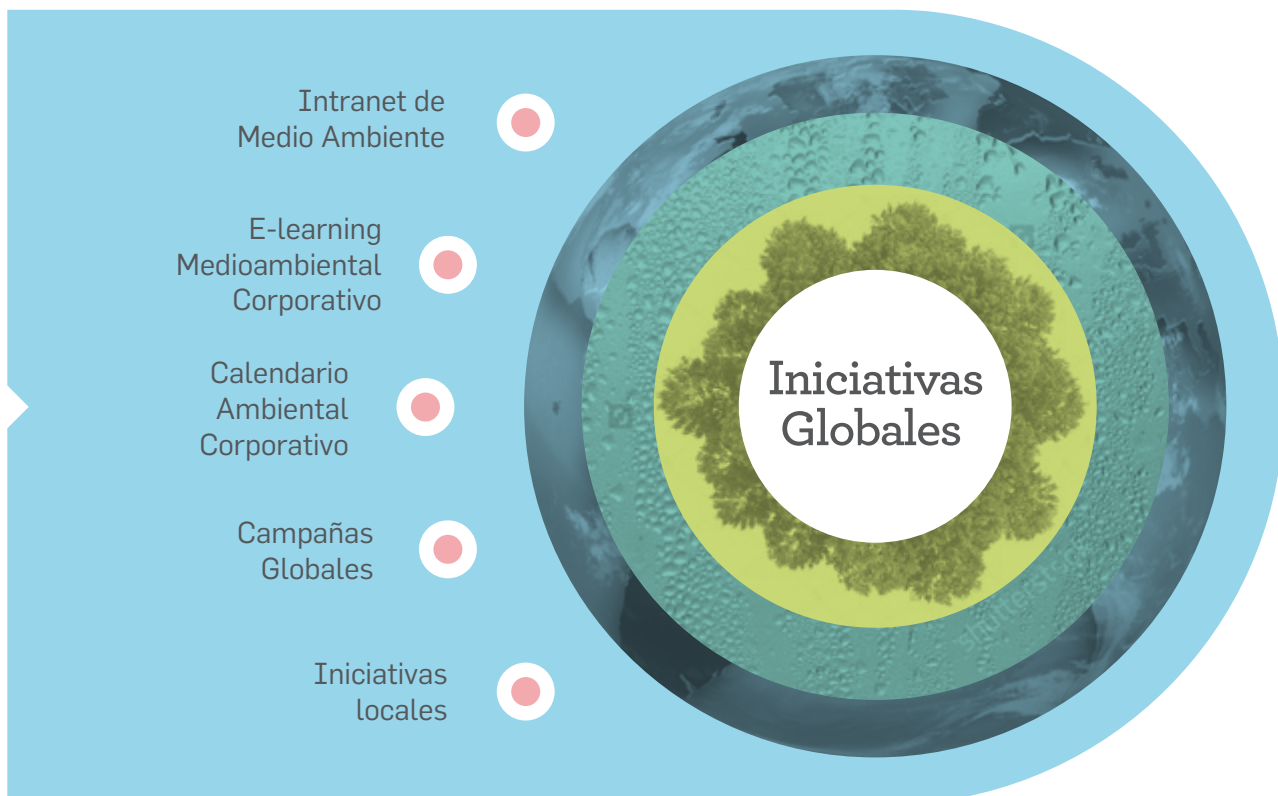
5.7. CULTURA MEDIOAMBIENTAL

[G4-FS4]

MAPFRE considera determinante el compromiso de los empleados en el logro de los objetivos medioambientales, principalmente en aquellos vinculados a procesos de eco-eficiencia. En éstos, la contribución de los empleados es necesaria para minimizar el consumo de los recursos utilizados, así como para gestionar de manera adecuada los residuos generados.

Este compromiso queda también patente en la Política Medioambiental, que de manera expresa, establece el compromiso de la participación de los empleados a través de la promoción de la responsabilidad medioambiental. La política se encuentra disponible en la intranet para los empleados, así como en la página web corporativa para el público en general.

Con objeto de difundir estos compromisos, se definen cinco líneas principales de actuación:



La Intranet de Medio Ambiente está dedicada de manera exclusiva a temas medioambientales. Además, incluye un buzón de sugerencias y una dirección de correo electrónico de contacto (medioambiente.disma@mapfre.com). Esta dirección se replica, con el mismo objetivo, en todos los países en los que se implanta el Plan de Expansión Medioambiental Internacional.

Desde 2008, MAPFRE imparte a sus empleados un curso e-learning sobre el medio ambiente y la gestión medioambiental del Grupo. Hasta 2015, este curso ha sido realizado por un total de 4.342 empleados, y se está actualizando para convertirlo en un curso global que se difundirá en 2016.



Best Practice 2015

El edificio sede en Colombia ha reducido durante 2015 su consumo eléctrico en un 5%. Una de las actuaciones llevadas a cabo para conseguir este logro ha sido la Campaña "RETO CERO". La iniciativa ha consistido en la distribución de material de sensibilización sobre consumo energético responsable entre los empleados y proveedores de seguridad y limpieza, así como la promoción del uso responsable de los equipos ofimáticos y cargadores fuera de la jornada laboral.

La campaña "La Hora del Planeta" se ha convertido en un referente institucional en cuanto a la gestión coordinada de iniciativas globales. Desde los comienzos de la participación de MAPFRE en el año 2009, se han llevado a cabo actuaciones de diversa índole (carteles, teatro, concursos fotografía, y otros) y este año se han desarrollado actividades en 17 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, España, Estados Unidos, Honduras, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Portugal, Puerto Rico y Venezuela.

Destaca este año la realización, por primera vez, de la **Campaña Cool Biz** en España en la época estival, con la que MAPFRE ha difundido entre los empleados de España la importancia de reducir las necesidades de climatización en el interior de los edificios, adaptando la vestimenta a las temperaturas del verano, con el objetivo de conseguir ahorros energéticos y disminuir las emisiones.



Otra campaña de sensibilización a destacar es el **concurso de fotografía Objetivo Biodiversidad**, que pretendía sensibilizar a los empleados de España en cuanto a la necesidad de proteger la biodiversidad. Los empleados presentaron 600 fotografías, entre las que se seleccionaron 6 finalistas con la colaboración de varias áreas corporativas, se publicaron en el portal interno y los empleados eligieron a los ganadores participando con un total de 1.945 votos.



Destaca también la iniciativa **Un Millón de Compromisos por el Clima**, destinada a conseguir que los empleados se unieran a los compromisos asumidos por MAPFRE y que se ha difundido en España a través de los portales internos para empleados y proveedores, así como en Argentina, México y Puerto Rico. En la web de MAPFRE publicada para la iniciativa se registraron 778 compromisos, con los que contribuimos al millón de compromisos por el clima se llevaron a la COP 21 de París.



De manera complementaria a las actuaciones globales, se desarrollan iniciativas locales que refuerzan los compromisos medioambientales asumidos por el Grupo.

Destaca en Colombia la campaña de movilidad sostenible **Me apunto a moverme en bici**, que incentiva la adquisición de bicicletas eléctricas por los empleados mediante una línea de crédito del fondo de empleados, asegurando la bicicleta dentro de la Póliza de Hogar Colectiva del Fondo de Empleados y entregando kits de seguridad a los primeros 25 empleados. Esta iniciativa se enmarca dentro del Programa "Yo me muevo por Bogotá" de la Secretaría Distrital de Ambiente.

Otras campañas de sensibilización a destacar son la **Feria del Reciclaje** y el **Concurso de Decoración Navideña** elaborada a partir de materiales reciclados, llevada a cabo en Puerto Rico.



Destaca también la participación local en la publicación de las noticias del **Calendario Ambiental Corporativo**.

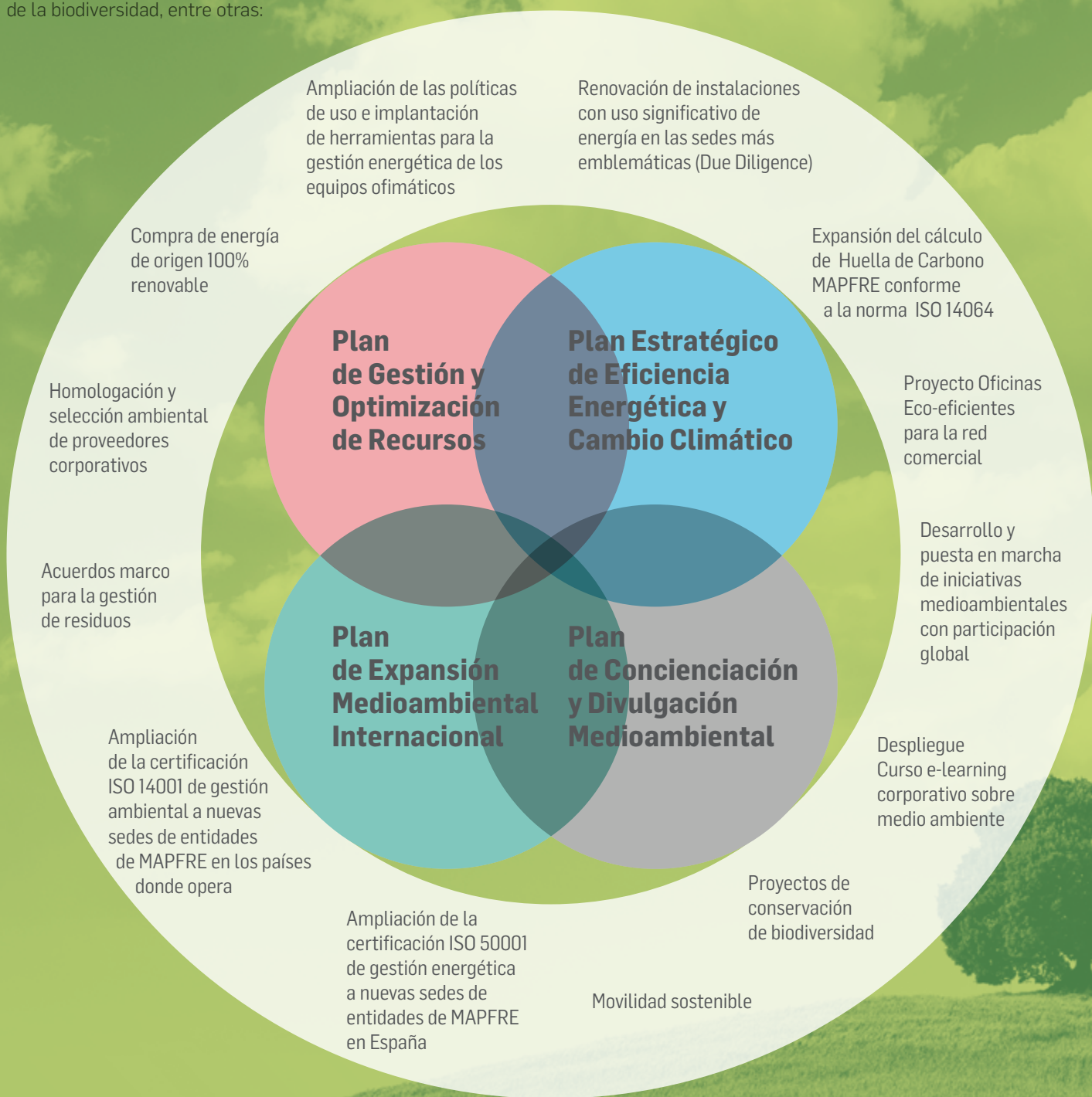


Finalmente, en relación a las acciones desarrolladas para lograr una mayor concienciación de la sociedad en aspectos ambientales, energéticos y de cambio climático, este año MAPFRE ha impulsado el emprendimiento verde en el Greenweekend Sevilla (España), un encuentro promovido por el portal de empleo y medio ambiente Enviroo, con el objetivo de apoyar a los emprendedores "verdes" y a los profesionales y autónomos que buscan nuevos modelos de negocio que respeten el medio ambiente.



5.8. LÍNEAS DE ACTUACIÓN 2016-2017

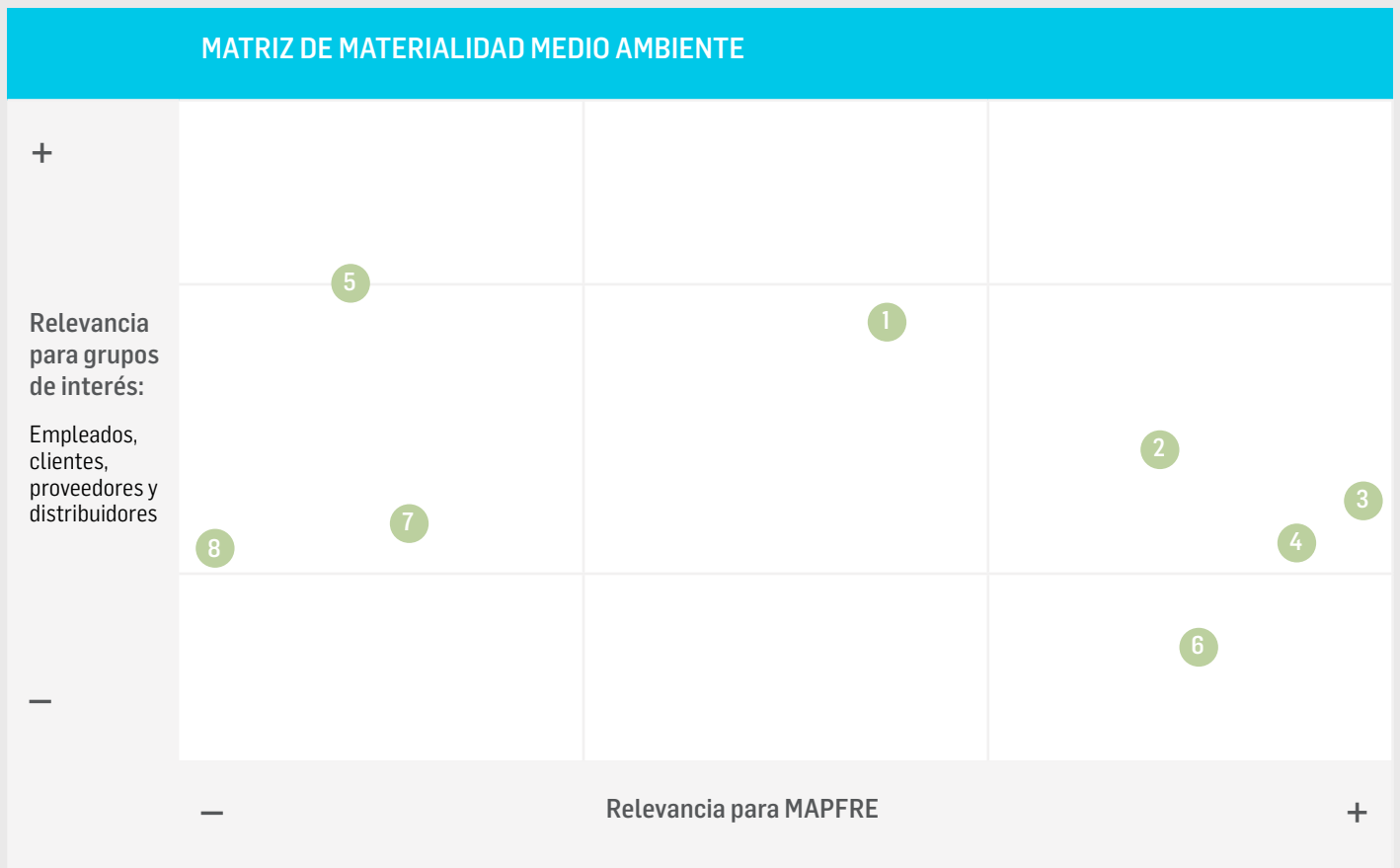
Con el objetivo de avanzar en el cumplimiento de los compromisos asumidos por el Grupo en el desarrollo de su actividad, se identifican las siguientes líneas de actuación destinadas a lograr una cobertura homogénea, con alcance corporativo, de las directrices ambientales del Grupo, la lucha contra el cambio climático y la preservación de la biodiversidad, entre otras:



5.9. MATERIALIDAD MEDIOAMBIENTAL

Como parte del Estudio de Materialidad del Grupo MAPFRE 2014-2016 (ver página 34), se han evaluado una serie de indicadores medioambientales identificados como relevantes. Estos indicadores se han agrupado en un total de ocho grandes temas.

En la siguiente matriz se evidencian las valoraciones de estos grupos de interés:



- 1 Reducir la emisiones al medio ambiente
- 2 Conocer los impactos sociales y ambientales sobre los productos y servicios
- 3 Contar con políticas y procedimientos para evaluar los riesgos sociales y medioambientales
- 4 Contar con procesos de auditoría social y ambiental
- 5 Controlar los vertidos de residuos al medio ambiente
- 6 Realizar evaluaciones ambientales a los proveedores
- 7 Disponer de inversiones, controlar los gastos y resolver las reclamaciones significativas de carácter ambiental
- 8 Controlar los impactos en la biodiversidad



06



Información complementaria



6.1. PRINCIPIOS SEGUIDOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

[G4-13, G4-18, G4-20, G4-21, G4-22, G4-23, G4-32, G4-58; FS9]

Alcance y perfil

MAPFRE ha elaborado el Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) versión G4, en su opción exhaustiva (comprehensive) y el suplemento sectorial financiero.

El informe incluye las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE a nivel mundial.

En 2015, existe una limitación al alcance correspondiente a Costa Rica cuya información se ha limitado a los datos referentes a Clientes y Empleados.

Fiabilidad y verificación

La información cualitativa y cuantitativa de los indicadores básicos, específicos y sectoriales del GRI G4 han sido verificados externamente por la firma KPMG, incluyendo la información aportada para las actividades de MAPFRE realizadas en Argentina, Brasil, Colombia, España, EE.UU., México, Perú, Puerto Rico y Turquía, que suponen en su conjunto el 78,2 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 Sygris, la herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social implantada en el Grupo.

Claridad, precisión y exhaustividad

La información se expone de forma sistemática, incluyendo un índice general, que facilita su lectura (pág. 3), y un índice global de indicadores GRI, que permite la accesibilidad y ubicación de los datos que se presentan.

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

Los informes correspondientes a los últimos trece 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. (<https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/informes-anauales>)

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

La información se presenta siguiendo la estructura organizativa y territorial definida a partir del año 2015 y por ello, los datos del ejercicio anterior se han adaptado, en la medida de lo posible, a la nueva estructura para facilitar una comparación homogénea. (Más información al respecto en el apartado Información General pág. 8)

A efectos de comparabilidad respecto a ejercicios anteriores, este año no se han incluido datos de Costa Rica en términos generales; con la excepción de los datos referentes a Empleados y a Clientes que si figuran como parte de los datos agregados.

Equilibrio

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

Materialidad, relevancia e inclusividad

Durante 2015, MAPFRE ha continuado desarrollando la segunda fase del estudio de "materialidad" requerido para aplicar su Informe Anual a la versión GRI4. El informe da respuesta a los 22 temas considerados relevantes para MAPFRE y cuatro de sus grupos de interés (empleados, clientes, distribuidores y proveedores) que han participado en la consulta externa realizada en Brasil, Colombia, España, México y Puerto Rico y permite poner en valor el desempeño y compromiso del Grupo con el desarrollo sostenible.

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

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

Informe Anual de Fundación MAPFRE. (Publicado en la página Web www.fundacionmapfre.org)

Capacidad de respuesta

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

La Dirección de Responsabilidad Social Corporativa: 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

Portal Corporativo de MAPFRE: www.mapfre.com

6.2. ÍNDICE DE CONTENIDO GRI G4 Y MATERIALITY DISCLOSURES ORGANIZATIONAL MARK



Contenidos básicos generales

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
 Estrategia y análisis		
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	– Carta del Presidente Pág. 4
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	Informe de Cuentas Anuales 2015. Contexto económico. – Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Factores y Riesgos ASG Pág. 48 – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Innovación Pág. 94 Reclamaciones y quejas Pág. 109
 Perfil de la organización		
G4-3	Nombre de la organización.	Capítulo 2. Información General Pág. 8
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	Informe de Cuentas Anuales 2015: Unidades de negocio. – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Innovación Pág. 94; Productos y servicios de alto contenido social Pág. 98 Productos medioambientales Pág. 101
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	– Capítulo 2. Información General Pág. 8
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se abordan en la memoria.	– Capítulo 2. Información General Pág. 8
G4-7	Describa la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	– Capítulo 2. Información General Pág. 9 – Informe de Cuentas Anuales 2015. Contexto económico. Unidades de negocio.
G4-8	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	– Capítulo 2. Información General Pág. 8 – Informe de Cuentas Anuales 2015. Contexto económico. Información básica del Grupo. – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes Pág. 91

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)

G4-9	Determine la escala de la organización: a. Número de empleados; b. Número de operaciones; c. Ventas netas; d. Capitalización; e. Productos que se ofrecen.	– Capítulo 2. Información General: Principales magnitudes económicas Pág. 16 – Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados. Organización Pág. 61
G4-10	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo; b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo; c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo; d. Tamaño de la plantilla por región y sexo; e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas; f. Comuniqué todo cambio significativo en el número de trabajadores.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Organización Pág. 61
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Representación Legal de los trabajadores Pág. 89
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	– Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores Pág. 133
G4-13	Comuniqué todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe Pág. 203
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	– Informe de Cuentas Anuales 2015: Principales riesgos. Gestión de riesgos. – Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Factores y Riesgos ASG Pág. 48
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Compromiso con el desarrollo sostenible Pág. 39. Factores ASG Pág. 48. Principales Asociaciones Pág. 152
G4-16	Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Compromiso con el desarrollo sostenible Pág. 39. Factores ASG Pág. 48. Principales Asociaciones Pág. 152



Aspectos materiales y cobertura

G4-17	a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	– Informe de Cuentas Anuales 2015: 7. Gestión de riesgos. 8. Otra información.
--------------	--	--

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)

G4-18	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Relación con los grupos de interés: Materialidad Pág.34 – Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe de RSC Pág.203
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Relación con los grupos de interés: Materialidad Pág. 34 Temas Materiales y relevantes Pág. 36
G4-20	Indique la cobertura de cada Aspecto material dentro de la organización.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Relación con los grupos de interés: Materialidad Pág.34 Temas Materiales y relevantes Pág.36 – Capítulo 6. Información complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe de RSC Pág. 203
G4-21	Indique el límite de cada Aspecto material fuera de la organización.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Relación con los grupos de interés: Materialidad Pág. 34 Temas Materiales y relevantes Pág. 36 – Capítulo 6. Información complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe de RSC Pág. 203
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información de memorias anteriores y sus causas.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe de RSC Pág. 203
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe de RSC Pág. 203



Participación de grupos de interés

G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Relación con los grupos de interés Pág. 27
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Relación con los grupos de interés Pág. 27
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la Participación de los grupos de interés; por ejemplo, la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Relación con los grupos de interés Pág. 27. Fases del estudio de materialidad Pág. 34
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la Participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Relación con los grupos de interés Pág. 27

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Perfil de la memoria

G4-28	Periodo objeto de la memoria	2015
G4-29	Fecha de la última memoria	2014
G4-30	Ciclo de presentación de memorias	Anual
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe de RSC Pág. 203
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al Informe de Verificación externa, si lo hubiere.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe de RSC Pág. 203
G4-33	a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	– Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe de RSC: Informe de verificación Pág. 226 – Carta del Presidente Pág. 4



Gobierno

G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	Apartados C.1.1., C.1.2., y C.2.1: del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I. Consejo de Administración y Título II. Comisión y Comités Delegados http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml Comisión y Comités Delegados: http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/comisiones-delegadas-consejo.shtml
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	Apartado C.2.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)

G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	Apartados C.2.1 del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml
G4-37	Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.	– Capítulo 4.3: MAPFRE y sus Accionistas: la relación de MAPFRE con los accionistas e inversores Pág. 123
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	Apartados C.1.1 a C.1.3. y C.2.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	Apartado C.1.1 y C.2.1 del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml Título I Capítulo II del reglamento del Consejo de Administración de MAPFRE: Composición
G4-40	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.	Apartados C.1.19., C.1.5. y C.1.6. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a las partes interesadas.	Apartados D.6. y D.7. y A.1. a A.7. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml
G4-42	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	Apartado C.2.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml Título I Capítulo II del reglamento del Consejo de Administración de MAPFRE: Funciones y Competencias del Consejo
G4-43	Señale qué medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	Apartados C.1.40 y C.1.41 del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)

G4-44

a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación.

b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.

Apartado C.1.20. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml>

Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I. Consejo de Administración y Título II. Comisión y Comités Delegados <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml>

G4-45

a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida.

b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.

Apartados E.1., E.2. y F.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml>

– Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Factores y riesgos ASG Pág. 48
– Informe de Cuentas Anuales 2015: Principales riesgos.

Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité De Riesgos Y Cumplimiento <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml>

G4-46

Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.

Apartados E.2. y E.6. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml>

Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité De Riesgos Y Cumplimiento <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml>

G4-47

Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.

Apartado E.1. del IAGC. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml>

Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité De Riesgos Y Cumplimiento <http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml>

– Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Factores y riesgos ASG Pág. 48
– Informe de Cuentas Anuales 2015: Gestión de Riesgos.

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)

G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	Apartado C.2.1 del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC). http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I Capítulo I: Funciones y Competencias del Consejo http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I Capítulo I: Funciones y Competencias del Consejo http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml – Capítulo 4.3. MAPFRE y sus Accionistas: Relación de MAPFRE con los accionistas e inversores Pág. 123 Comité de Ética: Código de Ética y Conducta: composición y funciones: Consultas. https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/codigo-etico.jsp
G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.	– Capítulo 4.3. MAPFRE y sus Accionistas: Relación de MAPFRE con los accionistas e inversores Pág. 123 Comité de Ética: Código de Ética y Conducta: composición y funciones.
G4-51	a. Describa las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. b. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	Apartados A.1., A.3., A.4., A.5., A.10. y A.13. del Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR). https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/informe-anual-sobre-remuneraciones-de-los-consejeros_tcm884-176231.pdf
G4-52	Describa los procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	Apartado A.2. del Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR). https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/informe-anual-sobre-remuneraciones-de-los-consejeros_tcm884-176231.pdf
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	El Informe Anual sobre remuneraciones, se presenta en la Junta General y se publica con carácter previo para su conocimiento. http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/junta-general-mapfre-2015.shtml

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)

G4-54

Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.

La información pública sobre remuneración se puede encontrar en la memoria de cuentas anuales según establece la normativa contable y mercantil. También en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR). https://www.mapfre.com/corporativo-es/images/informe-anual-sobre-remuneraciones-de-los-consejeros_tcm884-176231.pdf

G4-55

Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.

– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados:
Política de compensaciones y de reconocimiento Pág. 75
– No se puede divulgar mayor detalle por cuestiones de confidencialidad.



Ética e integridad

G4-56

Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.

– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Nueva política de RSC Pág. 23

G4-57

Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.

– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54

G4-58

Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.

Mecanismos Internos:
– Capítulo 3: MAPFRE y la RSC: Medidas de Prevención y cumplimiento Pág. 54

Mecanismos Externos:
– Capítulo 3: MAPFRE y la RSC: Relación con Grupos de interés Pág. 27
– Capítulo 6. Información complementaria: Capacidad de respuesta Pág. 203

Contenidos básicos específicos

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)

CATEGORÍA: ECONOMÍA



Desempeño económico

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-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.

– Informe de Cuentas Anuales 2015.
– Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2015.

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	– Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Factores y Riesgos ESG Pág. 48. Productos y servicios Medioambientales – Capítulo 4. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios Medioambientales Pág. 101 – Capítulo 5. Dimensión Medioambiental: Huella de Carbono Pág. 179
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Política de compensaciones y reconocimiento Pág. 75
G4-EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	– Informe de Cuentas Anuales 2015. Unidades de negocio.
	Presencia en el mercado Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	– Capítulo 4. MAPFRE y sus Empleados: Política de compensaciones y reconocimiento Pág. 75
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	– Capítulo 4. MAPFRE y sus Empleados.: Diversidad generacional Pág. 67
	Consecuencias económicas indirectas Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	– No aplica.
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	– No aplica.
	Prácticas de adquisición Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	– Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Tipos de Proveedores Pág. 133
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE		
	Materiales Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Ecoeficiencia: optimización de los recursos Pág. 185
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Energía

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN3	Consumo energético interno, desglosado por fuentes primarias.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono Pág. 179
G4-EN4	Consumo energético externo, desglosado por fuentes primarias.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono Pág. 179
G4-EN5	Intensidad energética.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono Pág. 179
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono Pág. 179. Consecución de resultados 2015 Pág. 162
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	– Capítulo 5 MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono Pág. 179



Agua

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Ecoeficiencia; Optimización de recursos Pág. 185
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	– No aplica.
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	– No aplica.



Biodiversidad

Aspecto No Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contenga o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: preservación de la biodiversidad Pág. 191
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: preservación de la biodiversidad Pág. 191 – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios medioambientales Pág. 101
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No tenemos constancia de que nuestras actividades, productos y servicios, hayan tenido en 2015 un impacto negativo directo sobre áreas protegidas o de alta biodiversidad no protegidas.
G4-EN14	Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Emisiones

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: huella de carbono Pág. 179
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía.	
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	– No aplica.
G4-EN21	NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas	– No aplica.



Efluentes y residuos

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN22	Vertido total de de aguas, según su calidad y destino	– No aplica.
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Gestión de residuos Pág. 138
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Derrames y fugas Pág. 191
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	– No aplica.
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de organización.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Emisiones y vertidos Pág. 191



Productos y servicios

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	– Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: productos y servicios medioambientales Pág. 101
G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos.	– No aplica.

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Cumplimiento regulatorio
Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN29 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. No tenemos conocimiento de reclamaciones, multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental durante el ejercicio.



Transporte
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN30 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. – Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Huella de Carbono Pág. 179



General
Aspecto No Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN31 Desglose de los gastos y las inversiones ambientales. – Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: SYGMAYE. Ecoeficiencia Pág. 185



Evaluación ambiental de los proveedores
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN32 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales. – Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Criterios de selección de proveedores y relación con ellos Pág. 134. Homologación de proveedores Pág. 136

G4-EN33 Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto. – Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Homologación de proveedores Pág. 136
– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Gestión de residuos Pág. 188



Mecanismo de reclamación en materia ambiental
Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-EN34 Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. No tenemos conocimiento de otras reclamaciones, multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental durante el ejercicio.

CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL > PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO



Empleo
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-LA1 Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región. – Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Política de empleo Pág. 62

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Política de compensaciones y reconocimiento Pág. 75
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados. Entorno laboral Pág. 80
	Relaciones entre los trabajadores y la dirección Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso da cambios operativos y posible inclusión de estos en convenios colectivos.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Representación legal de los trabajadores Pág. 89
	Salud y seguridad en el trabajo Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Bienestar y conciliación Pág. 77
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales en los sindicatos.	
	Capacitación y educación Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Gestión del talento; Formación. Pág. 70
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Gestión del talento: Desarrollo, movilidad y promoción: Desarrollo, movilidad interna y promoción y Formación Pág. 70
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Gestión del talento; Desarrollo Pág. 70
	Diversidad e igualdad de oportunidades Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	– Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Organización Pág. 61. Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades Pág. 64 – Informe Anual de Cuentas 2015: Órganos de gobierno.

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Igualdad de retribución entre mujeres y hombres
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-LA13** Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad. – Esta información no se encuentra disponible a fecha de cierre del informe.



Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores
Aspecto No Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-LA14** Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales. – Capítulo 4.5 MAPFRE y sus Proveedores: Criterios de selección de proveedores y relación con ellos Pág. 135. Homologación de Proveedores Pág. 136

- G4-LA15** Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto. – Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Criterios de selección de proveedores y relación con ellos Pág. 135



Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-LA16** Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. – Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54

CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL > DERECHOS HUMANOS



Inversión
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-HR1** Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. – Esta información no se encuentra disponible a fecha de cierre del informe.

- G4-HR2** Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados. – Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54



No discriminación
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-HR3** Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas. – Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 89

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Libertad de asociación y negociación colectiva
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-HR4** Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.
- Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Nueva Política de RSC Pág. 23. Compromisos con el desarrollo sostenible Pág. 39 . Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54.
 - Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados: Representación legal de los trabajadores Pág. 89.
 - Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Homologación de proveedores Pág. 136.
 - Código Ético y de Conducta.



Trabajo infantil
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-HR5** Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.
- Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Nueva Política de RSC Pág. 23. Compromiso con el desarrollo sostenible Pág. 39. Análisis de Riesgos ASG Pág. 48. Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54
 - Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados. Política de empleo Pág. 62
 - Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio Pág. 136
 - Código Ético y de Conducta.



Trabajo forzoso
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-HR6** Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.
- Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Compromisos con el desarrollo sostenible Pág. 39. Análisis de riesgos ASG Pág. 48. Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54
 - Capítulo 4.1. MAPFRE y sus Empleados. Política de empleo Pág. 62
 - Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio Pág. 136
 - Código Ético y de Conducta.



Medidas de seguridad
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-HR7** Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.
- Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Compromisos con el desarrollo sostenible Pág. 39. Análisis de riesgos ASG Pág. 48. Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Derechos de la población indígena
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-HR8 Número de casos de violación de los derechos humanos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas. – No aplica.



Evaluación
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-HR9 Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos. – Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Compromiso con el desarrollo sostenible Pág. 39



Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-HR10 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos. – Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Compromiso con el desarrollo sostenible Pág. 39
– Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Homologación de proveedores Pág. 136

G4-HR11 Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas. – Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio Pág. 136



Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos
Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-HR12 Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. – Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54

CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL > SOCIEDAD



Comunidades Locales
Aspecto No Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-S01 Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. – Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2015.

G4-S02 Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales. – Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2015.

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Lucha contra la corrupción

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-S03** Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados. – Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Compromisos con el desarrollo sostenible Pág. 39. Análisis de riesgos ASG Pág. 48. Medidas de prevención y cumplimiento Pág. 54
- G4-S04** Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.
- G4-S05** Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.



Política pública

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-S06** Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario. Política de Gobierno Corporativo <https://www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/gobierno-corporativo/> Código Ético y de Conducta <https://www.mapfre.com/corporativo-es/responsabilidad-social/definicion-objetivos/codigo-etico.jsp>



Prácticas de competencia desleal

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-S07** Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas. En 2015 no se han producido demandas significativas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.



Cumplimiento regulatorio

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

- G4-S08** Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa. El importe correspondiente a multas y sanciones por incumplimiento de la legislación y la normativa (en general y en relación con el suministro y el uso de productos y servicios) pagado en 2015, no tiene carácter de "significativo" a efectos del Grupo MAPFRE.

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Evaluación de la repercusión social de los proveedores

Aspecto No Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-S09	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	– Capítulo 4.5. MAPFRE y sus Proveedores: Homologación de proveedores Pág. 136
G4-S010	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	– No aplica.



Mecanismos de reclamación por impacto social

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-S011	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Durante el ejercicio 2015, y a través de los mecanismos formales existentes en la organización, no se han registrado reclamaciones sobre impacto sociales.
----------------	---	--

CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL > RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS



Salud y seguridad de los clientes

Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2015




G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	– No aplica.
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	– No aplica.




Etiquetado de los productos y servicios

Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015

G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	– No disponible. – Varía en función de la legislación local. Aplica sobre todo a productos de Ahorro e Inversión.
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	– Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes. Reclamaciones y Quejas Pág. 109
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	– Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Fidelización. Calidad en MAPFRE Pág. 106

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
	Comunicaciones de Mercadotecnia Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	– No aplica.
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	Durante el ejercicio 2015, no se han registrado casos significativos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios asumidos por la compañía.
	Privacidad de los clientes Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	– Capítulo 3. MAPFRE y La Responsabilidad Social: Medidas de prevención y cumplimiento: Seguridad Pág. 59 – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Reclamaciones y Quejas Pág. 109
	Cumplimiento regulatorio Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2015	
G4-PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	– Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Reclamaciones y Quejas Pág. 109 El importe correspondiente a multas y sanciones por incumplimiento de la legislación y la normativa pagado en 2015, no tiene carácter de "significativo" a efectos del Grupo MAPFRE.

Indicadores GRI suplemento financiero

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
	Impacto de productos y servicios	
G4-FS1	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	– Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Análisis de riesgos ASG Pág. 48 – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social Pág. 98. Productos y servicios medioambientales Pág. 101 – Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Compromiso con el Medioambiente y la Sostenibilidad Pág. 160
G4-FS2	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	– Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Análisis de riesgos ASG Pág. 48. – Capítulo 5. MAPFRE y el Medioambiente: Estrategia de MAPFRE para la mitigación y adaptación al Cambio Climático. Pág. 174

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)

G4-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 RSC: Análisis de riesgos ASG Pág. 48 – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social Pág. 98. Productos y servicios medioambientales Pág. 101 – Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Compromiso con el Medioambiente y la Sostenibilidad Pág. 160
G4-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 5. MAPFRE y el medioambiente: SIGMAYE. Cultura medioambiental Pág. 194
G4-FS5	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> – Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Factores y Riesgos ASG Pág. 48. CLIENTES – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Innovación Pág. 94. Canales de comunicación Pág. 104 INVERSORES – Capítulo 4.3. MAPFRE y sus Accionistas: Relación de MAPFRE con los accionistas e inversores Pág. 123 – Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: Estrategia para la mitigación y adaptación al Cambio Climático Pág. 174 – mapfre.com: Información corporativa del Grupo MAPFRE/ Sección Accionistas e Inversores.



Cartera de producto

G4-FS6	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño y sector.	<ul style="list-style-type: none"> – Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Innovación Pág. 94 – Informe de Cuentas Anuales 2015. Unidades de negocio.
G4-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 4.2. MAPFRE y sus Clientes: productos y servicios medioambientales Pág. 101
G4-FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	



Auditoría

G4-FS9	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	<ul style="list-style-type: none"> – Carta del Presidente Pág. 4 – Capítulo 3. MAPFRE y la RSC: Factores y Riesgos ASG Pág. 48. Medidas de prevención y control Pág. 54 – Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: SIGMAYE Pág. 168 – Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe Pág. 203
---------------	--	--

INDICADORES GRI4

PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)



Gestión activa de la propiedad

- | | | |
|----------------|--|--|
| G4-FS10 | Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales. | – Esta información no se encuentra disponible a fecha de cierre del informe. |
| G4-FS11 | Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental. | |
| G4-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. | – No aplica. |



Comunidad

- | | | |
|----------------|---|--|
| G4-FS13 | Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos. | – Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Nueva política de RSC Pág. 23
– Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social Pág. 98
– Informe de Fundación MAPFRE 2015. |
| G4-FS14 | Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros | |



Salud y seguridad del cliente

- | | | |
|----------------|--|---|
| G4-FS15 | Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa | – Capítulo 3. MAPFRE Y LA RSC: Nueva Política de RSC Pág. 23
– Capítulo 4.2. MAPFRE y sus Clientes: Productos y servicios de Alto contenido social Pág. 98 |
|----------------|--|---|



Comunicaciones de marketing

- | | | |
|----------------|---|-------------------------------------|
| G4-FS16 | Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario | – Informe de Fundación MAPFRE 2015. |
|----------------|---|-------------------------------------|



KPMG Asesores S.L.
Edificio Torre Europa
Paseo de la Castellana, 95
28046 Madrid

Informe de Revisión Independiente para la Dirección de MAPFRE, S.A.

De acuerdo con nuestra carta de encargo, hemos revisado la información no financiera contenida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de MAPFRE, S.A. (en adelante MAPFRE) del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2015 (en adelante, “el Informe”) y de los indicadores incluidos en los Informes locales equivalentes de MAPFRE en Argentina, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos de América, México, Perú, Puerto Rico y Turquía, que se detallan en el Anexo a este Informe.

La Dirección de MAPFRE es responsable de la preparación y presentación del Informe de conformidad con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad y el Suplemento Sectorial de Servicios Financieros de Global Reporting Initiative, versión 4.0 (G4), según lo detallado en el punto G4-32 del Índice de contenidos GRI del Informe y siguiendo los criterios de *Materiality Disclosure Service*, habiendo obtenido, confirmación de Global Reporting Initiative sobre la correcta aplicación de los mismos. La Dirección también es responsable de la información y las afirmaciones contenidas en el mismo; de la determinación de los objetivos de MAPFRE en lo referente a la selección y presentación de información sobre el desempeño en materia de desarrollo sostenible, incluyendo la identificación de los grupos de interés y de los asuntos materiales; y del establecimiento y mantenimiento de los sistemas de control y gestión del desempeño de los que se obtiene la información.

Nuestra responsabilidad es llevar a cabo una revisión limitada y, basado en el trabajo realizado, emitir este informe, referido exclusivamente a la información correspondiente al ejercicio 2015. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de conformidad con la Norma ISAE 3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) y con 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). Estas normas exigen que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo de forma que obtengamos una seguridad limitada sobre si el informe está exento de errores materiales.

KPMG aplica la norma ISQC1 (*International Standard on Quality Control 1*) y de conformidad con la misma mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados en relación al cumplimiento de los requerimientos éticos, estándares profesionales y requerimientos legales y regulatorios aplicables.

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y otros requerimientos éticos del *Code of Ethics for Professional Accountants* emitido por el *International Ethics Standards Board for Accountants*, el cual está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestro trabajo de revisión limitada se ha llevado a cabo mediante entrevistas con la Dirección y las personas encargadas de la preparación de la información incluida en el Informe, y la aplicación de procedimientos analíticos y otros dirigidos a recopilar evidencias, como:

- La comprobación de los procesos que dispone MAPFRE para determinar cuáles son los aspectos materiales, así como la participación de los grupos de interés en los mismos.
- La comprobación, a través de entrevistas con la Dirección y con otros empleados relevantes, tanto a nivel de grupo como a nivel de las unidades de negocio seleccionadas, de la existencia de una estrategia y políticas de sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa para atender a los asuntos materiales, y su implantación a todos los niveles de MAPFRE.
- La evaluación de la consistencia de la descripción de la aplicación de las políticas y la estrategia en materia de sostenibilidad, gobierno, ética e integridad de MAPFRE.
- El análisis de riesgos, incluyendo búsqueda en medios para identificar asuntos materiales durante el ejercicio cubierto por el Informe.

- La revisión de la consistencia de la información que responde a los Contenidos Básicos Generales con los sistemas o documentación interna.
- El análisis de los procesos de recopilación y de control interno de los datos cuantitativos reflejados en el Informe, en cuanto a la fiabilidad de la información, utilizando procedimientos analíticos y pruebas de revisión en base a muestreos.
- La revisión de la aplicación de los requerimientos establecidos en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad G4 de Global Reporting Initiative para la preparación de informes según la opción de conformidad exhaustiva.
- La lectura de la información incluida en el Informe para determinar si está en línea con nuestro conocimiento general y experiencia, en relación con el desempeño en sostenibilidad de MAPFRE.
- El contraste de la información financiera reflejada en el Informe con la incluida en las cuentas anuales de MAPFRE, auditadas por terceros independientes.

Nuestro equipo multidisciplinar ha incluido especialistas, y en el desempeño social, ambiental y económico de la empresa.

Los procedimientos llevados a cabo en un encargo de aseguramiento limitado varían en naturaleza y tiempo empleado, siendo menos extensos que los de un encargo de revisión razonable. Consecuentemente, el nivel de aseguramiento obtenido en un trabajo de revisión limitado es inferior al de uno de revisión razonable. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.


Nuestra conclusión se basa en, y está sujeta a, los aspectos indicados en este Informe de Revisión Independiente. Consideramos que la evidencia que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestras conclusiones.

En base a los procedimientos realizados y a la evidencia obtenida, tal y como se describe anteriormente, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de MAPFRE, S.A. del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2015 no haya sido preparado, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad y el Suplemento Sectorial de Servicios Financieros de Global Reporting Initiative, versión 4.0 (G4), según lo detallado en el punto G4-32 del Índice de contenidos GRI del Informe, lo que incluye la fiabilidad de los datos, la adecuación de la información presentada y la ausencia de desviaciones y omisiones significativas.

En otro documento proporcionaremos a la Dirección de MAPFRE un informe interno que contiene todos nuestros hallazgos y áreas de mejora.

De conformidad con los términos y condiciones de nuestra carta de encargo, este Informe de Revisión Independiente se ha preparado en relación con el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2015 de MAPFRE y los informes locales equivalentes de MAPFRE en Argentina, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos de América, México, Perú, Puerto Rico y Turquía. Por tanto no tiene ningún otro propósito ni puede ser usado en otro contexto.

KPMG Asesores, S.L.



José Luis Blasco Vázquez

4 de marzo de 2016

INDICADORES DE ARGENTINA						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)		
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno	Empleo	Sociedad		
	G4-EC2			G4-LA1	Comunidades locales	G4-SO1
	G4-EC3			G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4	G4-LA3	Lucha contra la corrupción	G4-SO3		
Presencia en el mercado	G4-EC5	Relaciones con los trabajadores y la Dirección		G4-LA4	G4-SO4	
	G4-EC6	Seguridad y Salud en el trabajo	G4-LA5	G4-SO5		
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA6	Política pública	G4-SO6	
	Indicadores de desempeño AMBIENTAL		G4-EN1	G4-LA7	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
Materiales			G4-EN2	G4-LA8	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
	Energía	G4-EN3	Capacitación y educación	G4-LA9	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11
G4-EN4		G4-LA10		Responsabilidad sobre Productos		
G4-EN5		Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4	
G4-EN6		Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13	G4-PR5		
G4-EN7		Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7	
Agua	G4-EN8	G4-LA15	Privacidad de los clientes	G4-PR8		
	Biodiversidad	G4-EN11	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
G4-EN12		Derechos Humanos		Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO		
G4-EN13		Inversión	G4-HR2	Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
G4-EN14		No discriminación	G4-HR3		G4-FS2	
Emisiones	G4-EN15	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS3	
	G4-EN16	Trabajo infantil	G4-HR5		G4-FS4	
	G4-EN17	Trabajo forzoso	G4-HR6		G4-FS5	
	G4-EN18	Medidas de seguridad	G4-HR7	Impacto de productos y servicios - Cartera de producto	G4-FS6	
	G4-EN19	Evaluación	G4-HR9	G4-FS7		
Efluentes y residuos	G4-EN23	Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR12	G4-FS8		
	G4-EN24	Comunidad	Comunidad - Salud y Seguridad del Cliente	Cartera de producto - Auditoría	G4-FS9	
	G4-EN26			Gestión activa de la propiedad	G4-FS10	
Productos y servicios	G4-EN27			G4-FS11		
	Cumplimiento regulatorio			G4-EN29	G4-FS13	
Transporte	G4-EN30			G4-FS14		
General	G4-EN31	G4-FS15				
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34	Comunicaciones de marketing	G4-FS16			

INDICADORES DE BRASIL						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)		
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno	Empleo	Sociedad		
	G4-EC2			G4-LA1	Comunidades locales	G4-SO1
	G4-EC3			G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4	G4-LA3	Lucha contra la corrupción	G4-SO3		
G4-EC5	G4-LA4	G4-SO4				
Presencia en el mercado	G4-EC6	Relaciones con los trabajadores y la Dirección	G4-LA5	G4-SO5		
Prácticas de adquisición	G4-EC9	Seguridad y Salud en el trabajo	G4-LA6	Política pública	G4-SO6	
			G4-LA7	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7	
G4-LA8	Cumplimiento regulatorio		G4-SO8			
G4-LA9	Evaluación de la repercusión social de los proveedores		G4-SO9			
Indicadores de desempeño AMBIENTAL		Capacitación y educación	G4-LA10	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO10	
Materiales	G4-EN1	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA11	Responsabilidad sobre Productos	Etiquetado de los productos y servicios	
	G4-EN2		G4-LA12			
Energía	G4-EN3	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13	G4-PR4		
	G4-EN4	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	G4-PR5		
	G4-EN5		G4-LA15	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7	
	G4-EN6	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16	Privacidad de los clientes	G4-PR8	
Agua	G4-EN7	Derechos Humanos	Inversión	G4-PR9		
	G4-EN8			G4-HR2	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO	
	Biodiversidad	G4-EN11	No discriminación	G4-HR3	Impacto de productos y servicios	G4-FS1
		G4-EN12	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS2
G4-EN13		Trabajo infantil	G4-HR5	G4-FS3		
G4-EN14		Trabajo forzoso	G4-HR6	G4-FS4		
Emisiones	G4-EN15	Medidas de seguridad	G4-HR7	G4-FS5		
	G4-EN16	Evaluación	G4-HR9	G4-FS6		
	G4-EN17	Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-HR10	G4-FS7		
	G4-EN18	Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR11	G4-FS8		
	G4-EN19		G4-HR12	G4-FS9		
Efluentes y residuos	G4-EN23			Impacto de productos y servicios - Cartera de producto	G4-FS10	
Productos y servicios	G4-EN24			Cartera de producto - Auditoría	G4-FS11	
	G4-EN26			Gestión activa de la propiedad	G4-FS13	
Cumplimiento regulatorio	G4-EN27			Comunidad	G4-FS14	
Transporte	G4-EN29			Comunidad - Salud y Seguridad del Cliente	G4-FS15	
General	G4-EN30			Comunicaciones de marketing	G4-FS16	
	G4-EN31					
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32					
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN33					
	G4-EN34					

INDICADORES DE COLOMBIA						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)		
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno	Empleo	Sociedad		
	G4-EC2			G4-LA1	Comunidades locales	G4-SO1
	G4-EC3			G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4	G4-LA3	Lucha contra la corrupción	G4-SO3		
G4-EC5	G4-LA4	G4-SO4				
Presencia en el mercado	G4-EC6	Relaciones con los trabajadores y la Dirección	G4-LA5	G4-SO5		
Prácticas de adquisición	G4-EC9	Seguridad y Salud en el trabajo	G4-LA6	Política pública	G4-SO6	
			G4-LA7	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7	
G4-LA8	Cumplimiento regulatorio		G4-SO8			
G4-LA9	Evaluación de la repercusión social de los proveedores		G4-SO9			
Indicadores de desempeño AMBIENTAL		Capacitación y educación	G4-LA10	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO10	
Materiales	G4-EN1	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA11	Responsabilidad sobre Productos	Etiquetado de los productos y servicios	
	G4-EN2		G4-LA12			
Energía	G4-EN3	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13	G4-PR4		
	G4-EN4	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	G4-PR5		
	G4-EN5		G4-LA15	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7	
	G4-EN6	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16	Privacidad de los clientes	G4-PR8	
Agua	G4-EN8	Derechos Humanos	Inversión	G4-PR9		
	G4-EN11			G4-HR2	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO	
Biodiversidad	G4-EN12		No discriminación	G4-FS1		
	G4-EN13		Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-FS2		
	G4-EN14		Trabajo infantil	G4-FS3		
	G4-EN15		Trabajo forzoso	G4-FS4		
Emisiones	G4-EN16		Medidas de seguridad	G4-FS5		
	G4-EN17		Evaluación	G4-FS6		
	G4-EN18		Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-FS7		
	G4-EN19		Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-FS8		
Efluentes y residuos	G4-EN23			G4-FS9		
	G4-EN24			G4-FS10		
	G4-EN26			G4-FS11		
Productos y servicios	G4-EN27			G4-FS13		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29			G4-FS14		
Transporte	G4-EN30			G4-FS15		
General	G4-EN31			G4-FS16		
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32					
	G4-EN33					
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34					

INDICADORES DE ESPAÑA						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)		
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno	Empleo	Sociedad		
	G4-EC2			G4-LA1	Comunidades locales	G4-SO1
	G4-EC3			G4-LA2	Lucha contra la corrupción	G4-SO2
	G4-EC4	G4-LA3	G4-SO3			
Presencia en el mercado	G4-EC5	Relaciones con los trabajadores y la Dirección	G4-LA4	G4-SO4	G4-SO5	
Prácticas de adquisición	G4-EC6	Seguridad y Salud en el trabajo	Capacitación y educación	Política pública	G4-SO6	
	G4-EC9			G4-LA5	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
Indicadores de desempeño AMBIENTAL				G4-LA6	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
Materiales	G4-EN1			G4-LA7	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
	G4-EN2	G4-LA8	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11	Responsabilidad sobre Productos	
Energía	G4-EN3	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA9	Etiquetado de los productos y servicios		G4-PR4
	G4-EN4		G4-LA10		G4-PR5	
	G4-EN5	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA11	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7	
	G4-EN6	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA12	Privacidad de los clientes	G4-PR8	
Agua	G4-EN7	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA13	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9	
	G4-EN8		G4-LA14	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO		
Biodiversidad	G4-EN11	Derechos Humanos	G4-LA15	Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
	G4-EN12	Inversión	G4-LA16		G4-FS2	
	G4-EN13	No discriminación	G4-HR2		G4-FS3	
	G4-EN14	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR3		G4-FS4	
Emisiones	G4-EN15	Trabajo infantil	G4-HR4		G4-FS5	
	G4-EN16	Trabajo forzoso	G4-HR5	Impacto de productos y servicios - Cartera de producto	G4-FS6	
	G4-EN17	Medidas de seguridad	G4-HR6		G4-FS7	
	G4-EN18	Evaluación	G4-HR7	G4-FS8		
	G4-EN19	Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-HR9	G4-FS9		
Efluentes y residuos	G4-EN23	Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR10	Cartera de producto - Auditoría	G4-FS10	
	G4-EN24	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO	G4-HR11		G4-FS11	
	G4-EN26		G4-HR12	Comunidad	G4-FS13	
Productos y servicios	G4-EN27	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO		Gestión activa de la propiedad	G4-FS14	
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29				Comunidad - Salud y Seguridad del Cliente	G4-FS15
Transporte	G4-EN30			Comunicaciones de marketing	G4-FS16	
General	G4-EN31					
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32					
	G4-EN33					
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34					

INDICADORES DE ESTADOS UNIDOS						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)		
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno	Empleo	Sociedad		
	G4-EC2			G4-LA1	Comunidades locales	G4-SO1
	G4-EC3			G4-LA2	Lucha contra la corrupción	G4-SO2
	G4-EC4	G4-LA3	G4-SO3			
Presencia en el mercado	G4-EC5	Relaciones con los trabajadores y la Dirección	G4-LA4	G4-SO4	G4-SO5	
	G4-EC6	Seguridad y Salud en el trabajo	G4-LA5	Política pública	G4-SO6	
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA6	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7	
	Indicadores de desempeño AMBIENTAL		G4-EN1	G4-LA7	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
Materiales			G4-EN2	G4-LA8	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
	Energía	G4-EN3	Capacitación y educación	G4-LA9	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO10
G4-EN4		G4-LA10		G4-SO11		
G4-EN5		Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA11		Responsabilidad sobre Productos	
G4-EN6		Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA12	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4	
G4-EN7		Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA13		G4-PR5	
Agua	G4-EN8	G4-LA14	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7		
	Biodiversidad	G4-EN11	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA15	Privacidad de los clientes	G4-PR8
G4-EN12		Derechos Humanos	G4-LA16	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9	
G4-EN13		Inversión	G4-HR2	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO		
G4-EN14		No discriminación	G4-HR3	Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
Emisiones	G4-EN15	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS2	
	G4-EN16	Trabajo infantil	G4-HR5		G4-FS3	
	G4-EN17	Trabajo forzoso	G4-HR6		G4-FS4	
	G4-EN18	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS5	
	G4-EN19	Evaluación	G4-HR9	G4-FS6		
Efluentes y residuos	G4-EN23	Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-HR10	Impacto de productos y servicios - Cartera de producto	G4-FS7	
	G4-EN24	Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR11		G4-FS8	
	G4-EN26		G4-HR12	Cartera de producto - Auditoría	G4-FS9	
Productos y servicios	G4-EN27			G4-FS10		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29			G4-FS11		
Transporte	G4-EN30			Comunidad	G4-FS13	
General	G4-EN31				G4-FS14	
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32			Comunidad - Salud y Seguridad del Cliente	G4-FS15	
	G4-EN33			Comunicaciones de marketing	G4-FS16	
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34					

INDICADORES DE MÉXICO						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)		
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno	Empleo	Sociedad		
	G4-EC2			G4-LA1	Comunidades locales	G4-SO1
	G4-EC3			G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4	G4-LA3	Lucha contra la corrupción	G4-SO3		
G4-EC5	G4-LA4	G4-SO4				
Presencia en el mercado	G4-EC6	Relaciones con los trabajadores y la Dirección	G4-LA5	G4-SO5		
Prácticas de adquisición	G4-EC9	Seguridad y Salud en el trabajo	G4-LA6	Política pública	G4-SO6	
			G4-LA7	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7	
G4-LA8	Cumplimiento regulatorio		G4-SO8			
G4-LA9	Evaluación de la repercusión social de los proveedores		G4-SO9			
Indicadores de desempeño AMBIENTAL		Capacitación y educación	G4-LA10	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO10	
Materiales	G4-EN1	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA11	Responsabilidad sobre Productos	Etiquetado de los productos y servicios	
	G4-EN2		G4-LA12			
Energía	G4-EN3	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13	G4-PR4		
	G4-EN4	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	G4-PR5		
	G4-EN5		G4-LA15	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7	
	G4-EN6	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16	Privacidad de los clientes	G4-PR8	
Agua	G4-EN7	Derechos Humanos	Inversión	G4-PR9		
	G4-EN8			G4-HR2	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO	
	Biodiversidad	G4-EN11	No discriminación	G4-HR3	Impacto de productos y servicios	G4-FS1
		G4-EN12	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS2
G4-EN13		Trabajo infantil	G4-HR5	G4-FS3		
G4-EN14		Trabajo forzoso	G4-HR6	G4-FS4		
Emisiones	G4-EN15	Medidas de seguridad	G4-HR7	G4-FS5		
	G4-EN16	Evaluación	G4-HR9	G4-FS6		
	G4-EN17	Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-HR10	G4-FS7		
	G4-EN18	Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR11	G4-FS8		
	G4-EN19		G4-HR12	Impacto de productos y servicios - Cartera de producto	G4-FS9	
Efluentes y residuos	G4-EN23			Cartera de producto - Auditoría	G4-FS10	
Productos y servicios	G4-EN27			Gestión activa de la propiedad	G4-FS11	
					G4-FS13	
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29			Comunidad	G4-FS14	
Transporte	G4-EN30			Comunidad - Salud y Seguridad del Cliente	G4-FS15	
General	G4-EN31			Comunicaciones de marketing	G4-FS16	
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32					
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN33					
	G4-EN34					

INDICADORES DE PERÚ						
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)		
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno	Empleo	Sociedad		
	G4-EC2			G4-LA1	Comunidades locales	G4-SO1
	G4-EC3			G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4	G4-LA3	Lucha contra la corrupción	G4-SO3		
G4-EC5	G4-LA4	G4-SO4				
Presencia en el mercado	G4-EC6	Relaciones con los trabajadores y la Dirección	G4-LA5	G4-SO5		
Prácticas de adquisición	G4-EC9	Seguridad y Salud en el trabajo	G4-LA6	Política pública	G4-SO6	
			G4-LA7	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7	
Indicadores de desempeño AMBIENTAL			G4-LA8	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8	
Materiales	G4-EN1		Capacitación y educación	G4-LA9	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
	G4-EN2	G4-LA10		G4-SO10		
Energía	G4-EN3	G4-LA11		Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11	
	G4-EN4	Diversidad e igualdad de oportunidades	Responsabilidad sobre Productos			
	G4-EN5		G4-LA12	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4	
	G4-EN6	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13	G4-PR5		
Agua	G4-EN7	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7	
	G4-EN8	G4-LA15	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	Privacidad de los clientes	G4-PR8	
Biodiversidad	G4-EN11	G4-LA16		Derechos Humanos	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
	G4-EN12	Inversión	G4-HR2	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO		
	G4-EN13		G4-HR3	Impacto de productos y servicios	G4-FS1	
	G4-EN14	No discriminación	G4-FS2			
Emisiones	G4-EN15	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS3	
	G4-EN16	Trabajo infantil	G4-HR5		G4-FS4	
	G4-EN17	Trabajo forzoso	G4-HR6		G4-FS5	
	G4-EN18	Medidas de seguridad	G4-HR7	G4-FS6		
	G4-EN19	Evaluación	G4-HR9	G4-FS7		
Efluentes y residuos	G4-EN23	Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-HR10	G4-FS8		
	G4-EN24		G4-HR11	G4-FS9		
	G4-EN26	Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR12	G4-FS10		
Productos y servicios	G4-EN27			G4-FS11		
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29			G4-FS13		
Transporte	G4-EN30			G4-FS14		
General	G4-EN31			G4-FS15		
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32			G4-FS16		
	G4-EN33					
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34					

INDICADORES DE PUERTO RICO					
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)	
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno		Sociedad	
	G4-EC2			Comunidades locales	
	G4-EC3		G4-LA1		G4-SO1
	G4-EC4	Empleo	G4-LA2		G4-SO2
Presencia en el mercado	G4-EC5	Relaciones con los trabajadores y la Dirección	G4-LA3		G4-SO3
	G4-EC6		G4-LA4	Lucha contra la corrupción	G4-SO4
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA5		G4-SO5
			G4-LA6	Política pública	G4-SO6
Indicadores de desempeño AMBIENTAL		Seguridad y Salud en el trabajo	G4-LA7		G4-SO7
Materiales	G4-EN1		G4-LA8	Prácticas de competencia desleal	G4-SO8
	G4-EN2		G4-LA9	Cumplimiento regulatorio	G4-SO9
Energía	G4-EN3	Capacitación y educación	G4-LA10	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO10
	G4-EN4		G4-LA11	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11
	G4-EN5	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Responsabilidad sobre Productos	
	G4-EN6	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
Agua	G4-EN7	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14		G4-PR5
	G4-EN8		G4-LA15	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7
Biodiversidad	G4-EN11	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16	Privacidad de los clientes	G4-PR8
	G4-EN12	Derechos Humanos		Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
	G4-EN13	Inversión	G4-HR2	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO	
	G4-EN14	No discriminación	G4-HR3	Impacto de productos y servicios	G4-FS1
Emisiones	G4-EN15	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS2
	G4-EN16	Trabajo infantil	G4-HR5		G4-FS3
	G4-EN17	Trabajo forzoso	G4-HR6		G4-FS4
	G4-EN18	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS5
	G4-EN19	Evaluación	G4-HR9	G4-FS6	
Efluentes y residuos	G4-EN23	Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-HR10	Impacto de productos y servicios - Cartera de producto	G4-FS7
	G4-EN24		G4-HR11		G4-FS8
	G4-EN26	Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR12	Cartera de producto - Auditoría	G4-FS9
Productos y servicios	G4-EN27			Gestión activa de la propiedad	G4-FS10
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29				G4-FS11
Transporte	G4-EN30			Comunidad	G4-FS13
General	G4-EN31				G4-FS14
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32			Comunidad - Salud y Seguridad del Cliente	G4-FS15
	G4-EN33			Comunicaciones de marketing	G4-FS16
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34				

INDICADORES DE TURQUÍA					
ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR	ASPECTO	INDICADOR
Indicadores de desempeño ECONÓMICO		Indicadores de desempeño SOCIAL		Indicadores de desempeño SOCIAL (cont.)	
Desempeño económico	G4-EC1	Prácticas laborales y trabajo digno		Sociedad	
	G4-EC2	Empleo	G4-LA1	Comunidades locales	G4-SO1
	G4-EC3		G4-LA2		G4-SO2
	G4-EC4		G4-LA3		G4-SO3
Presencia en el mercado	G4-EC5	Relaciones con los trabajadores y la Dirección	G4-LA4	Lucha contra la corrupción	G4-SO4
	G4-EC6		G4-LA5		G4-SO5
Prácticas de adquisición	G4-EC9	Seguridad y Salud en el trabajo	G4-LA6	Política pública	G4-SO6
Indicadores de desempeño AMBIENTAL			G4-LA7	Prácticas de competencia desleal	G4-SO7
Materiales	G4-EN1		G4-LA8	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8
	G4-EN2	Capacitación y educación	G4-LA9	Evaluación de la repercusión social de los proveedores	G4-SO9
Energía	G4-EN3		G4-LA10	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO10
	G4-EN4		G4-LA11	Responsabilidad sobre Productos	
	G4-EN5	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12		
Agua	G4-EN6	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	G4-LA13	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4
	G4-EN7	Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14		G4-PR5
	G4-EN8		G4-LA15	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7
Biodiversidad	G4-EN11	Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	G4-LA16	Privacidad de los clientes	G4-PR8
	G4-EN12	Derechos Humanos		Cumplimiento regulatorio	G4-PR9
	G4-EN13	Inversión	G4-HR2	Indicadores del suplemento GRI del SECTOR FINANCIERO	
	G4-EN14	No discriminación	G4-HR3	Impacto de productos y servicios	G4-FS1
Emisiones	G4-EN15	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4		G4-FS2
	G4-EN16	Trabajo infantil	G4-HR5		G4-FS3
	G4-EN17	Trabajo forzoso	G4-HR6		G4-FS4
	G4-EN18	Medidas de seguridad	G4-HR7		G4-FS5
	G4-EN19	Evaluación	G4-HR9	G4-FS6	
Efluentes y residuos	G4-EN23	Evaluación de los proveedores en Materia de Derechos Humanos	G4-HR10	Impacto de productos y servicios - Cartera de producto	G4-FS7
	G4-EN24		G4-HR11		G4-FS8
	G4-EN26	Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos	G4-HR12	Cartera de producto - Auditoría	G4-FS9
Productos y servicios	G4-EN27			Gestión activa de la propiedad	G4-FS10
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29				G4-FS11
Transporte	G4-EN30			Comunidad	G4-FS13
General	G4-EN31				G4-FS14
Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN32			Comunidad - Salud y Seguridad del Cliente	G4-FS15
	G4-EN33			Comunicaciones de marketing	G4-FS16
Mecanismos de reclamación ambiental	G4-EN34				



RESPONSABILIDAD
SOCIAL
INFORME ANUAL
2015