

# 5 Dimensión Social de MAPFRE



## ▶ MAPFRE y sus empleados

MAPFRE considera que la relación con sus empleados, y las de éstos entre sí, deben estar basadas en el respeto a sus derechos laborales y personales; por ello, fomenta y apoya la observancia de los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación, formación profesional continua, capacitación directiva, conciliación de la vida laboral y personal, y protección de la dignidad de la mujer y del hombre en el trabajo.

Los valores empresariales contenidos en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE constituyen la referencia que debe inspirar la conducta de todos los empleados. En el año 2009 se ha aprobado un Código Ético y de Conducta, que tiene como objetivo que el comportamiento de todas las personas que integran MAPFRE refleje los valores corporativos del Grupo y sus principios de actuación. Para ello establece unas pautas básicas de conducta basadas en los siguientes principios:

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

Para garantizar la aplicación del Código, se ha creado un Comité de Ética con facultades consultivas, interpretativas, de vigilancia y resolutivas, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o que observe alguna situación que pudiera incumplir las normas de conducta establecidas en el mismo.

## Estructura de la plantilla

La plantilla de las distintas entidades del Grupo estaba compuesta a 31 de diciembre de 2009 por 35.225 empleados, 24.559 en empresas de seguros y 10.666 en empresas no aseguradoras, con la siguiente distribución geográfica:

### PLANTILLA POR ÁREAS GEOGRÁFICAS

Áreas geográficas	2009	2008	Variación %
EUROPA	18.585	18.121	2,56
España	17.153	16.838	1,87
Resto de países	1.432	1.283	11,61
AMÉRICA	16.224	16.091	0,83
Brasil	3.118	3.142	(0,76)
Argentina	2.439	2.472	(1,33)
USA	2.723	2.781	(2,09)
México	1.757	1.725	1,86
Venezuela	1.407	1.426	(1,33)
Chile	868	842	3,09
Resto países	3.912	3.703	5,64
ÁFRICA	62	55	12,73
ASIA	354	336	5,36
<b>TOTALES</b>	<b>35.225</b>	<b>34.603</b>	<b>1,80</b>

ALCANCE: Grupo MAPFRE



MAPFRE BRASIL reconocida por primera vez entre las 100 mejores empresas para trabajar



En 2009, el incremento de plantilla ha sido de 622 empleados que supone el 1,8 por 100.

### PLANTILLA POR SEXOS Y CATEGORÍAS

Áreas geográficas	Hombres		Mujeres	
	Número	%	Número	%
ESPAÑA	6.162	35,9	10.991	64,1
AMÉRICA	7.461	46,1	8.763	53,9
RESTO PAÍSES (Europa, Asia, África).	944	51,1	904	48,9
<b>TOTALES</b>	<b>14.567</b>	<b>41,4</b>	<b>20.658</b>	<b>58,6</b>

ALCANCE: Grupo MAPFRE

Categorías	Número												Porcentaje											
	España				Otros países				Total				España				Otros países				Total			
	2009		2008		2009		2008		2009		2008		2009		2008		2009		2008		2009		2008	
H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
DIRECTIVOS	343	48	345	43	483	148	441	130	826	196	786	173	5,6	0,4	5,5	0,4	5,7	1,5	5,3	1,4	5,7	0,9	5,4	0,9
JEFES	1.469	508	1.380	430	1.256	953	1.045	618	2.725	1.461	2.425	1.048	23,8	4,6	22,2	4,1	14,9	9,9	12,5	6,6	18,7	7,1	16,6	5,2
TÉCNICOS	2.418	6.578	2.467	6.188	4.275	4.044	4.128	4.250	6.693	10.622	6.595	10.438	39,2	59,8	39,6	58,3	50,9	41,8	49,5	45,1	45,9	51,4	45,2	52,1
ADMINISTRATIVOS	1.932	3.857	2.039	3.946	2.391	4.522	2.733	4.420	4.323	8.379	4.772	8.366	31,3	35,9	32,7	37,2	28,4	46,8	32,7	46,9	29,7	40,6	32,8	41,8
<b>TOTAL</b>	<b>6.162</b>	<b>10.991</b>	<b>6.231</b>	<b>10.607</b>	<b>8.405</b>	<b>9.667</b>	<b>8.347</b>	<b>9.418</b>	<b>14.567</b>	<b>20.658</b>	<b>14.578</b>	<b>20.025</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ALCANCE: Grupo MAPFRE

### DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADOS CON FUNCIÓN COMERCIAL POR SEXOS Y CATEGORÍAS

Áreas geográficas	Sexo	Categorías				
		Directivos	Jefes	Técnicos	Administrativos	Total
ESPAÑA	HOMBRES	69	400	866	347	1.682
	MUJERES	3	36	283	631	953
OTROS PAÍSES	HOMBRES	107	556	937	402	2.202
	MUJERES	20	292	819	898	2.029

Alcance: Grupo MAPFRE

### EDAD MEDIA Y ANTIGÜEDAD MEDIA

Áreas geográficas	Edad media		Antigüedad media	
	2009	2008	2009	2008
ESPAÑA	37,4	39,5	9,4	8,7
AMÉRICA	35,2	35,0	5,5	5,8
RESTO PAÍSES (Europa, Asia, África)	34,7	34,4	5,5	6,0

ALCANCE: Grupo MAPFRE

## Empleo y selección

### EMPLEO

La política de empleo de MAPFRE fomenta la contratación fija frente a la temporal. En las empresas de seguros del Grupo, el porcentaje de empleos fijos representaba al cierre de 2009 el 98,1 por 100 del total, tal y como se refleja en el siguiente cuadro:

	Contratación fija	
	Seguros	No seguros
ESPAÑA	98,6%	82,8%
AMÉRICA	97,8%	96,8%
RESTO PAÍSES (Europa, Asia, África)	99,4%	88,7%

ALCANCE: Grupo MAPFRE

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

Altas y bajas por motivo		2009
ALTAS	Fusión o Adquisición	338
	Captación Externa	4.649
	Reincorporación excedencia	114
	Reincorporación extranjero	15
BAJAS	Voluntarias	2.594
	Despidos	1.433
	Excedencias	328
	Jubilaciones	51
	Jubilaciones anticipadas	54
	Fallecimientos	15
	Invalidez	19

ALCANCE: Grupo MAPFRE

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

Áreas geográficas	% De rotación	
	2009	2008
ESPAÑA (entidades aseguradoras)	4,8	3,4
AMÉRICA	7,5	14,1
RESTO PAÍSES (Europa, Asia, África)	15,7	22,0

ALCANCE: Grupo MAPFRE

### EMPLEADOS CON DISCAPACIDAD

En MAPFRE trabajan 265 empleados con discapacidad, y en España el Grupo tiene un protocolo para el cumplimiento de la cuota de reserva para personas con discapacidad, a fin de facilitar la observancia de esa obligación legal y su seguimiento. Además, en cumplimiento de las medidas alternativas previstas en la normativa legal, se han realizado donaciones y suscrito contratos de prestación de servicios o adquisición de bienes con Centros Especiales de Empleo, por importe de 717.610 euros, y con Fundaciones, por importe de 1.040.325 euros.

En noviembre de 2009 se ha constituido un Grupo de Trabajo para la Discapacidad, en el que están representadas todas las Unidades y Empresas de MAPFRE, con la finalidad de abordar transversalmente la problemática de la discapacidad en todos los ámbitos de la organización (empleo, compras, accesibilidad, etc.) e impulsar actuaciones coordinadas en esta materia, tanto para la integración laboral en MAPFRE de personas con discapacidad como para el diseño de productos y servicios de MAPFRE dirigidos a ese colectivo.

### SELECCIÓN

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

- Incorporar los candidatos más adecuados al perfil de cada puesto.
- Reducir al mínimo los márgenes de error y subjetividad.
- Homogeneizar los procesos de incorporación.
- Considerar la selección como una fase crítica dentro de la política de Recursos Humanos, aspecto clave para el desarrollo profesional de sus equipos.

En 2009 se han publicado 2.485 procesos de selección (124 en España, 1.922 en América y 439 en otros países) El Código Ético y de Conducta de MAPFRE prohíbe expresamente la contratación de mano de obra infantil.

### MOVILIDAD Y PROMOCIÓN INTERNA

MAPFRE tiene implantado en España un procedimiento automatizado que permite que los empleados tengan información diaria de las vacantes y puestos de nueva creación que surgen en la empresa. Siempre que se publica una nueva vacante, el empleado puede conocer la ubicación, el nivel y los requerimientos del puesto a cubrir.

La promoción interna repercute en mayor satisfacción y motivación de los empleados de la plantilla, disminución del tiempo de adaptación al puesto de trabajo y a la empresa, y oportunidades de desarrollo para los empleados.

## Evaluación y desarrollo

En el año 2009, el 35 por 100 de los empleados ha tenido implantado un sistema de Evaluación del Desempeño (31 por 100 en España, 51 por 100 en América, y 50 por 100 en el Resto de Países).

En España, MAPFRE cuenta con un proceso normalizado de Evaluación y Desarrollo cuya implantación se está realizando de forma progresiva en todas las empresas del Grupo. Este proceso facilita la comunicación entre los empleados y sus responsables, y valora tanto el grado de cumplimiento de los objetivos marcados anualmente, como la calidad en el desempeño de su trabajo. Además permite detectar necesidades de formación, y establecer planes de acción para contribuir al desarrollo profesional de los empleados.

## Formación y desarrollo profesional

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

- Incrementar el conocimiento de la cultura de MAPFRE, y la integración de colectivos de diferente procedencia geográfica y funcional.
- Potenciar la formación de los empleados en las áreas de conocimiento adecuadas a su actividad (comercial, técnica y corporativa).
- Contar con profesionales altamente cualificados, capaces de asumir nuevas funciones y responsabilidades dentro de la organización.
- Promover la empleabilidad, la movilidad funcional, y la promoción interna frente a la contratación externa.

En el año 2009 se han invertido 8,8 millones de euros en formación, cifra que representa el 1,1 por 100 del importe de las retribuciones.

## HORAS DE FORMACIÓN Y NÚMERO DE ASISTENCIAS POR CATEGORÍAS Y ÁREAS GEOGRÁFICAS:

Categorías	Áreas Geográficas					
	España		América		Resto países (Europa, Asia, África)	
	Asistencias	Horas	Asistencias	Horas	Asistencias	Horas
DIRECTIVOS	1.528	20.267	1.046	23.254	272	2.978
JEFES	13.861	93.107	1.989	44.483	309	3.789
TÉCNICOS	20.119	183.172	7.643	177.217	914	20.415
ADMINISTRATIVOS	30.314	194.482	5.222	118.857	622	8.458
<b>TOTALES</b>	<b>65.822</b>	<b>491.028</b>	<b>15.900</b>	<b>363.811</b>	<b>2.117</b>	<b>35.640</b>

ALCANCE: Grupo MAPFRE

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

### ESPAÑA

Modalidad de impartición de la formación	2009		2008	
	Asistencias	Horas	Asistencias	Horas
FORMACIÓN PRESENCIAL	33.382	390.092	23.621	274.723
FORMACIÓN E-LEARNING	32.425	100.786	16.500	160.163
MIXTA	15	150	—	—
<b>TOTALES</b>	<b>65.822</b>	<b>491.028</b>	<b>40.121</b>	<b>434.886</b>

ALCANCE: Grupo MAPFRE

### RESTO DE PAÍSES

Modalidad de impartición de la formación	2009 Horas
FORMACIÓN PRESENCIAL	278.791
FORMACIÓN E-LEARNING	119.200
MIXTA	1.460
<b>TOTALES</b>	<b>399.451</b>

ALCANCE: Grupo MAPFRE

## HORAS DE FORMACIÓN Y NÚMERO DE ASISTENCIAS POR TIPO DE FORMACIÓN

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

- FORMACIÓN CORPORATIVA: programas de contenidos genéricos en los que se transmite información sobre la estrategia y la cultura de empresa del Grupo, conocimientos organizativos, gestión interna, habilidades, idiomas y ofimática.
- FORMACIÓN COMERCIAL: programas que combinan el conocimiento de herramientas de gestión, la formación en productos y el desarrollo de competencias y habilidades comerciales, para actualizar e incrementar el nivel de profesionalización en la venta y en el servicio al cliente.



— FORMACIÓN TÉCNICA: programas especializados, gestionados e impartidos por cada Área Común o Unidad Operativa del Grupo, que transmiten los conocimientos técnicos y operativos que los empleados necesitan en función de su actividad específica.

#### ESPAÑA

Por naturaleza de los contenidos	2009		2008	
	Asistencias <sup>(1)</sup>	Horas	Asistencias <sup>(1)</sup>	Horas
FORMACIÓN COMERCIAL	28.730	136.498	15.337	94.122
FORMACIÓN TÉCNICA	24.511	209.149	18.291	241.252
FORMACIÓN CORPORATIVA	12.599	145.381	6.493	99.512
<b>TOTALES</b>	<b>65.822</b>	<b>491.028</b>	<b>40.121</b>	<b>434.886</b>

ALCANCE: Grupo MAPFRE

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

#### RESTO DE PAÍSES

Por naturaleza de los contenidos	2009 Horas
FORMACIÓN COMERCIAL	146.813
FORMACIÓN TÉCNICA	40.548
FORMACIÓN CORPORATIVA	212.090
<b>TOTALES</b>	<b>399.451</b>

ALCANCE: Grupo MAPFRE

MAPFRE cuenta con un Centro Internacional de Formación, que ha impartido en 2009 un total de 72 seminarios, entre los que merecen destacarse:

- El Programa de Desarrollo Directivo y el Proyecto Horizonte, programas de larga duración dirigidos a directivos y empleados con alto potencial, en los que han participado 38 empleados y directivos de tres países.
- El nuevo Programa de Desarrollo Directivo Internacional, puesto en marcha en 2009, impartido íntegramente en inglés, en el que han participado 21 directivos y empleados de diez países.
- La formación en idiomas, fundamentalmente en lengua inglesa, en la que han participado más de 1.300 personas. En el año 2009 el 6 por 100 de los empleados ha realizado esta formación con metodología *e-learning*, y 61 han participado en 18 programas de inmersión de carácter semi-residencial.

El Programa de Acogida, diseñado para formar y orientar a los nuevos empleados de todo el mundo en sus primeros pasos en la empresa, que combina acciones de formación e información, tanto presenciales como *e-learning*. Merece destacarse que su contenido incluye formación sobre los principios de MAPFRE, control interno, norma interna de gastos, y blanqueo de capitales. En el año 2009 han participado en estos cursos un total de 7.680 directivos y empleados (4.481 en España y 3.199 en América).

La formación *e-learning* se ha consolidado durante este ejercicio como modalidad pedagógica a través de la plataforma corporativa *e-formación*. Esta herramienta se encuentra implantada en un total de 13 países, y cuenta con un catálogo común de contenidos para todas las entidades del Grupo con más de 50 programas propios, lo que ha permitido la participación en programas de formación *e-learning* de 9.639 empleados en España y 2.372 en el resto del mundo.

#### PRÁCTICAS DOCENTES

En 2009, por otra parte, han realizado prácticas en las empresas del Grupo MAPFRE 306 becarios a través de los programas de cooperación establecidos con centros educativos, universidades y escuelas de negocios.

#### Política de compensaciones

En el ejercicio 2009 se han pagado retribuciones por importe de 1.021 millones de euros en las empresas de seguros del Grupo, y 205 millones de euros en las que realizan otro tipo de actividades empresariales. El 73 por 100 de estas cantidades corresponde a sueldos y salarios, el 15 por 100 a cotizaciones a los seguros sociales, el 8 por 100 a beneficios sociales, y el restante 4 por 100 a indemnizaciones y otros complementos. El porcentaje de retribución variable sobre retribución total representa el 19 por 100.

En España, las retribuciones de carácter fijo se actualizan de acuerdo con lo establecido en los convenios colectivos aplicables. En el caso del Convenio del Grupo Asegurador MAPFRE, que afecta al 58 por 100 de los empleados del Grupo, el incremento anual es equivalente al 115 por 100 del IPC.



Formación en MAPFRE



MAPFRE siempre ha contado con una amplia tipología de beneficios sociales. En el año 2009 los tipos de beneficios sociales y los empleados con derecho a ellos eran los siguientes:

Tipo de beneficio social	España Empleados con derecho	América Empleados con derecho	Resto países (Europa, Asia, África) Empleados con derecho
Seguro Salud Empresa	10.795	11.015	1.088
Sistemas de Previsión Social	9.955	11.164	405
Seguro Vida	10.953	13.344	763
Descuentos en seguros de la Compañía	16.641	11.846	1.035
Premio de permanencia en la empresa	597	5.047	166
Ayuda Escolar para hijos	10.674	5.216	123
Fondo Ayuda Empleados	4.317	—	—
Ayuda Escolar Empleados	10.674	—	—
Premio Natalidad/Nupcialidad	10.317	3.858	245
Préstamos	10.106	7.174	661
Otros (cesta de Navidad, obsequio hijos, etc.)	16.830	1.856	—

ALCANCE: Grupo MAPFRE

En general, todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2009 a beneficios sociales ha sido de 96 millones de euros, que representan el 8 por 100 de la retribución total del personal.

MAPFRE tiene constituido en España un Fondo de Ayuda al Jubilado con cargo al cual se han concedido en 2009 ayudas económicas por importe de 43.639 euros, y un Fondo de Ayuda al Empleado para situaciones especiales, normalmente derivadas de problemas de salud, que en el año 2009 ha otorgado prestaciones por importe de 575.158 euros.

## Conciliación de la vida familiar y laboral e igualdad de oportunidades

### CONCILIACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR Y LABORAL

De acuerdo con lo recogido en su Código Ético y de Conducta, MAPFRE considera que el desarrollo integral de sus empleados es positivo tanto para ellos como para la empresa, por lo que fomenta las medidas encaminadas a lograr un adecuado equilibrio entre las responsabilidades personales y familiares de sus empleados, y las derivadas de su trabajo en la empresa. En consecuencia, todos los empleados deben respetar la vida privada de los demás, y facilitar que puedan disfrutar de las medidas de conciliación establecidas.

MAPFRE tiene establecidas numerosas medidas para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral, entre las que cabe destacar las siguientes:

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

El siguiente cuadro refleja el número de empleados que se han beneficiado de alguna de estas medidas en 2009:

Medidas de conciliación de vida laboral y personal	Nº Empleados		
	España	América	Resto mundo (Europa, Asia, África)
Horario laboral flexible	7.733	6.490	324
Trabajo a tiempo parcial	3.276	768	62
Jornada laboral reducida	675	3.537	1
Teletabajo	2	11	34
Permisos retribuidos y no retribuidos	6.886	7.810	331
Excedencias por motivos personales o estudios	96	113	71
Programa integración empleados tras un permiso de larga duración	0	377	0

ALCANCE: Grupo MAPFRE

### IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Áreas geográficas	Porcentaje de mujeres en puestos de dirección/jefatura	Porcentaje de altas de mujeres sobre total de altas
ESPAÑA	23,5	85,1
AMÉRICA	38,6	62,4
RESTO PAÍSES (Europa, Asia, África)	35,9	51,2

MAPFRE asume en su Código Ético el compromiso de proveer un entorno de trabajo adecuado en el que se respete y valore la diversidad sin ningún tipo de discriminación por razón de sexo, raza, ideología, religión, orientación sexual, edad, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra condición personal, física o social. En consecuencia, espera que todos los empleados favorezcan con su actuación entornos laborales en los que se respeten las políticas de igualdad establecidas, y que quienes tienen responsabilidad profesional sobre otras personas sean objetivos en su selección y promoción, así como en el establecimiento de sus condiciones retributivas, en su capacitación y en su evaluación, debiendo practicarse todas estas actuaciones en un marco libre de cualquier tipo de discriminación, y basado exclusivamente en el desempeño individual, la valía profesional y el rendimiento de las personas.

En el marco de su Proyecto de Igualdad y Conciliación, en 2009 se ha llevado a cabo en el ámbito del Grupo Asegurador MAPFRE un diagnóstico de situación, a partir de entrevistas individuales y colectivas a directivos y jefes, un cuestionario a toda la plantilla, y el análisis de datos estadísticos y de documentación de la empresa. Ese diagnóstico permite detectar potenciales áreas de mejora, y definir un modelo de gestión y una política activa y estructurada en materia de conciliación, igualdad y bienestar, que favorezca la productividad y facilite el equilibrio entre el ámbito laboral, y el personal y familiar de los trabajadores. Como parte de ese modelo de gestión, se desarrollará un Plan de Igualdad.



Clausura del Curso para directivos

### **ACOSO MORAL Y SEXUAL EN EL TRABAJO**

MAPFRE cuenta con un Protocolo para la Prevención y Tratamiento del Acoso en la Empresa que está a disposición de todos los empleados en la intranet, y que contempla las actuaciones necesarias para evaluar las circunstancias laborales que se denuncien, y las medidas oportunas para solucionar los posibles conflictos e imponer en su caso las sanciones que pudieran corresponder. Dicho protocolo está implantado actualmente en once países. Además, en el año 2009 se han impartido charlas informativas, formativas y de sensibilización en los cursos corporativos para responsables y coordinadores, con un total de 137 asistentes.

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

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

#### **COMUNICACIÓN INTERNA**

Los canales más frecuentes de comunicación con los empleados en los diferentes países en los que MAPFRE está presente son, Portal Interno (Intranet), Correo Electrónico, Boletines Virtuales y Revistas (Revista Mundo MAPFRE y Revistas editadas en los diferentes países en los que el Grupo está presente).

En España, MAPFRE tiene una Zona del Empleado en el Portal Interno, que es el canal de comunicación de la Dirección General de Recursos Humanos y Medios con el personal. A través de dicha Zona se facilitan noticias de interés para los empleados, y éstos tienen fácil acceso a la normativa interna de la empresa: Código de Buen Gobierno, Código Ético y de Conducta, Planes de Prevención, Protocolo para la Prevención y el Tratamiento del Acoso, Seguridad de la Información, Política Medioambiental y Política de actuación en Responsabilidad Social.

La Zona del Empleado es también la puerta de acceso al Autoservicio, que permite entre otras gestiones la actualización de los datos del empleado, la petición de beneficios sociales, la solicitud de vacantes de movilidad interna, o la realización de las evaluaciones del sistema de gestión del desempeño. Además, a través del Buzón de Recursos Humanos los empleados pueden comunicarse con su departamento de Recursos Humanos para realizar cualquier consulta o sugerencia.

En el año 2009, se han implantado en España mejoras en la comunicación interna, creando nuevos espacios en la zona del empleado de la intranet, y aumentando la frecuencia de renovación de noticias. Además, se ha reforzado la comunicación con el envío por correo electrónico de un boletín quincenal, que recoge las noticias de mayor interés.



## REPRESENTANTES DE LOS TRABAJADORES

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

En MAPFRE hay 23.567 empleados cubiertos por Convenio Colectivo en 11 países y un total de 67 por 100 de plantilla representada. En España, en el año 2009 la representación sindical de las empresas de seguros del Grupo alcanzaba al 90,5 por 100 de la plantilla y, a lo largo de este ejercicio, se han celebrado con plena normalidad y ausencia de conflictos 133 procesos electorales, y se han firmado dos acuerdos con la representación de los trabajadores.

Los principales canales de comunicación con la representación legal de los trabajadores, establecidos en el Convenio Colectivo, son los siguientes:

- COMISIÓN MIXTA, encargada de la interpretación del Convenio y del establecimiento de criterios sobre el Fondo de Ayuda al Empleado. En el año 2009 ha celebrado tres reuniones y ha resuelto dos consultas y 94 solicitudes de subvención de gastos médicos con cargo a dicho Fondo.
- COMISIÓN DE DESARROLLO PROFESIONAL, órgano de participación en cuestiones relacionadas con el desarrollo profesional de los empleados, que ha celebrado cuatro reuniones. La Subcomisión de Clasificación Profesional ha resuelto 96 solicitudes de revisión de clasificación profesional.



Campana de información para la prevención del cáncer de mama

— COMISIÓN DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, cuya función es promover iniciativas en materia de igualdad de oportunidades, conciliación de la vida personal y laboral, y protección de la dignidad de los trabajadores. En el año 2009 ha celebrado tres reuniones.

— COMISIÓN DE CONTROL DEL PLAN DE PENSIONES, que ha celebrado una reunión y ha acordado la actualización de las especificaciones del Plan.

— COMITÉ DE SEGURIDAD Y SALUD, órgano de participación de los trabajadores en cuestiones relacionadas con la prevención de riesgos laborales, que en 2009 ha celebrado cuatro reuniones.

Se han mantenido, por otra parte, numerosas reuniones con la representación legal de los trabajadores, y se les ha proporcionado información periódica de acuerdo con la normativa vigente.

Cada Sección Sindical dispone de un espacio en la intranet para insertar las comunicaciones que considera oportunas, y de una cuenta de correo electrónico. En el año 2009 se han realizado 24 comunicaciones. Los representantes de los trabajadores han dispuesto de un total de 102.086 horas, y de una subvención de 69.061 euros para la realización de sus actividades.

## Salud y seguridad en el trabajo

MAPFRE ha asumido en su Código Ético y de Conducta el compromiso de proporcionar entornos de trabajo seguros y saludables, garantizando el derecho de las personas a la protección de su salud e integridad.

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

La acción preventiva se desarrolla de acuerdo con el Plan de Prevención específico de cada empresa del Grupo, y abarca las especialidades de Medicina del Trabajo (con cinco Unidades Básicas de Salud), Seguridad en el Trabajo, Higiene Industrial y Ergonomía, y Psicología Aplicada. Esta acción preventiva está integrada en la gestión general de la empresa, que establece responsabilidades en materia de prevención en todos los niveles jerárquicos de la misma. A lo largo del año 2009, estas Unidades Básicas de Salud han atendido más de 15.267 consultas médicas, y realizado los reconocimientos médicos periódicos e iniciales a los empleados de sus ámbitos de actuación respectivos.

El sistema de gestión de la prevención de MAPFRE en España ha sido auditado en tres ocasiones por una entidad independiente, tal y como establece la normativa vigente, con resultado favorable en las tres auditorías.



La participación de los representantes de los trabajadores en esta materia se concreta en la actividad de 93 Delegados de Prevención, y su participación en el Comité Estatal de Seguridad y Salud de MAPFRE, integrado por ocho miembros de la dirección de la empresa y ocho representantes de los trabajadores, que se reúne con periodicidad trimestral. Este Comité tutela la seguridad y la salud de 10.010 empleados.

Las actuaciones más destacadas durante el año 2009 han sido las siguientes:

- Elaboración del Manual de Calidad y procedimientos de sistema de gestión de calidad.
- Evaluaciones generales de riesgos de 242 centros de trabajo.
- 180 estudios específicos de puestos y lugares de trabajo.
- Campaña de Salud Ocular y Estudio Síndrome Metabólico.

En el mundo, un total de 20.091 empleados están representados en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección–empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.

Durante el año 2009, los números de accidentes laborales y horas de absentismo han sido los siguientes:

	Empresas de Seguros España	Resto países
Número de accidentes laborales	119	262
Número total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	151.178	405.310

ALCANCE: Grupo MAPFRE Entidades de Seguros

### Promoción de la salud

MAPFRE apuesta por la promoción de la salud de sus empleados en un entorno que va más allá de lo prescrito por la normativa. Para todo ello, MAPFRE cuenta en España con la Dirección de Asistencia y Promoción de la Salud, cuyo objetivo es dar respuesta a las necesidades de asesoría y apoyo médico y psicológico a directivos y empleados. Este servicio representa un valor añadido para las personas que trabajan en la empresa, y repercute en su mejor funcionamiento.

Durante el año 2009, esta Dirección ha atendido 1.235 procesos en España y 36 a nivel internacional; ha realizado el seguimiento de 75 bajas de empleados de larga duración; ha iniciado una campaña contra el cáncer, que se extenderá varios años; y además ha escrito artículos informativos sobre temas de salud, entre los que destacan:

- “Virus del Papiloma Humano. La vacuna, la prevención más eficaz.”

- “Vértigos frecuentes y molestos.”
- “Trastorno del déficit de atención con hiperactividad.”

### Actividades sociales para los empleados y sus familiares

A lo largo de 2009 se han realizado en cada uno de los países las siguientes actividades dirigidas a los empleados y sus familiares:

- Campeonatos Deportivos.
- Fiestas de Navidad.
- Jornadas Puertas Abiertas.
- Campamentos de Verano.
- Concursos.

### Distinciones y reconocimientos

- Puesto 16 en el *ranking* de empresas más deseadas para trabajar (Monitor Español de Reputación Corporativa).
- Octava mejor empresa para trabajar en Argentina (Grupo Managers y Clarin).
- Puesto 28 en el *ranking* de las mejores empresas para trabajar en Argentina (*Great Place to Work Institute*).
- Puesto 40 en el *ranking* de las mejores empresas para trabajar en Brasil (*Great Place to Work*).
- Puesto 35 en el *ranking* de las mejores empresas para trabajar y reconocimiento como una de las empresas con mejores oportunidades para mujeres en México (*Great Place to Work Institute*).
- Reconocimiento en México como empresa Modelo en Equidad de Género (Instituto Nacional de las Mujeres).
- Puesto 2 en el *ranking* de las mejores empresas para trabajar en Paraguay (*Great Place to Work Institute*).

## ► MAPFRE y sus clientes

Uno de los principales objetivos de las entidades del Grupo es procurar la satisfacción de las necesidades de sus más de 20 millones de clientes, ofreciéndoles servicios y prestaciones de alta calidad. Este compromiso se articula a través de la oferta conjunta de productos y servicios, tanto para particulares como para empresas; la profesionalización de Red MAPFRE y de todos los mediadores; y la amplia red de distribución, buscando la máxima cercanía a los clientes.

En esa línea, en 2009 se ha llevado a cabo una reorganización del negocio de Empresas, que se ha estructurado en dos entidades especializadas: MAPFRE EMPRESAS, orientada a la cobertura de riesgos y prestación de servicios en el mercado español junto con sus filiales SERMAP y MAPFRE SERVICIOS DE PREVENCIÓN; y MAPFRE GLOBAL RISKS, integrada con su filial MAPFRE CAUCIÓN Y CRÉDITO en la División de Seguro Directo Internacional del Grupo, que actuará especialmente en la cobertura de los programas internacionales de seguros de clientes multinacionales, y de otros riesgos considerados globales, como los de Aviación, Energía y Marítimos. Con esta nueva estructura MAPFRE da un paso más en su apuesta como aseguradora global, aplicando la experiencia que ha adquirido en el negocio de empresas, y dotando al área internacional del Grupo de una mayor capacidad de gestión para impulsar su estrategia de crecimiento.

La penetración de MAPFRE en la población española se eleva hasta el 15,11 por 100 (16 por 100 en 2008), y la fidelidad de los clientes queda patente en el hecho de que el 59,7 por 100 (frente al 55,6 por 100 en 2008) tienen productos de MAPFRE desde hace más de seis años<sup>4</sup>. Más de 1,4 millones de clientes, un 1,7 por 100 más que en 2008, son clientes compartidos entre las diferentes unidades del Grupo; y en el ámbito de particulares, casi un millón de clientes de MAPFRE FAMILIAR tienen productos de más de un ramo, y más de 310.000 tienen también contratados productos de la Unidad de Vida. El objetivo del Grupo es potenciar la venta cruzada de productos de sus distintas Unidades, e incrementar el número de clientes.

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

### Mapa del cliente-asegurado de MAPFRE

<b>Negocio de Automóviles**</b>	Cerca de 8,5 millones de automóviles asegurados	Más de 7,5 millones de clientes
<b>Negocio de Hogar**</b>	Más de 3,5 millones de hogares asegurados	Más de 3,2 millones de clientes
<b>Negocio de Vida e Inversión**</b>	Más de 15,1 millones de pólizas	Más de 835.000 participantes en fondos de inversión y planes de pensiones
<b>Negocio de Salud**</b>	Más de 722.000 pólizas de Salud	Casi 1,7 millones de personas con Seguro de Salud
<b>Negocio de Asistencia**</b>	Más de 70 millones de asegurados	Más de 161 millones de beneficiarios
<b>Negocio de Empresas*</b>		Más de 256.000 clientes
<b>Negocio de Global Risks**</b>	3.250 Pymes aseguradas y 1.750 grandes empresas aseguradas	10.600 pólizas
<b>Negocio de Reaseguro**</b>	1.660 compañías cedentes de 102 países	

\* España / \*\* España e Internacional

En el ejercicio 2009 las entidades aseguradoras de MAPFRE han pagado en conjunto prestaciones por importe de 10.031,77 millones de euros<sup>5</sup>, con incremento del 7,20 por 100 respecto a 2008, de acuerdo con el siguiente detalle:

Unidades	Prestaciones		
	2009	2008	Variación (%)
MAPFRE FAMILIAR	2.686,51	2.613,65	2,71%
EMPRESAS	775,20	922,73	(15,98)%
VIDA (1)	3.074,95	2.963,65	3,75%
ASISTENCIA	20,32	24,71	(17,76) %
AMÉRICA	2.456,23	2.116,62	16,04%
INTERNACIONAL	1.019,24	717,92	41,97%
MAPFRE RE	(0,68)	(1,06)	35,84%
<b>TOTAL</b>	<b>10.031,77</b>	<b>9.358,22</b>	<b>7,20%</b>

(IMPORTE EN MILES DE EUROS)

Información referida al seguro directo

(1) UNIDAD VIDA, incluye CCM y UNIÓN DUERO

4) Datos correspondientes a diciembre de 2009

5) Dichos datos incluyen en ambos ejercicios la variación de la provisión para prestaciones

## *Canales de atención al cliente*

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

— **La RED MAPFRE**, integrada por 3.278 oficinas en España y 2.528 en los restantes países en que opera, que facilitan una atención personal y directa, y cuya acción se complementa con la colaboración de un elevado número de delegados, agentes y corredores (24.897 en España y 42.957 en el exterior).

Durante el año 2009 se ha incrementado en 35 el número de oficinas en España, y se ha trabajado en la consolidación de la política de expansión llevada a cabo en los últimos años, con el objetivo de mejorar permanentemente la eficiencia de la red y el servicio que se presta a los clientes. (Más información en la página 43)

— **Oficinas bancarias** (3.840 en España y 1.310 en otros países) de entidades con las que el Grupo tiene establecidas alianzas o acuerdos para la comercialización de productos de seguros.

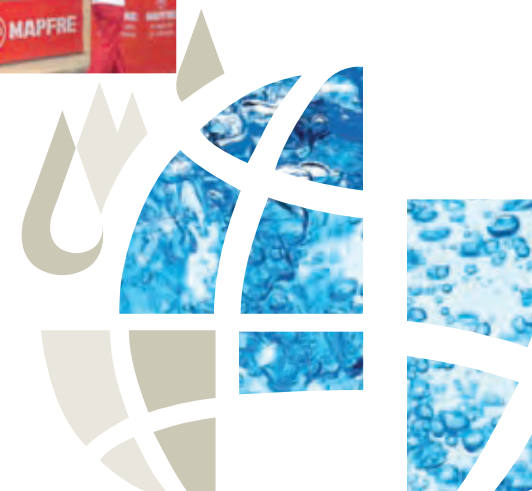
— **Personal** altamente cualificado, dedicado a los segmentos de clientes que requieren una atención especializada (industrias y grandes riesgos industriales, sector agrario, productos de ahorro, etc.), con el apoyo de equipos de los Servicios Centrales con gran experiencia, amplia formación y conocimiento de los mercados internacionales.

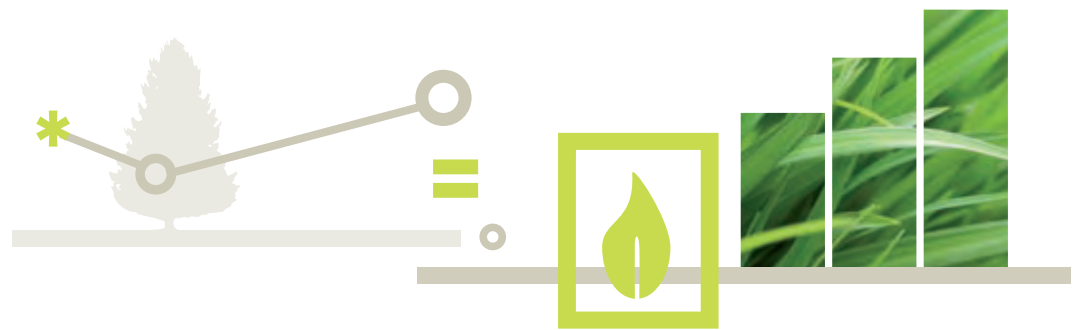
— **Plataformas telefónicas**, que proporcionan una atención permanente durante las veinticuatro horas todos los días del año, y que permiten a los clientes realizar consultas y gestiones relacionadas con los seguros que tienen contratados, y obtener servicios relacionados con los mismos. Merecen destacarse los siguientes aspectos de su actividad en 2009:

- Consolidación de la plataforma telefónica CAC24, que funciona desde 2008 como un único centro virtual, garantizando que las llamadas son atendidas por el gestor idóneo, independientemente de la sede de España en la que esté ubicado. En este centro, el cliente puede hacer cualquier gestión (dar partes, solicitar información sobre productos o contratar una póliza) relacionada con seguros No Vida, mientras la plataforma especializada Teleseguros VIDA y el Centro de Conservación de Cartera de MAPFRE VIDA han continuado prestando atención a los clientes de del ramo de Vida de banca seguros y del canal agencial, respectivamente.

En el ejercicio 2009, el número total de llamadas atendidas por el CAC24 ha ascendido a 11.633.728, un 0,10 por 100 más que en el año anterior. El siguiente cuadro refleja de forma esquemática los servicios prestados en 2009 y 2008:

Llamadas por tipo de servicio	2009 CAC24	2008 CAC24
Solicitud de información	25%	28%
Tramitación de siniestros	65%	65%
Cambios de datos	2%	2%
Otros	8%	5%





— Atención de 12.246.733 llamadas por las plataformas telefónicas de las entidades aseguradoras de MAPFRE en el exterior. El siguiente cuadro refleja la actividad de las principales plataformas:

Llamadas por tipo de servicio	MAPFRE Colombia		MAPFRE Brasil		MAPFRE México		MAPFRE Argentina		MAPFRE Puerto Rico		MAPFRE Venezuela	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
SOLICITUD DE INFORMACIÓN	19%	18%	40,7%	37,6%	49,7%	35%	36%	34%	70%	40%	5,14%	5%
TRAMITACIÓN DE SINIESTROS	13%	41%	33,4%	32,4%	43,4%	45%	46%	44%	10%	40%	65,08%	70%
CAMBIOS DE DATOS	1%	12%	0%	0%	0,2%	20%	16%	20%	10%	10%	N.A.	0%
OTROS	67%	29%	25,9%	30,0%	6,7%	0%	2%	2%	10%	10%	29,78%	25%

Especialmente relevante es la red de plataformas telefónicas de MAPFRE ASISTENCIA, que han atendido en 2009 un total de 16.968.255 llamadas. El cuadro siguiente facilita datos de sus mayores plataformas:

País	Brasil		EE.UU.		Argentina		Turquía	
	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Total número de llamadas atendidas	2.804.718	2.698.413	1.166.843	1.266.815	2.290.087	2.150.415	2.853.535	2.653.277
Solicitud de información (%)	12%	2%	6%	6%	13%	17%	13%	5%
Tramitación de siniestros y Asistencia (%)	88%	98%	94%	94%	87%	83%	87%	95%

En conjunto, en los servicios de atención telefónica a clientes trabajan 5.232 empleados (4.755 en 2008), de los que 963 lo hacen en España y 4.269 en otros países.

— **Portal MAPFRE y Oficina MAPFRE Internet**, que ofrecen al cliente otra vía de relación con el Grupo, tanto en España como en otros países, aunque incluyendo elementos diferenciadores de cada país para adaptarse a las particularidades de cada mercado y de las distintas redes de distribución. Durante 2009 MAPFRE ha incorporado el sistema de certificación y firma digital para acceso y contratación, así como nuevas funcionalidades y secciones, como información sobre acciones de fidelización y espacios basados en la Web 2.0.

### *Globalidad de la oferta*

Uno de los objetivos empresariales de MAPFRE es ofrecer a sus clientes una gama completa de productos y servicios para la prevención y cobertura de sus riesgos personales y empresariales, y para solucionar sus necesidades de ahorro y previsión personal y familiar. Esta oferta incluye productos y servicios específicos para cada segmento de clientes:

— Asesoramiento integral en el ámbito asegurador, prestado por expertos especializados en diferentes áreas de negocio a través de RED MAPFRE, de las plataformas de atención telefónica, y de los profesionales de atención en riesgos especializados, que facilitan una respuesta integral a las necesidades de los clientes, tanto particulares como empresas.

- Orientación, asesoramiento y en su caso gestión de una amplia gama de servicios para particulares: jurídicos (en relación con el automóvil y el hogar), asistenciales, médicos y psicológicos (en relación con accidentes y urgencias médicas), funerarios y veterinarios, entre otros.
- Productos especialmente diseñados para las grandes empresas, estructurados por sectores de actividad económica, lo que permite la prestación de un servicio integral y especializado de máxima calidad y eficiencia, incluyendo coberturas de ámbito multinacional a través de la amplia red de entidades de MAPFRE en el exterior, con presencia en 42 países.
- Tramitación de siniestros, atendidos por una amplia red de profesionales, tanto para la reparación de los daños derivados de aquéllos, como para dar soluciones a necesidades propias de los clientes.
- Centros médicos dotados de personal altamente cualificado para la atención de accidentados de tráfico (10 con área de rehabilitación), de los clientes de Salud (siete) y de los asegurados de Asistencia desplazados (dos en el Caribe, uno en Honduras y otro en El Salvador); y para la rehabilitación de accidentados de trabajo (cuatro en Argentina).
- Centros propios (132) de peritación y pago rápido de siniestros de automóviles, con profesionales formados en las técnicas más avanzadas, y tres talleres propios para la reparación de los vehículos siniestrados.
- Consolidación de los Centros de Gestión de Negocio de Empresas, que se han incrementado hasta 17 en 2009, y que atienden a las compañías de forma integral.



- Acciones técnico-comerciales en zonas industriales para ayudar a las pymes a mejorar su seguridad y la gerencia de sus riesgos.
- Colaboración con diferentes instituciones y organismos en la elaboración de análisis de riesgos en diferentes ámbitos, y desarrollo de programas de simulación de accidentes de tráfico y aplicaciones informáticas para la prevención de riesgos laborales, inspección de riesgos ambientales, gestión de mantenimiento de instalaciones y diagnóstico medioambiental, entre otros.
- Centros de investigación y desarrollo de sistemas de prevención de accidentes de circulación y de reparación de vehículos (CESVIMAP) en España, Argentina, México, Brasil, Colombia y Francia, cuyas investigaciones sobre equipos, herramientas, materiales y productos que se emplean en dichas reparaciones son una referencia para el mantenimiento de la seguridad.

### *Novedades incorporadas en 2009*

- Descuentos en función del número de productos contratados con la entidad.
- Uso de vehículos-taller especializados en la asistencia en carretera para motocicletas, en los que se lleva a cabo la reparación del vehículo, si es posible, o el remolque y acceso a parking subterráneo, si es necesario.
- Incorporación del servicio opcional de bricolaje a domicilio en las pólizas de Hogar.
- Creación del Centro MAPFRE de Medicina del Tenis, en el que se presta tratamientos de medicina preventiva y rehabilitación a los tenistas y a todos los deportistas de élite.
- Mejora de los seguros de Salud con la incorporación de coberturas de osteopatía, de estudio genético de la obesidad, y de criopreservación de células madre del cordón umbilical.
- Renovación de la gama de seguros de Decesos, con mayor flexibilidad en la contratación y coberturas especializadas, como la conservación del ADN del fallecido durante 10 años para que los familiares puedan realizar pruebas de análisis genéticos en el futuro.
- Puesta en marcha del programa "Reserva de Prima Familiar", con el que se pretende que más de 65.000 clientes utilicen la prima no consumida de su Seguro de Automóviles para contratar una nueva póliza de los Ramos de Automóviles o de Hogar, incrementando así la venta cruzada.

— Incorporación de un servicio de información vía SMS a los asegurados de Asistencia en el extranjero que hayan dado parte de un siniestro, para informar al cliente sobre los datos de la grúa asignada y el tiempo de espera, y proporcionarles un teléfono de contacto.

— Asesoramiento personalizado y nuevos productos para la generación e inversión del ahorro personal y familiar, con especial orientación al ahorro-previsión. En esta área, en 2009 se han puesto en marcha distintas acciones para mejorar la información periódica a los clientes, y se han incluido en la Oficina Internet MAPFRE nuevas funciones (tarificadores, posibilidad de solicitar duplicados o cambios de datos, entre otras).

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vinculación con el Grupo, MAPFRE ha puesto en marcha un programa de fidelización teniendo en cuenta que cada cliente o asegurado requiere una gestión distinta adaptada a sus necesidades, y ha desarrollado propuestas de servicio de valor añadido, entre las que destacan actividades gratuitas para 2,3 millones de clientes. Entre las acciones de este plan, destacan la incorporación de ofertas con proveedores de servicios relacionados con el mundo del automóvil; el servicio "Puerta a puerta", por el que se recoge el vehículo en el domicilio del cliente y se le entrega uno de cortesía hasta que se le devuelva el suyo reparado; o la posibilidad de que el cliente lleve su vehículo a alguno de los Centros de Servicio (ubicados en Alcalá de Henares o Alcorcón), donde se le entrega otro de sustitución hasta que el suyo esté reparado. También se han modificado los sistemas de bonificación en el Seguro de Automóviles para favorecer a los clientes, teniendo en cuenta el tipo de siniestro declarado (con un mayor desglose de categorías), su importe y la antigüedad en la compañía.

Por otra parte, el CLUB MAPFRE ofrece una amplia gama de servicios y ventajas exclusivas para sus socios, que pueden obtener "tréboles de descuento" (puntos canjeables) utilizando la tarjeta del Club, mediante conciertos con un número creciente de colaboradores, que al cierre de 2009 ascendían a 11.213.

Asimismo, MAPFRE desarrolla una permanente labor de investigación para diseñar nuevos productos. En el siguiente cuadro se incorporan los productos lanzados al mercado en 2009.



**NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS 2009\***

Sector de seguro	País	Modalidades de productos y/o servicios
Automóviles	ESPAÑA	YCAR: Modalidad de pago por uso para jóvenes conductores. eBike 10: Seguro para Motocicletas de 125 cc y cilindrada superior, vinculado a la instalación de un dispositivo electrónico de seguridad.
	PUERTO RICO	Seguro de Automóvil Familiar: Seguro de Automóviles que cubre la Responsabilidad Civil y los daños propios.
	BRASIL	Garantía Extendida Vehículos: Seguro de Automóviles que cubre, fuera del plazo de la garantía del fabricante, el servicio de reparación durante un periodo de tiempo.
	TURQUÍA	Çelik Kasko: Seguro de Automóviles que cubre los daños propios y protección de pagos en algunas marcas comerciales. Moto MGS: Seguro para Motocicletas de más de 250 cc. TSK Kasko: Seguro de Automóviles diseñado especialmente para los miembros de las Fuerzas Armadas turcas <i>Personal Voluntary MTPL Coverage y Voluntary MTPL Coverage with additional cover of damages for pain and suffering:</i> Seguro de Automóviles que cubre daños y perjuicios causados a terceros.
	ESTADOS UNIDOS	Valu Product: Seguro de Automóviles.
	REPÚBLICA DOMINICANA	Trébol Clásico: Seguro de Automóviles para particulares. Todo Riesgo Clásico: Seguro de Automóviles para empresas. RC en Exceso de Automóviles: Seguro de Automóviles que complementa y amplía la cobertura de Responsabilidad Civil.
	COLOMBIA	Codensa: Seguro modular, en el que se pueden contratar diferentes coberturas, y que se abona mensualmente.
	PERÚ	Fentac Taxi O K. M.: Seguro de Automóviles a Todo Riesgo diseñado específicamente para una federación de taxistas. Ripley: Seguro de Automóviles, que incluye asistencia en carretera. Auto Soles: Seguro de Automóviles cuya prima se emite en moneda local.
	CHILE	Master: Seguro de Automóviles para mayores de 35 años. Flex y Balance: Seguros de Automóviles que incluyen, entre otras coberturas, Daños propios, Responsabilidad Civil y Defensa Penal. Elemental: Seguro de Automóviles con la cobertura de Responsabilidad Social y Asistencia al Vehículo.
	URUGUAY	Seguro Obligatorio de Automóviles
	MÉXICO	Cobertura Todo Terreno: Seguro que cubre los daños materiales y la Responsabilidad Civil cuando el vehículo circule por caminos intransitables. Cobertura Licencia Universal: Cubre los daños que sufra o cause el vehículo que tenga placas federales y cuyo conductor no cuente con licencia federal. RC Viajero: Seguro que ampara la Responsabilidad Civil en que incurra el conductor del vehículo asegurado respecto a los pasajeros que transporte. Capufe: Cubre los daños que el asegurado provoque en las infraestructuras de las autopistas cuya concesionaria sea Fonadin o Capufe. Cobertura Pérdidas Consecuenciales: Seguro que abona una indemnización por días de estancia del vehículo en el taller si no se repara en el plazo previsto. Cobertura Integral en el Extranjero: Seguro de Automóviles con mayor suma asegurada por Responsabilidad Civil. Responsabilidad Civil en Exceso: Cubre la Responsabilidad Civil que exceda el importe de esta cobertura básica.
	PARAGUAY	Trébol Especial: Seguro Todo Riesgo que incluye, entre otras, una cobertura extraordinaria en caso de daños parciales. Todo Riesgo 100 Plus: Seguro Todo Riesgo, que incluye, entre otras, la cobertura por robo parcial de accesorios o por daños causados por el granizo. VIP Platinum: Seguro Todo Riesgo, que incluye, entre otras, la cobertura de vehículo de sustitución y permite incrementar las sumas aseguradas para las coberturas de Responsabilidad Civil.



**NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS 2009\***

Sector de seguro	País	Modalidades de productos y/o servicios
Vida, Inversión y Ahorro	ESPAÑA	<p><b>Fondmapfre Garantizado 904:</b> Fondo de inversión garantizado, cuya rentabilidad está vinculada a BBVA, E.on, France Telecom y Total.</p> <p><b>Fondmapfre Garantizado 907:</b> Fondo de inversión garantizado, cuya rentabilidad está vinculada a la evolución de cuatro índices bursátiles europeos, pertenecientes a los sectores financiero, energético y de telecomunicaciones.</p> <p><b>Fondmapfre Garantizado 911:</b> Fondo de inversión cuya rentabilidad está vinculada a la evolución de cuatro índices bursátiles europeos, pertenecientes a los sectores financiero, energético y de telecomunicaciones.</p> <p><b>Promovida:</b> Seguro Temporal Renovable.</p> <p><b>Garantía 4:</b> Seguro de Prima única con rentabilidad mínima garantizada y máxima ligada a la evolución del euribor.</p> <p><b>Garantía Super 3:</b> Seguro de Prima única con rentabilidad mínima garantizada y máxima ligada a la evolución del euribor.</p> <p><b>TodoVida Dependencia:</b> Seguro de Vida-Riesgo que incluye una cobertura específica para situaciones de Dependencia Severa y Gran Dependencia.</p>
	ECUADOR	<b>Seguro Desempleo:</b> Seguro de Vida que cubre hasta tres cuotas del pago de la tarjeta de crédito del cliente si éste se queda en el paro.
	BRASIL	<p><b>Vida Você Multiflex:</b> Seguro de Vida que cuenta, entre otras coberturas, con la de accidentes personales y enfermedades graves.</p> <p><b>Vida Empresa Global:</b> Seguro de Vida para pequeñas empresas que permite contratar un capital y en caso de siniestro se repartirá entre empleados y socios de la empresa.</p> <p><b>Vida Você Especial:</b> Seguro de Vida.</p> <p><b>MAPFRE Previdência Barcelona:</b> Seguro de Ahorro.</p>
	CHILE	<p><b>Accidentes Personales Escolar:</b> Seguro que indemniza con el 100 por 100 de los gastos médicos no cubiertos por el sistema de salud del alumno.</p> <p><b>Escolaridad:</b> Seguro de Vida que abona, en caso de fallecimiento del titular, los gastos de escolaridad de los hijos hasta los 20 años.</p>
	COLOMBIA	<p><b>Brecha Pensional:</b> Seguro que sirve para complementar las pensiones públicas.</p> <p><b>Accidentes Personales Deportistas:</b> Seguro de Vida que asegura a deportistas.</p> <p><b>Desempleo:</b> Seguro de Vida.</p>
	MÉXICO	<b>Renovación de la gama de Seguros de Vida.</b>
Seguros Patrimoniales	ESPAÑA	<p><b>Orientación médica telefónica:</b> Cobertura incluida en la garantía de asistencia en el Hogar.</p> <p><b>Bricomap:</b> Servicio de bricolaje a domicilio.</p>
	BRASIL	<p><b>Residencial Multiflex:</b> Seguro de Hogar.</p> <p><b>Residencial Simplificado:</b> Seguro modular de Hogar, que permite contratar diferentes coberturas, según las necesidades de cada cliente.</p> <p><b>Aparelhos Portáteis:</b> Seguro que incluye, entre otras garantías, la reposición del bien asegurado en determinadas circunstancias.</p>
	PERÚ	<p><b>Protección Tarjeta – Ripley:</b> Seguro de Protección de Pagos para los clientes de Ripley, que cubre el uso indebido de tarjeta de crédito.</p> <p><b>Seguro Agrario Catastrófico:</b> Seguro que cubre los daños causados en las cosechas.</p> <p><b>Hogar Alarmas:</b> Seguro de Hogar, que cubre daños y asistencia.</p>
	CHILE	<b>MiPyme:</b> Seguro para empresas medianas que incluye, entre otras coberturas, robo, o avería de maquinaria.
	URUGUAY	<b>Todo Riesgo Equipos Electrónicos para Notebooks:</b> Seguro para equipos electrónicos tanto para los distribuidores como para los compradores, que incluye, entre otras coberturas, el robo.
Empresas	BRASIL	<p><b>Pecuario:</b> Seguro agrario que cubre cabañas de ganado bovino, entre otras especies.</p> <p><b>RC Ambiental:</b> Seguro de empresas con coberturas medioambientales.</p>
Global Risk	ESPAÑA	<b>Servicio de Crédito:</b> Servicio a través del cual los clientes pueden analizar su cartera de deudores.

**NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS 2009\***

Sector de seguro	País	Modalidades de productos y/o servicios
Seguros Personales	ESPAÑA	Respaldo Familiar: Seguro de Accidentes. Salud Elección: Seguro que incluye, entre otras coberturas, el segundo diagnóstico internacional. Nuevas coberturas de osteopatía, láser KTP para operaciones de varices o estudio genético de la obesidad. Inclusión de cobertura dental, crío-preservación de células madre, Conservación de ADN y orientación médica telefónica en los seguros de Decesos.
	ARGENTINA	Eterno Sepelios: Seguro que además de cubrir los gastos de sepelio ofrece cobertura asistencial. Cuidado Efectivo: Seguro de Salud, que incluye, entre otras coberturas, beneficios como descuentos en medicamentos. MAPFRE Salud: Seguro de Salud.
	PUERTO RICO	Choice and Preferred Choice: Seguro de Salud. Incorporación de coberturas farmacéuticas en determinados Seguros de Salud.
	COLOMBIA	Hospitalización y cirugía: Seguro que incluye coberturas complementarias a las que presta el sistema público de salud.
	ECUADOR	Vida Express 4 x 1: Seguro de Salud, que incluye, entre otras coberturas, consultas médicas telefónicas. Seguro Escolar: Seguro de accidentes personales que abona una indemnización correspondiente al pago de un año de estudios de los hijos del tutor fallecido.
	MÉXICO	Producto Básico Estandarizado de la Cobertura de Accidentes Personales: Seguro que abona una indemnización en caso de fallecimiento accidental. Producto Básico Estandarizado de la Cobertura de Gastos Médicos: Seguro que abona una indemnización por cada día que el asegurado se encuentre hospitalizado o de baja.
	TURQUÍA	Plan Advantage: Seguro de Salud.
	PERÚ	AP Venta – AP Ahorro: Seguro de Accidentes Personales. Renovación de la gama de Seguros de Decesos. MAPFRE Regional Asistencia Médica: Seguro de Salud con cobertura internacional. Renovación de la gama de Seguros de Vida.
	EL SALVADOR	Microseguro de Gasto Médico: Seguro dirigido a microfinancieras, que cubre consultas médicas, exámenes de laboratorio y medicinas.
	URUGUAY	AP + Vida 10%: Cobertura de Accidentes Personales, que incluye también una cobertura de Vida equivalente al 10 por 100 del capital contratado en accidentes personales.
Asistencia	TODOS LOS PAÍSES	iWarranty: Garantía mecánica, que cubre las averías mecánicas o eléctricas del vehículo asegurado. Extensión de garantía de vehículo nuevo: Producto destinado a fabricantes de Automóviles para proporcionar garantía una vez finalizado el período de garantía del fabricante.
	ÁFRICA	Students Basic y Students Plus: Seguros de Viaje para estudiantes residentes en África, que ofrece entre otras coberturas asistencia médica y repatriación del asegurado.
	MÉXICO	Programa Modelo de Asistencia en Viaje: Seguro de Asistencia en Viaje para turistas que visitan México y que incluye como cobertura novedosa la asistencia médica ante el virus A N1/H1.
	REINO UNIDO	Holiday Payment GAP: Seguro que permite aplazar el pago de la póliza dos meses. Motorhome GAP: Seguro para la protección de caravanas y autocaravanas. Green GAP: Seguro que cubre toda la gama de vehículos ecológicos del mercado y otros automóviles de estas mismas características listados en Eurotax.
	FRANCIA	Vitale, Essentielle e Intégrale: Nuevas modalidades de Garantía Mecánica, cuya cobertura se establece en función del kilometraje y edad del vehículo y no del siniestro.

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



También hay que destacar que MAPFRE dispone de productos dirigidos a colectivos de bajo nivel de renta para favorecer su acceso a productos aseguradores.

Sector de seguro	País	Modalidades de productos y/o servicios
Automóviles	ESTADOS UNIDOS	Valu Product: Seguro de Automóviles de bajo coste diseñado específicamente para vehículos especiales.
Vida	BRASIL	Protección Financiera: Seguro de Vida y Accidentes Personales que cubre también situaciones de desempleo. Vida Protegida y Premiada: Seguro de Vida con coberturas de muerte accidental y muerte en transportes públicos.
	ECUADOR	Planes Detodas: Planes de Seguros ligados a microcréditos, que incluyen coberturas de vida, accidentes personales, asistencia médica y decesos. Comandato: Seguro de Vida y de robo de equipos electrónicos para los clientes de Comandato.
	COLOMBIA	Batería de Vida: Seguros destinados a población no bancarizada y con bajos niveles de ingresos.
	MÉXICO	Pronafim: Seguro que cubre impagados de microcréditos en caso de fallecimiento e indemnizaciones económicas a los herederos para hacer frente a los gastos funerarios. Básico: Seguro de Vida.
	URUGUAY	MAPFRE Protección Total: Seguro de Vida con primas variables por edad y que puede incluir, entre otras coberturas, rentas por incapacidad temporal.
	PERÚ	Sepelio: Seguro de Vida, que incluye cobertura en caso de fallecimiento. AP Ahorro: Seguro de Accidentes para clientes de Caja Nuestra Gente, que cuenta con cobertura por muerte accidental. AP Venta: Seguro de Accidentes que incluye, entre otras coberturas, indemnización por muerte accidental, en transporte público o invalidez. Fentac: Seguro de vida para taxistas. Vida Caja Piura-Optativo: Seguro de Vida para clientes que hayan contratado microcréditos. Hilfreich: Seguro de Vida para profesores de enseñanza pública.
Seguros Patrimoniales	ESPAÑA	Hogar Esencial: Seguro de Hogar que incluye las coberturas principales para la vivienda. Seguros Modulares de salud: Seguro de salud que permite elegir las coberturas que se deseen contratar.
	BRASIL	Seguro de Decesos. Garantía Extendida: Seguro que cubre daños en aparatos eléctricos. Robo de móviles: Seguro que cubre el robo de teléfonos móviles durante un plazo máximo de dos años.
	COLOMBIA	Vivienda de Interés Social: Seguro que garantiza el adecuado uso de los recursos para la construcción de viviendas de interés social. Codensa Hogar: Seguros de Hogar destinados a población de bajos ingresos.
	ECUADOR	Seguro Escolar: Seguro que garantiza el pago de los estudios de los hijos en caso de fallecimiento de la madre. Pycca: Seguro de desempleo para clientes de la cadena de almacenes Pycca.
	PERÚ	Sepelio Caja de Paita: Seguro de Decesos. Cofigas: Seguro para instalaciones de gas natural.

Sector de seguro	País	Modalidades de productos y/o servicios
Seguros Personales	MÉXICO	<b>Servicios Funerarios:</b> Seguro de Decesos. <b>Seguro Básico Estandarizado Gastos Médicos:</b> Seguro que paga indemnización por cada día que el asegurado se encuentre hospitalizado. <b>Seguro Básico Estandarizado Accidentes Personales:</b> Seguro que abona una indemnización en caso de que el titular fallezca de manera accidental.
	ECUADOR	<b>Fashion Express:</b> Seguro médico para las socias de la empresa Fashion Express.
	REPÚBLICA DOMINICANA	<b>Asistencia Exequias:</b> Seguro de Accidentes Personales, que cubre los gastos relacionados con el fallecimientos y ofrece asistencia a sus familiares. <b>Exequias:</b> Seguro de Decesos.
Asistencia	URUGUAY	<b>Beneficia:</b> Servicios de Asistencia para los titulares de las tarjetas de pronto Uruguay, entidad financiera que concede créditos a personas con bajo poder adquisitivo.

## Reclamaciones

MAPFRE cuenta con una Dirección de Reclamaciones para la atención de las quejas y reclamaciones que formulen todos los usuarios de sus servicios financieros. Además tiene una Comisión de Defensa del Asegurado, creada en 1984, para resolver de forma gratuita y con total independencia de actuación las reclamaciones de las personas físicas y comunidades de propietarios que tienen la condición de tomadores, asegurados o beneficiarios de pólizas de seguros contratadas con las sociedades del Grupo, y de los partícipes o beneficiarios de planes de pensiones individuales promovidos o gestionados por sociedades de MAPFRE o depositados en ellas, así como de los derechohabientes de todos ellos.

La actuación de estos órganos está regulada por la OM ECO 734/2004, de 11 de marzo, y por el Reglamento para la Solución de Conflictos entre las Sociedades del Grupo MAPFRE y los Usuarios de sus Servicios Financieros, aprobado por el Consejo de Administración de MAPFRE S.A.

En el ejercicio 2009 la Dirección de Reclamaciones ha recibido un total de 8.575 escritos, de los que se han admitido a trámite 4.192 reclamaciones, que incluyen pretensiones concretas de contenido económico, y 3.779 quejas respecto a incidencias en la tramitación de las prestaciones, que han sido remitidas a los departamentos oportunos para su adecuada atención. Los restantes 604 escritos no han sido objeto de tramitación por carecer de los requisitos legalmente previstos, siendo comunicada esta decisión de forma motivada a los distintos usuarios, para que puedan subsanar en su caso las deficiencias observadas. Las 4.192 reclamaciones admitidas a trámite han sido superiores en un 13 por 100 a las del ejercicio 2008. Por su parte, las quejas han experimentado un descenso del 2,4 por 100 respecto a las tramitadas en el año anterior, lo que refleja el esfuerzo realizado para mejorar permanentemente la calidad del servicio a los clientes, y para corregir las causas de las deficiencias o los motivos de insatisfacción manifestados.

El 40 por 100 de las reclamaciones y quejas están relacionadas con el Seguro de Hogar, el 31 por 100 con el Seguro de Automóviles, el 17 por 100 con el Seguro de Salud, el 6 por 100 con Seguros de Empresas, y el 6 por 100 restante con otros seguros.

La Comisión de Defensa del Asegurado de MAPFRE ha resuelto durante el ejercicio 2009 un total de 790 reclamaciones, y ha formulado en su Memoria Anual diversas recomendaciones para incrementar la calidad del servicio a los clientes, entre las que destacan:

- Necesidad de reforzar la comunicación entre el cliente y la compañía en la fase de formación de los contratos, favoreciendo que quede constancia escrita respecto a cuáles eran los intereses de aquél y las condiciones finalmente pactadas, y advirtiendo de forma destacada el derecho de aquél a reclamar cuando el contrato no se ajuste al acuerdo precontractual.
- Modificación de los contratos correspondientes a algunas modalidades de Seguros de Hogar, Salud y Seguros de Viaje, a fin de eliminar la ambigüedad de determinadas cláusulas que se refieren a deterioros graduales de los bienes, gastos de desplazamiento o cancelación de viajes por motivos de enfermedad.
- Necesidad de afianzar el equilibrio entre las sumas aseguradas y las prestaciones contratadas en los seguros de Decesos.
- Perfeccionamiento de las descripciones del riesgo asegurado en las pólizas de Responsabilidad Civil.
- Conveniencia de introducir en los Seguros de Hogar y de Hipoteca Protegida conceptos y definiciones que favorecen la comprensión del contrato y su alcance (apropiación indebida, responsabilidad extracontractual, período de carencia).
- Evitar interpretaciones analógicas de riesgos excluidos, en cuanto pueda restringir los derechos de los clientes, y conveniencia de su utilización respecto de los riesgos amparados.
- Necesidad de fomentar la intervención pericial como vía inicial para la resolución de desacuerdos con los clientes respecto a la indemnización.
- Conveniencia de revisar o adecuar los procedimientos de gestión en siniestros de automóviles de origen atmosférico, examinando con rigor aquellos y evitando derivar siniestros no consorciable al Consorcio de Compensación de Seguros.
- Reforzar la adecuación de los escritos remitidos por la compañía a las necesidades informativas de los clientes.
- Restricción del uso de tarjetas para los servicios concertados de salud en algún tipo de seguros en los que la asistencia sanitaria es a cargo del asegurado.

## *La calidad en MAPFRE*

Las entidades de MAPFRE trabajan de forma permanente para conseguir elevados niveles de calidad en el servicio a los asegurados y clientes, con especial dedicación a la rápida, eficaz y equitativa atención y liquidación de los siniestros. MAPFRE dedica 198 empleados al seguimiento y control de la calidad.

Las plataformas de atención telefónica hacen un seguimiento especial de la calidad del servicio mediante la realización de encuestas entre los clientes, en las que se miden entre otros los siguientes parámetros: nivel de resolución de sus solicitudes; calidad percibida y calidad ofrecida medida en términos de forma de acogida, expresión oral, utilización del lenguaje, tratamiento de las llamadas, solución al primer contacto, y conocimiento y capacidad de adaptación a las situaciones planteadas.

Todas las evaluaciones de calidad realizadas son analizadas y procesadas diariamente para adoptar las acciones correctoras pertinentes, estableciéndose planes concretos de formación para los empleados que prestan la atención a los clientes, en las habilidades propias de la labor que desempeñan, y en las técnicas necesarias para su trabajo, entre las que se pueden destacar los siguientes:

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Orientación al cliente</li><li>• Técnicas de atención al cliente</li><li>• Estrategias de venta telefónica</li><li>• Manejo de conflictos</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicación interpersonal</li><li>• Productos MAPFRE</li><li>• Procedimientos internos (gestión de cobros, gestión de siniestros, gestión de reclamaciones, programas informáticos de apoyo)</li></ul> |
|---|---|

Asimismo se realizan controles internos de gestión, en los que se evalúan tiempos de respuesta y control de incidencias y reclamaciones, así como visitas de control de calidad realizadas por jefes de equipo de reparaciones. También se realizan encuestas de satisfacción al cliente, auditorias de calidad de los procesos de gestión, y seguimiento telefónico periódico para el control de pólizas y el estudio de las causas de los impagos. Todo ello permite hacer un seguimiento periódico de las anulaciones, así como de la evolución de la cartera de clientes, y realizar acciones específicas de fidelización y de recuperación de clientes.

El compromiso con la calidad es una constante en todas las unidades y países en los que MAPFRE opera. Un ejemplo es el desarrollo de la Red de Talleres Distinguidos, un proyecto que agrupa a los talleres comprometidos a ofrecer a los clientes de MAPFRE ventajas especiales, un servicio de alta calidad y un trato preferente.

MAPFRE es consciente de la importancia de la confidencialidad de los datos de sus clientes, por lo que tiene establecidos los procedimientos necesarios para conseguir la imprescindible protección de datos de carácter personal de que dispone.

En cualquiera de los canales a través de los que distribuye sus productos, MAPFRE cuenta con personal cualificado para ofrecer asesoramiento sobre los servicios que mejor se adaptan a las necesidades personales de cada uno de los clientes. En los cuadros siguientes se incluye una selección de datos con los que se evalúa la evolución del funcionamiento en el servicio en el CAC24.

Llamadas atención clientes		
Parámetros	CAC24	
	2009	2008
Llamadas entrantes	3.711.370	4.324.666
Llamadas contestadas	3.459.743	4.046.430
% de contestación	93,2%	93,5%

Llamadas prestación clientes		
Parámetros	CAC24	
	2009	2008
Llamadas entrantes	8.612.912	8.082.194
Llamadas contestadas	8.173.985	7.574.954
% de contestación	94,9%	93,7%

A su vez, los siguientes cuadros reflejan los mismos datos para las principales filiales que operan en seguro directo en el exterior:

Parámetros de nivel de servicio	Llamadas Atención a clientes	BRASIL		ARGENTINA		COLOMBIA		MÉXICO	
		2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Volumen de llamadas	Entrantes	1.012.494	1.089.187	708.878	707.671	288.494	265.587	1.045.734	829.848
	Contestadas	884.829	968.171	676.976	682.088	262.787	247.301	1.023.987	769.420
	% de contestación	87,39%	88,89%	96%	96,4%	91%	93%	98%	92,72%

Parámetros de nivel de servicio	Llamadas Atención a clientes	PUERTO RICO <sup>6</sup>		VENEZUELA <sup>7</sup>	
		2009	2008	2009	2008
Volumen de llamadas	Entrantes	528.567	598.024	444.357	53.594
	Contestadas	503.039	574.158	374.763	52.104
	% de contestación	95,17%	96%	88%	97,22%

(6), (7) El alcance de la auditoría no incluye la información correspondiente a este país



Parámetros de nivel de servicio	Llamadas Prestación de servicios	BRASIL		ARGENTINA		COLOMBIA		MÉXICO	
		2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Volumen de llamadas	Entrantes	1.692.650	1.553.945	735.914	702.032	232.872	283.264	330.506	418.914
	Contestadas	1.406.497	1.414.324	692.331	678.013	221.057	267.567	322.923	370.911
	% de contestación	83,1%	91,02%	94%	96,6%	95%	94%	98%	88,54%

Parámetros de nivel de servicio	Llamadas Prestación de servicios	PUERTO RICO <sup>8</sup>		VENEZUELA <sup>9</sup>	
		2009	2008	2009	2008
Volumen de llamadas	Entrantes	301.319	N. A	835.435	768.096
	Contestadas	283.962	N. A	747.240	684.349
	% de contestación	94,2%	N. A	88%	89%

(8), (9) El alcance de la auditoría no incluye la información correspondiente a este país

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

Parámetros de nivel de servicio	Llamadas de prestación de servicios	BRASIL		EE.UU.		ARGENTINA		TURQUÍA	
		2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008
Volumen de llamadas	Entrantes	2.913.873	2.837.981	1.283.113	1.421.911	2.560.099	2.368.730	3.187.617	3.093.393
	Contestadas	2.804.718	2.698.413	1.166.843	1.266.815	2.290.087	2.150.415	2.853.535	2.653.277
	% de contestación	96%	95%	91%	89%	89%	91%	90%	86%



Además, diversas empresas del Grupo tienen certificaciones de calidad cuya renovación exige mantener elevados estándares en el servicio a los clientes, y constituyen una garantía de servicio para éstos:

Certificaciones de entidades que operan principalmente en España	Certificaciones de entidades que operan principalmente en el extranjero
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Certificación ISO 9001–2000 al Área de Prestaciones de Seguros de Automóviles y a los centros médicos de atención a lesionados en accidentes de automóviles.</li> <li>– Certificación ISO 9001–2008 al Servicio de Atención al cliente en los Centros de Servicio de Alcalá de Henares y Alcorcón.</li> <li>– Certificación ISO 14001:2004 a MAPFRE EMPRESAS.</li> <li>– Certificación AENOR de confidencialidad en el tratamiento de datos en el producto Y–CAR.</li> <li>– Certificación AENOR de confidencialidad en el tratamiento de datos en el producto eBike.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Certificación ISO 9001 – 2008 a MAPFRE ASISTENCIA.</li> <li>– Certificación ISO 9001:2000 al servicio de <i>call center</i> de MAPFRE ASISTENCIA, BRASIL ASISTENCIA, ANDIASISTENCIA, VENEASISTENCIA, AFRIQUE ASISTANCE, ROAD CHINA, GULF ASSIST, IBEROASISTENCIA y MÉXICO ASISTENCIA.</li> <li>– Certificación NTC ISO 9001:2000 a MAPFRE COLOMBIA.</li> </ul>

Los siguientes premios y reconocimientos obtenidos también avalan la calidad del servicio que se presta en MAPFRE:

Principales premios y reconocimientos españoles	Principales premios y reconocimientos internacionales
<ul style="list-style-type: none"> <li>– José Manuel Martínez, Premio Tintero (Asociación de Periodistas de Información Económica).</li> <li>– José Manuel Martínez, entre los 100 Hombres y Mujeres Iberoamericanos del año (Diario <i>El País</i>).</li> <li>– José Manuel Martínez, incluido en el índice de Valores Empresariales (Serfusión).</li> <li>– Entidad mejor valorada en el sector asegurador en el Informe Merco 2009 (Monitor Español de Reputación Corporativa).</li> <li>– José Manuel Martínez, entre los 20 mejores líderes empresariales más valorados, según el Informe Merco 2009 (Monitor Español de Reputación Corporativa).</li> <li>– Mejor Aseguradora en Gestión de Reclamaciones en España (Revista <i>Euromoney</i>).</li> <li>– MAPFRE, entre las 30 marcas más valiosas de España (Interbrand).</li> <li>– Diferentes premios a entidades del Grupo en el concurso de Detección de Fraudes (ICEA).</li> <li>– MAPFRE VIDA, premio a las redes por captación y mantenimiento de clientes (ICEA).</li> <li>– José Manuel Inchausti, Director General de Tecnologías y Procedimientos, Premio Ejecutivo de Información del año del sector privado (Revista <i>ComputerWorld</i>).</li> <li>– Los Seguros Modulares de Salud, Mejor Seguro (Revista <i>Mi Cartera de Inversión</i>).</li> <li>– MAPFRE FAMILIAR, mejor Aseguradora de Servicios Sanitarios (Revista <i>Medical Economics</i>).</li> <li>– MAPFRE QUAVITAE y SABIA BIOINGENIERÍA ARAGONESA, Premio Tecnet 2009 al producto y servicio más innovador.</li> <li>– MAPFRE, la aseguradora en la que más confían los clientes (Huete&amp;Samhoud).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– José Manuel Martínez, Mejor Empresario Español en Chile (Cámara de Comercio de España en Chile).</li> <li>– MAPFRE, entre las 40 mejores compañías del mundo (Revista <i>Business Week</i>).</li> <li>– MAPFRE, Mejor Aseguradora de España (Revista <i>World Finance</i>).</li> <li>– MAPFRE, en el Global Reputation Pulse 2009 (Reputation Institute y Revista <i>Forbes</i>).</li> <li>– MAPFRE, entre las 500 mayores empresas del mundo y entre las 11 primeras compañías mundiales más admiradas (Revista <i>Fortune</i>).</li> <li>– MAPFRE, en el puesto 315 del <i>Ranking</i> Global de las 2.000 mayores compañías del mundo (Revista <i>Forbes</i>).</li> <li>– MAPFRE, Mejor Compañía de Seguro Directo de Latinoamérica (Revista <i>Reactions</i>).</li> <li>– Juan José Almagro, Director General de Comunicación y Responsabilidad Social, Distinción Legislativa por su compromiso permanente en la difusión de la Responsabilidad Social Empresarial (Senado de Mendoza, Argentina).</li> <li>– Mención del Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas (Foro Ecueménico Social).</li> <li>– MAPFRE ABRAXAS, Compañía del Año de la Industria del Motor 2009 (Instituto de Gestión del Transporte del Reino Unido).</li> <li>– Mejor Consultora en Transferencia de Riesgos en Argentina (Revista <i>Euromoney</i>).</li> <li>– Eikon de Oro a MAPFRE ARGENTINA (Revista <i>Imagen</i>).</li> <li>– Primer Premio Prestigio Seguros Ejecutivos y Cuarto Premio Prestigio Seguros Productores a MAPFRE ARGENTINA (CEOP y Revista <i>Nuevos Bancos y Seguros</i>).</li> <li>– Premio «Emprendedor Solidario 2009» a MAPFRE ARGENTINA (Foro Ecueménico y Social).</li> <li>– Antonio Cassio dos Santos, Presidente de MAPFRE BRASIL, Mejor Ejecutivo del Sector (Periódico <i>Valor Económico</i>).</li> <li>– Premio Relieve en Productos a MAPFRE BRASIL (Club Vida en Grupo de Río de Janeiro).</li> <li>– Premio Nacional de Teleservicios, en diferentes categorías, a MAPFRE BRASIL (Asociación Brasileña de Teleservicios).</li> <li>– Certificación por prácticas socialmente responsables en México (Centro Mexicano para la Filantropía).</li> <li>– Puesto 2º en el <i>ranking</i> de empresas más innovadoras de México (<i>Information Week</i>).</li> <li>– MAPFRE GENEL YASAM, Premio de Responsabilidad Social (Congreso de Seguros Active Academy).</li> <li>– MAPFRE URUGUAY, Premio Nacional a la Excelencia Ciudadana (Centro Latinoamericano de Desarrollo).</li> <li>– Mejor Aseguradora en Innovación, en Gestión de Reclamaciones y en Precios de Chile (Revista <i>Euromoney</i>).</li> </ul>



## ► MAPFRE y sus accionistas

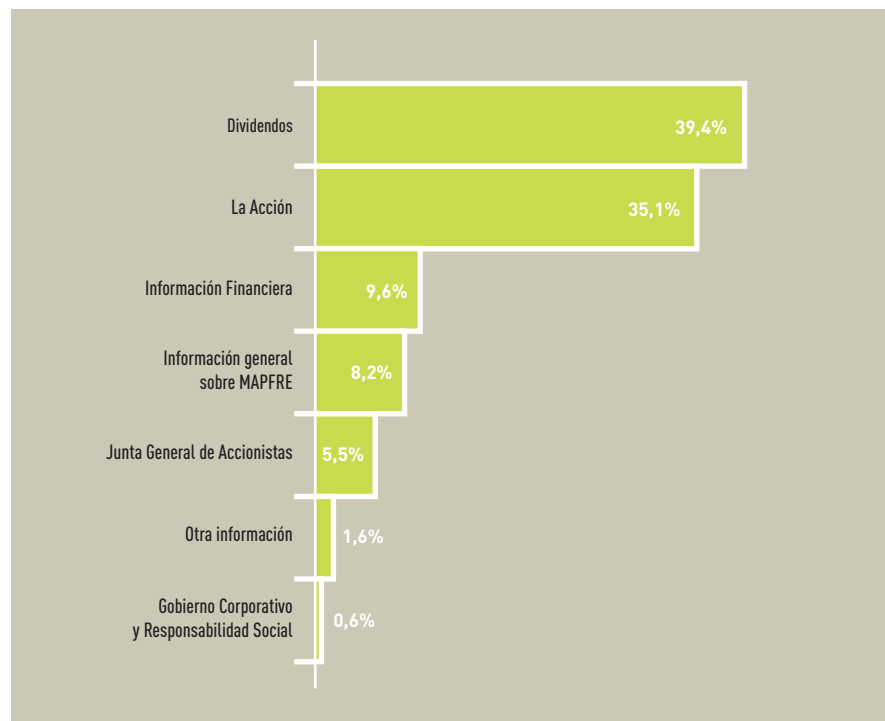
La relación de MAPFRE con sus accionistas se basa en los principios de actuación ética y transparencia.

### CANALES DE RELACIÓN CON LOS ACCIONISTAS

En relación con las actuaciones llevadas a cabo en 2009 para desarrollar los canales de comunicación con los accionistas, cabe destacar lo siguiente:

- El servicio telefónico de accionistas (902 024 004) ha atendido más de 5.900 consultas, relacionadas principalmente con la evolución de la acción, pago de dividendos, Junta General e información financiera.
- En la sección “Accionistas e Inversores” de la página web corporativa, además de mantenerse de forma actualizada la información pública, se han incluido vínculos específicos para facilitar el acceso a documentación de especial importancia para el accionista, como la Junta General y el Plan de Reinversión de Dividendos.
- 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.

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



## La acción de MAPFRE

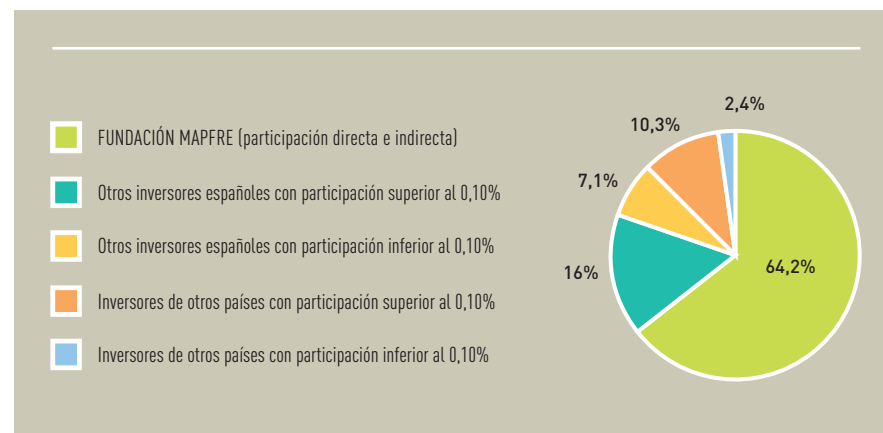
En el siguiente cuadro se muestra la información básica relativa a la acción de MAPFRE al cierre del ejercicio 2009:

Número de acciones en circulación	2.922.709.779, totalmente suscritas e íntegramente desembolsadas
Valor nominal de cada acción	0,1 euros
Tipo de acción	Ordinaria, representada por anotación en cuenta. Todas las acciones en circulación tienen los mismos derechos políticos y económicos
Mercados en los que cotiza	Bolsas de Madrid y de Barcelona (Mercado Continuo)
Índices bursátiles en los que se incluye la acción	<ul style="list-style-type: none"> <li>– IBEX 35</li> <li>– Dow Jones Stoxx Insurance</li> <li>– MSCI Spain (y, en consecuencia, los demás índices MSCI en los que se incluyen empresas de seguros y españolas)</li> <li>– FTSE All-World Developed Europe Index</li> <li>– FTSE4Good<sup>7</sup> y FTSE4Good IBEX<sup>7</sup></li> </ul>
Código ISIN	ES0124244E34

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

## Composición de la base de accionistas

Al cierre del ejercicio 2009 la Sociedad contaba con un total de 423.141 accionistas, de los que 417.539 tenían residencia en España con una participación individual inferior al 0,10 por 100 del capital. El 87,3 por 100 de las acciones correspondía a accionistas residentes en España, y el 12,7 por 100 restante a accionistas de otros países. En los siguientes cuadros se encuentra el desglose del accionariado por tipo de accionistas y países:



Accionariados por países	%
España	87,3
Reino Unido	1,7
Estados Unidos	0,9
Países Nórdicos	0,6
Francia	0,5
Alemania	0,5
Canadá	0,2
Países Bajos	0,2
Suiza	0,1
Sin identificar	8,0

En el ejercicio 2007 se aprobó la aplicación de un plan de incentivos referenciados al valor de las acciones, como fórmula retributiva para altos directivos de la sociedad y sus filiales. Al cierre del ejercicio 2009 el plan alcanza a un total de 37 personas, a quienes se han asignado un total de 8.698.831 acciones teóricas, equivalentes al 0,30 por 100 del capital.

### Valor y rentabilidad de la acción

Uno de los principales objetivos de MAPFRE es aumentar el valor de las acciones, mediante el crecimiento rentable de sus distintas Unidades y Sociedades Operativas y la inversión en nuevos proyectos que agreguen valor. En el siguiente cuadro puede apreciarse el comportamiento de la acción de MAPFRE en los últimos cinco años, comparado con el de los dos principales índices de referencia (el selectivo IBEX 35 y el sectorial Dow Jones Stoxx Insurance):

	1 Año	3 Año	5 Años
MAPFRE	22,0%	(14,4%)	35,0%
DJ Stoxx Insurance	12,6%	(47,1%)	(19,1%)
IBEX 35	29,8%	(15,6%)	31,5%

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

	2005	2006	2007 <sup>1</sup>	2008 <sup>1</sup>	2009 <sup>1</sup>
BPA	0,21	0,28	0,32	0,33	0,33
Incremento	—	33,3%	14,3%	3,1%	—

(1) Cifras correspondientes a MAPFRE S.A. bajo su nueva estructura, en la que todas las actividades del Grupo están integradas en la sociedad que cotiza en Bolsa.

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

	2005	2006	2007	2008	2009
Dividiendo	0,06	0,07	0,11	0,14	0,15
Rentabilidad por dividiendo	2,3%	2,2%	3,1%	4,7%	6,3%

El beneficio por acción y el dividendo por acción se han calculado usando un factor de ajuste y el número promedio ponderado de acciones, de conformidad con lo establecido por la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 33, para tomar en cuenta el efecto de las ampliaciones de capital realizadas en 2007, 2008, y 2009.

El dividendo a cuenta pagado en diciembre de 2009 ha sido de 0,07 euros brutos por acción; y el que se propone a la Junta General como dividendo complementario es de 0,08 euros brutos por acción. El desembolso total en 2009 en concepto de dividendos ha ascendido a 420 millones de euros, con incremento del 12,1 por 100 respecto a 2008.

En ejecución de los planes de reinversión del dividendo aprobados por el Consejo de Administración de la Sociedad, se ha facilitado nuevamente a los accionistas la posibilidad de reinvertir el dividendo complementario del ejercicio 2008 y el dividendo a cuenta del ejercicio 2009 en acciones nuevas, mediante dos ampliaciones de capital con derecho de suscripción preferente. Estas ampliaciones han tenido una acogida muy positiva, aportando en conjunto nuevos recursos patrimoniales por 318 millones de euros. CARTERA MAPFRE ha ejercido íntegramente su derecho de suscripción preferente, y ha adquirido además derechos adicionales, incrementando ligeramente su posición mayoritaria en MAPFRE S.A. hasta el 64,2 por 100. CAJA MADRID también ha ejercido íntegramente su derecho de suscripción preferente. En conjunto, se han emitido 177.877.492 nuevas acciones.

### Información pública

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

Frecuencia	Tipo de información
Anual	Informe anual individual y consolidado
	Valor intrínseco del negocio de Vida y Ahorro
Trimestral	Información periódica con arreglo a los formatos exigidos por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)
	Presentaciones de resultados

Adicionalmente, se ha preparado una presentación específica que se ha puesto a disposición del mercado con ocasión de la participación en la conferencia para inversores institucionales organizada por el banco Goldman Sachs.

## Comunicación con los mercados financieros

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

- Depósito previo en los registros de la CNMV de toda la información publicada, que puede consultarse a través de la página web de la Comisión.
- Publicación de la información en el apartado de la página web corporativa de MAPFRE (www.mapfre.com) dedicado a los accionistas. Los documentos publicados en esta página web se pueden consultar tanto en castellano como en inglés.
- Distribución por correo electrónico a una base de datos de cerca de 600 analistas e inversores institucionales previamente registrados.
- Reuniones con analistas financieros e inversores institucionales, en España y en el extranjero.

Las reuniones presenciales y las teleconferencias dirigidas a presentar los resultados de cada trimestre se retransmiten en directo a través de Internet ("webcasts") para facilitar el acceso del público a la compañía. En el año 2009 se han realizado ocho retransmisiones de este tipo.



Presentación del Informe de Progreso de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas

## Relaciones con inversores

En el siguiente cuadro se muestra la actividad de comunicación con los mercados financieros llevada a cabo en el año 2009:

Presentaciones de resultados	7
Teleconferencias	4
Reuniones con analistas e inversores institucionales españoles	89
Reuniones con analistas e inversores institucionales de otros países	302
Participación en foros de inversores institucionales	3

Desde el año 2001 MAPFRE participa activamente en la junta directiva de la Asociación Española para las Relaciones con Inversores (AERI), cuyo objetivo es promocionar iniciativas dirigidas al desarrollo y el avance de las relaciones con inversores en España.

### DATOS BURSÁTILES

Durante el ejercicio 2009 las acciones de MAPFRE S.A. han cotizado 254 días en el Mercado Continuo, con un índice de frecuencia del 100 por 100. Se han contratado 1.761.121.972 títulos, frente a 2.345.442.245 en el ejercicio anterior, con disminución del 24,9 por 100. El valor efectivo de estas transacciones ha ascendido a 4.232,7 millones de euros, frente a 6.978,9 millones de euros en 2008, con disminución del 39,3 por 100.

A finales de 2009, 4 bancos de negocios españoles e internacionales recomendaban "comprar" las acciones de la Sociedad, frente a 9 recomendaciones de "mantener" y 6 de "vender".



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

MAPFRE tiene la red de distribución más amplia del sector asegurador en España, y una de las de mayor extensión y penetración en América Latina. El Grupo apuesta por el mantenimiento de redes propias en los países en los que opera, compatibilizándolas con la utilización de otros canales de distribución. La orientación al cliente, la oferta global de productos, y la adaptación a las particularidades jurídicas y comerciales de cada uno de los mercados en que está presente son algunas de las claves del éxito de su modelo. Así, la red comercial de MAPFRE está compuesta por 5.806 oficinas propias (1.187 directas y 4.619 delegadas), 5.150 de bancaseguros y 13.879 correspondientes a otros acuerdos de distribución. Además, 6.866 empleados del Grupo realizan un trabajo relacionado con la actividad comercial (2.635 en España). El siguiente cuadro muestra con mayor detalle la composición de la red comercial de MAPFRE en el mundo.

OFICINAS	2008	2009
<b>ESPAÑA</b>		
Propias	3.243	3.278
Bancaseguros	3.754	3.840
<b>Total España</b>	<b>6.997</b>	<b>7.118</b>
<b>EXTERIOR</b>		
Propias	2.546	2.528
Bancaseguros	1.034	1.310
<b>Total otros países</b>	<b>3.580</b>	<b>3.838</b>
<b>Total oficinas</b>	<b>10.577</b>	<b>10.956</b>

### *Profesionales de la mediación*

#### **A. INFORMACIÓN GENERAL**

Tanto en España como en América Latina, la actuación de la red de distribución de MAPFRE se apoya en la colaboración de un amplio colectivo de profesionales de la distribución de seguros (Mediadores) que, desde diferentes posiciones (Delegados, Agentes, Corredores), desempeñan un papel relevante en la comercialización de las operaciones y en la atención a los asegurados.

La siguiente tabla muestra la distribución de los Mediadores del Grupo por colectivos:

RED COMERCIAL	2008	2009
<b>ESPAÑA</b>		
Agentes	14.718	18.417
Delegados	2.742	2.777
Corredores	3.302	3.703
<b>Total España</b>	<b>20.762</b>	<b>24.897</b>
<b>EXTERIOR</b>		
Agentes	14.673	13.804
Delegados	1.364	3.354
Corredores	26.298	25.799
<b>Total Exterior</b>	<b>42.335</b>	<b>42.954</b>
<b>Total RED COMERCIAL</b>	<b>63.097</b>	<b>67.854</b>

En España, durante el ejercicio 2009 se ha inscrito en el Registro de Mediadores de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones a 1.874 agentes exclusivos de MAPFRE, para los que se han elaborado nuevos contratos adaptados a la Ley 26/2006 de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados. Con el objetivo de agilizar la inscripción, las entidades de MAPFRE están adheridas al Protocolo de Utilización de la Vía Telemática entre la Dirección de Seguros y Fondos de Pensiones y las Entidades Aseguradoras.

Con el objetivo de optimizar y racionalizar la estructura territorial de Red MAPFRE en España, tanto desde el punto de vista del negocio como de la proximidad geográfica, en 2009 se han realizado distintos cambios en esta estructura para buscar la mayor homogeneidad posible y unos volúmenes de negocio controlables. Con ello, la estructura territorial de Red MAPFRE está configurada actualmente en ocho Direcciones Generales Territoriales y una Dirección Territorial.

Por otro lado, a lo largo del ejercicio 2009 se ha consolidado la relación con la Asociación Independiente de Corredurías de Seguros (ADECLOSE), que agrupa a 106 entidades; con la Asociación Profesional de Mediadores de Seguros (APROMES), que agrupa a 102 corredores y corredurías de seguros; y con ESPABROK, organización con implantación nacional compuesta por 53 corredurías. Estos acuerdos reflejan la mejora continua de la relación con los mediadores, y del esfuerzo por desarrollar actividades conjuntas que faciliten la profesionalización de la mediación de seguros privados. Además, se ha fomentado la firma de otros acuerdos de distribución con distintos mediadores para potenciar diferentes líneas de negocio. Durante este año también se ha mejorado y estrechado la relación con el Consejo General de Mediadores. Actualmente, y como fruto de esa relación, se está trabajando en la firma de un convenio de colaboración entre ambas entidades para el desarrollo de actividades formativas, que se materializará en 2010.



Caravana comercial de MAPFRE FAMILIAR



Entrega de diplomas a los nuevos agentes profesionales de MAPFRE en Cataluña

## B. RELACIONES CON LOS MEDIADORES

Las relaciones de MAPFRE con las entidades y profesionales que colaboran como Mediadores en la distribución de sus operaciones se desarrollan con vocación de estabilidad, permanencia y profesionalidad, lo que le permite contar con la red de distribución más amplia del sector y con un alto nivel de vinculación de los mediadores, que se traduce en niveles de rotación muy bajos. Esta vinculación se refuerza gracias a la globalidad de la oferta del Grupo que, además de constituir uno de sus principales factores diferenciales para el cliente, aporta a sus mediadores un importante valor añadido, permitiéndoles presentar una oferta integral personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente, tanto de productos aseguradores como financieros.

La relación con los delegados y agentes que forman parte de Red MAPFRE se produce a través de diferentes medios, entre los que destacan por su importancia e intensidad la infraestructura técnica y humana que aportan las Oficinas Directas, tanto a través de sus directores como del equipo de asesores y gestores de clientes. Periódicamente se realizan reuniones con éstos, tanto de carácter informativo como formativo, con el fin de determinar criterios de trabajo, dar orientaciones, solicitar sugerencias y darles a conocer las novedades de MAPFRE. Por otra parte, existe un programa habitual de visitas a las oficinas delegadas para incentivar la oferta comercial. Estos contactos personales se complementan con medios escritos (revistas, documentación y manuales), información a través del Portal Interno, y contacto a través de las plataformas operativas y telefónicas, que cuentan con áreas para la atención de los mediadores, donde pueden realizar todo tipo de consultas y recibir orientación técnica y comercial. Además, se ha

llevado a cabo una mejora y ampliación de las aplicaciones instaladas en el Portal Interno al que tiene acceso toda la Red MAPFRE.

En 2009 se ha llevado a cabo la mejora de los sistemas de comunicación de MAPFRE con sus Mediadores, aumentando su eficiencia para agilizar en lo posible el intercambio de información. Este proceso de ordenación de los canales de comunicación culminará en 2010 con la implantación del catálogo de contenidos de Red MAPFRE.

Existen, por otra parte, medios específicos para articular la relación con los Corredores, dadas las diferentes necesidades y planteamientos propios de este canal. La atención a las pequeñas y medianas corredurías se lleva a cabo desde las Oficinas Directas y desde las Oficinas de Corredores, que se seguirán potenciando para ofrecer un trato profesional y cercano a un canal con tanto protagonismo en el sector, mientras que el Centro Nacional de Corredores da respuesta inmediata y amplia capacidad de suscripción a las grandes corredurías en el ámbito de sus centros de colocación. Además, se ha remodelado el portal de corredores para orientarlo exclusivamente a este tipo de mediación.

Asimismo, se edita un newsletter digital dirigido a los operadores de bancaseguros para mantener una comunicación activa con este canal.

En América existen también herramientas para facilitar la comunicación con la red comercial como el boletín *MAPFRE Connect* o la revista *Corredores Mais* sobre prácticas e incentivos de ventas y los boletines CIMA Comercial de



Colombia y MAPFRE Informa *Express* de Argentina, con novedades de productos, tarifas, etc.

Por otro lado, en España MAPFRE pone a disposición de sus mediadores una amplia variedad de herramientas, entre las que destacan el Portal Interno de Red MAPFRE, la Oficina 2000 para agentes plaza y empleados, la plataforma informática PDM exclusiva para delegados, el Sistema de Gestión Comercial, el portal de corredores y el de concesionarios y el sistema de publicación de informes INFORED, que facilita el seguimiento y la gestión de la actividad comercial. En 2009 se han incorporado como novedades el mencionado Gestor de Campañas y el Sistema de Gestión Operativa.

En los países de América Latina existen también distintas herramientas para facilitar el trabajo de los mediadores, entre los que destacan el Sistema de Información de Pagos, que ofrece información actualizada sobre facturas y siniestros y el Centro de Conservación de Clientes, para el mantenimiento de la cartera, en Argentina; y el portal Segal II en México, herramienta para cotizar, emitir y cobrar pólizas on line.

### C. SELECCIÓN

En el proceso de selección de nuevos Mediadores en España, MAPFRE tiene establecido un protocolo que incluye la realización de dos series de pruebas psicométricas dirigidas a evaluar la eficacia comercial y los rasgos de personalidad, tales como orientación a la venta y actitudes. Este proceso requiere la intervención del responsable comercial y de los formadores y responsables de formación de la Red, quienes aplican y corrigen las pruebas psicométricas con el fin de elegir profesionales con capacidad, potencial y ética en su actuación.

### D. FORMACIÓN

Un elemento de diferenciación de MAPFRE en la relación con sus Mediadores es la importancia concedida a la formación. En 2009 se ha potenciado aún más su profesionalización, a través de la formación adaptada a las necesidades de cada Mediador, con especial atención a la formación sobre nuevos productos, la formación inicial y de reciclaje, y la información centralizada.

A tal efecto se ha elaborado un plan de formación para Red MAPFRE, concebido para ayudar al cumplimiento de los objetivos y al desarrollo profesional de las personas que la integran, y que responde a las necesidades formativas de cada puesto, según los conocimientos y experiencia de cada alumno. En la definición del plan se han tenido en cuenta las exigencias que en materia de formación establece la Ley de Mediación 26/2006 de 27 de julio a través de la Resolución de Formación de 28 de julio de 2006.

El Plan se adapta a la estructura establecida para todas las áreas de formación del Grupo, e incluye información corporativa orientada a transmitir la política, cultura, estrategia y valores de la compañía; técnica, orientada al conocimiento

de los procesos de las distintas áreas o Unidades del Grupo; y comercial, dirigida a proporcionar conocimientos a la Red sobre productos, herramientas, habilidades y técnicas de venta. A lo largo de 2009 estos tipos de formación se han distribuido de la siguiente forma:

MEDIADORES	Tipo	HORAS
COMERCIAL	Multimedia	58.455
	Presencial	435.859,8
CORPORATIVA	Multimedia	63
	Presencial	345,7
TÉCNICA	Multimedia	12.707
	Presencial	1.921,8
<b>Total general</b>		<b>509.352,2</b>

EMPLEADOS (RED MAPFRE)	Tipo	HORAS
COMERCIAL	Multimedia	30.914
	Presencial	84.832,1
CORPORATIVA	Multimedia	4.457
	Presencial	7.594,5
TÉCNICA	Multimedia	11.075
	Presencial	3.216,3
<b>Total general</b>		<b>142.088,9</b>

Cabe mencionar además la formación impartida al colectivo de nuevos mediadores, y especialmente a los Agentes Profesionales y Agentes Subvencionados MAPFRE. A lo largo de 2009 se han formado 1.874 nuevos mediadores, de los cuales 706 pertenecen a estos programas de apoyo. En conjunto, el colectivo de nuevos mediadores ha recibido un total de 509.352,2 horas de formación.

En América Latina se han impartido más de 90.000 horas de formación relacionadas con la capacitación, técnicas de venta, nuevos procedimientos o formación institucional relacionada con la cultura y la política de MAPFRE, entre otras materias.

### E. PROGRAMAS DE APOYO

En la apuesta por la profesionalización de sus Mediadores, el Grupo ha impulsado la creación del programa Agente Profesional MAPFRE (APM), que tiene como objetivo que los mediadores alcancen madurez económica y profesional para que en el futuro puedan centrar su actividad en la venta de seguros para MAPFRE. Se trata de un proyecto a tres años en el que los integrantes reciben contenidos formativos comunes y distintas subvenciones durante dos años, momento en el que algunos de ellos pasarán a formar parte del programa Nuevos Delegados, un plan de formación específico que les capacitará para asumir la gestión de una oficina.

Por otro lado, se ha creado la figura del Agente Subvencionado MAPFRE (ASM), un programa de ayudas para nuevos mediadores que no se dediquen exclusivamente a la mediación de seguros, pero que posean gran potencial comercial.

## Acuerdos de distribución

En España, en los últimos años se ha impulsado el carácter multicanal de MAPFRE, prestando especial atención a los diferentes tipos de Mediadores (corredores y operadores de bancaseguros), y no sólo a los agentes exclusivos del Grupo. En esta línea, se ha incrementado el número de oficinas de canales complementarios a través de acuerdos con distintas entidades, que permiten especializar la atención en función de las características de los mediadores del Grupo, y complementan la capacidad de distribución de Red MAPFRE. Destacan en este sentido la alianza con CAJA MADRID –que implica la colaboración recíproca de las redes comerciales de ambos grupos– y las establecidas con BANKINTER, CAJA CASTILLA LA MANCHA y CAJA DUERO (para Vida y Pensiones) y BBVA (para el ramo de Automóviles), que han ampliado de forma importante la capacidad de distribución de los productos de MAPFRE. En esta línea, en 2009 se ha firmado un nuevo acuerdo con BANCA PUEYO para la distribución de los productos aseguradores de MAPFRE a través de sus oficinas. En conjunto, en 2009 MAPFRE distribuyó sus productos en España a través de 3.840 oficinas de bancaseguros, que aportaron a MAPFRE un volumen de primas de 1.518 millones de euros.

El Grupo mantiene además acuerdos de distribución de seguros con otras entidades financieras, talleres, concesionarios de automóviles y centros comerciales, entre otros. A cierre de 2009 cuenta con 880 acuerdos de este tipo.

En América Latina, MAPFRE mantiene acuerdos de bancaseguros con BBVA, HSBC, con NOSSA CAIXA SEGUROS E PREVIDENCIA (Brasil), y con el BANCO HIPOTECARIO DOMINICANO. A finales de 2009 se ha firmado un acuerdo de intenciones con BANCO DO BRASIL para negociar la constitución de una alianza

estratégica, cuyo objetivo consiste en el desarrollo conjunto de los negocios aseguradores de ambos grupos en el mercado brasileño. Además, mantiene otros acuerdos con entidades financieras, concesionarios de automóviles, empresas de servicios y centros comerciales. A cierre de 2009 el Grupo contaba con un total de 305 acuerdos, con lo que MAPFRE distribuye sus productos en América a través de más de 12.929 puntos de venta, además de su propia red comercial.

En Estados Unidos, MAPFRE mantiene acuerdos de distribución exclusivos con clubes de la Asociación Americana del Automóvil (AAA), que comercializan sus productos a través de sus puntos de venta.

MAPFRE apoya la actuación de las entidades con las que mantiene alianzas o acuerdos de distribución. En esta línea, en 2009 se ha mejorado la coordinación de la formación entre MAPFRE y CAJA MADRID, para lo que los equipos de formadores de Red MAPFRE y MAPFRE VIDA han impartido formación sobre los seguros de Automóviles y Vida a cerca de un millar de profesionales de la organización territorial de CAJA MADRID. Estas acciones formativas continuarán durante el próximo ejercicio, ampliándose a otros productos del Grupo.



## ▶ MAPFRE y sus proveedores

MAPFRE mantiene con sus proveedores relaciones basadas en la calidad de los servicios y productos que ofrecen, y en la integridad de sus prácticas empresariales. MAPFRE, a su vez, les garantiza una actuación socialmente responsable, transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establece su normativa interna de contratación.

### *Tipos de proveedores*

El Grupo distingue tres categorías de proveedores con los que tiene diferentes tipos de relación:

- Proveedores de bienes y servicios de carácter general (material y mobiliario de oficina, papelería e impresos, servicios de correo, mensajería, valijas y reprografía, servicios de gestión documental y archivo, compras de *marketing*), que se relacionan con MAPFRE a través del Departamento Central de Medios, que gestiona para todo el Grupo en España las compras de dichos bienes y servicios, establece las normas generales aplicables en dicha materia, y coordina la información a los órganos de decisión de MAPFRE sobre la actuación del Grupo en relación con sus proveedores.
- Proveedores de bienes y servicios específicos de cada actividad operativa, fundamentalmente relacionados con la atención de siniestros (reparaciones de automóviles y hogar, prestación de servicios sanitarios, servicios de atención en carretera, etc.), que son gestionados por las respectivas Unidades y Sociedades Operativas de acuerdo con las normas generales que establece la Dirección General de Recursos Humanos y Medios.
- Proveedores de bienes y servicios tecnológicos (*hardware, software, comunicaciones*), que se relacionan con MAPFRE a través de la Dirección General de Tecnologías y Procedimientos.

Además de los tres grupos de proveedores antes mencionados, algunos departamentos concretos gestionan de forma específica la relación con proveedores de productos y servicios de *marketing* y publicitarios. MAPFRE ha mantenido principalmente relación en 2009, con 130.370 proveedores con el siguiente desglose:

	España Número de Proveedores	Resto países Número de Proveedores
Bienes y servicios de carácter general	2.117	11.571
Bienes y servicios específicos	42.810	72.890
Bienes y servicios tecnológicos	190	792

En 2009 el coste total facturado por los proveedores a entidades de seguros del Grupo ha ascendido a 2.928 millones de euros, con el siguiente detalle:

	2009*	2008
Bienes y servicios de carácter general	599	230
Bienes y servicios específicos	2.675	2.040
Bienes y servicios tecnológicos	253	215

Millones de Euros / Alcance: Grupo MAPFRE

\* Incluye los datos de COMMERCE y GENEL SIGORTA (no incluidos en 2008)

### *Canales de relación y sistemas de apoyo*

Con carácter general, la relación con los proveedores se articula a través de las plataformas web, plataformas telefónicas propias o concertadas, y líneas telefónicas específicas, aunque existen responsables de proveedores específicos para cada área de negocio y para bienes y servicios tecnológicos que gestionan la relación con los mismos. De esta forma, además de los canales específicos diseñados para cada tipo de proveedor, existe una comunicación permanente y periódica de MAPFRE con dicho colectivo. Merecen destacarse como canales especialmente significativos los siguientes:

- El Portal de MAPCOL para proveedores de servicios de asistencia y reparación del Automóvil (grúas, taxis, talleres), a través del cual pueden canalizar todas sus relaciones con MAPFRE FAMILIAR; además, mediante el mismo se ofrece la suscripción gratuita a publicaciones especializadas, acceso a un canal de preguntas técnicas y otras ventajas. Al cierre de 2009 estaban registrados en este portal más de 20.000 proveedores.
- El Portal INFOCOL, a través del cual los proveedores de prestaciones patrimoniales mantienen una comunicación permanente con MAPFRE FAMILIAR. A finales de 2009 se habían registrado en esta plataforma y operaban a través de ella 3.373 profesionales de reparación, de los 3.521 que colaboran con la entidad. Igualmente, se ha desarrollado un sistema de comunicación de encargos a través de SMS.
- El Servicio de Atención al Profesional Sanitario, dirección de correo electrónico para estos proveedores en la web de MAPFRE, y el Servicio Telefónico de Atención al Profesional, mediante los que los profesionales sanitarios pueden obtener todo tipo de información para el desarrollo de su actividad. Además, en 2010 se pondrá en marcha un portal específico para los profesionales sanitarios de los servicios médicos concertados.
- El sistema de autofacturación, tramitación de incidencias y consulta de facturación vía web utilizado por los proveedores de MAPFRE ASISTENCIA.





— La plataforma operativa FUTURA para la gestión de Asistencia, que integra en el proceso al cliente y al proveedor, y permite realizar una mejor gestión de flotas. Esta tecnología ya está implantada en la mayor parte de Europa y América Latina.

— En el exterior, los Portales de Proveedores de MAPFRE en Brasil, Colombia, México y Chile, el Servicio Web de Información de Pago para proveedores de Argentina, las herramientas *Online* para la gestión de las tasaciones de Automóviles y la gestión de siniestros de EE UU, las publicaciones específicas para proveedores de Brasil, y los Sistemas de Compras Web de México para proveedores de carácter general y tecnológicos. La filial de MAPFRE en EE UU dispone también, en algunos casos, de acceso a las webs de los proveedores para la monitorización de su actividad. En algunos de los países, como Argentina, se han realizado encuentros específicos para presentar el modelo de Responsabilidad Social de MAPFRE a dichos colaboradores.

### *Criterios de selección*

De acuerdo con lo establecido en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE, las pautas globales en las que se basa la selección de proveedores dentro del Grupo son las siguientes:

— La selección y contratación de productos o servicios a terceros debe realizarse con criterios técnicos, profesionales y económicos objetivos, siempre atendiendo a las necesidades e intereses de MAPFRE, y cumpliendo con las normas internas de selección y contratación establecidas al efecto.

— No se podrán establecer relaciones con proveedores que infrinjan la ley o los principios básicos establecidos en dicho Código.



— Ningún empleado de MAPFRE podrá recibir u ofrecer cantidades en concepto de comisiones o gratificaciones, ni regalos o favores de cualquier otra naturaleza por actuaciones que esté realizando en nombre de MAPFRE; se exceptúan los regalos de cortesía de valor simbólico o los de carácter publicitario, de acuerdo con lo establecido en las normas internas de contratación y gastos.

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

De acuerdo con dichos principios, la selección de los proveedores en general, y el seguimiento de sus contratos, se realiza con criterios objetivos, principalmente mediante concursos, en los que se valoran factores como la relación calidad/precio, la infraestructura con la que cuentan, el reconocimiento en el mercado así como la adopción de prácticas responsables en sus empresas; así como, de forma especial, la pertenencia al colectivo de colaboradores de alguna de las entidades de MAPFRE, y su historial de calidad en el servicio prestado a las mismas.

El cumplimiento de la normativa vigente en los diferentes países, así como la implantación de medidas de seguridad e higiene en los casos que proceda, son requisitos indispensables para su elección. Otros factores que se valoran de forma positiva son el tiempo de respuesta, el servicio posventa, la cobertura geográfica, y el valor añadido que puedan aportar a los asegurados y clientes de MAPFRE.

Los candidatos que no son seleccionados como proveedores, pero cumplen los criterios requeridos, pasan a formar parte del Listado de Proveedores Potenciales de modo que en el futuro se pueda recurrir a sus servicios.

#### **CON INDEPENDENCIA DE ESTOS CRITERIOS GENERALES:**

— MAPFRE FAMILIAR ha establecido un Procedimiento de Selección específico para los proveedores de bienes y servicios relacionados con sus actividades operativas, especialmente los proveedores de servicios de reparación; y la herramienta Mapa Sanitario, que permite identificar las necesidades de servicios en base a indicadores como población, número de asegurados, requisitos legales, y criterios de calidad.

Merecen también destacarse los procedimientos de selección de proveedores de bienes y servicios de actividades operativas de Argentina (Sistema de Cotizaciones en línea y Comité de Compras), las herramientas de gestión de proveedores utilizadas en Brasil (Solicitud de Propuesta y Solicitud de Cotización), el Manual de Procesos Logísticos desarrollado en Colombia, el Comité de Credenciales para el área de Salud en Puerto Rico, y el procedimiento y registro de la Red de Proveedores utilizado en El Salvador.

— En lo referido a los procesos de selección de proveedores de bienes y servicios de carácter general destacan la Política de Abastecimiento de Argentina, el



Manual de Procesos Logísticos utilizado en Colombia, la Política de Adquisición establecida en México, el Manual de Políticas de Compra y Servicios de Chile, y el sistema de subastas electrónicas desarrollado en Perú.

— La Dirección General de Procedimientos y Tecnologías ha desarrollado una política de selección específica para sus proveedores, a través de la cual ha definido un Mapa de Proveedores; y también son destacables en esta área la Normativa y las Disposiciones aplicadas en México, y los sistemas de Solicitud de Propuesta y Solicitud de Cotización de Brasil.

### *Fidelización*

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE es alta, siendo la rapidez en el pago uno de los factores más valorados. MAPFRE ha desarrollado también programas específicos de fidelización de sus proveedores en diferentes áreas. Destacan los de MAPFRE FAMILIAR en el área de Automoción, (Programa de Fidelización Taxi 2008–2009 y Programa de Fidelización y Calidad Grúas 2008–2009), que incluyen entre otras ventajas campañas de descuentos con empresas del Grupo. En esta línea, a través de la herramienta MAPCOL se ofrecen diferentes acuerdos y descuentos con terceros en áreas como reparación, *renting* y alquiler de vehículos, seguridad, etc.

MAPFRE FAMILIAR subvenciona también la adquisición de motocicletas y material de seguridad vial para la prestación de los diferentes servicios de Asistencia en Viaje; además, MAPFRE mantiene un acuerdo con la entidad financiera FRACCIONA (Grupo CAJA MADRID) para que sus proveedores puedan acceder a créditos al consumo en condiciones muy ventajosas.

La rotación de los proveedores que colaboran con las entidades de MAPFRE es en general reducida. Las razones más habituales de las bajas son el incumplimiento de sus obligaciones, o su inadaptación a los requerimientos del servicio en cada momento.

### *Formación*

MAPFRE tiene también un fuerte compromiso con la formación de sus proveedores, como medio de mejorar el servicio a sus clientes y asegurados. Con este fin, los proveedores reciben de forma general información acerca de la cultura de MAPFRE y de su filosofía de la calidad. De forma general se desarrollan sistemas, materiales o dossiers formativos, herramientas y cursos *on-line* y presenciales para proveedores, de forma que se facilite su labor y puedan mantenerse actualizados en cuanto a modificaciones legislativas, desarrollos tecnológicos u otros temas relevantes para el desarrollo de sus funciones. Merecen destacarse:

— Los diversos cursos que se imparten a los proveedores de servicios en relación con la gestión de siniestros, como los de Gerentes de Empresas de Asistencia en Carretera, Metodología y Técnicas de Asistencia a Motocicletas, Técnicas Avanzadas de Asistencia en Carretera, Metodología y Técnicas de Asistencia a Vehículos Industriales, y Reparación de Daños en Paneles de Aluminio.

— El Manual Operativo del Profesional Sanitario, que le facilita toda la información de interés para su relación con MAPFRE.

Además, MAPFRE facilita a sus proveedores el acceso a cursos y congresos organizados por FUNDACIÓN MAPFRE y CESVIMAP (Centro de Experimentación y Seguridad Vial de MAPFRE).

### *Calidad*

Todas las entidades del Grupo llevan a cabo un seguimiento de la calidad del servicio que prestan sus proveedores, principalmente a través de visitas a las instalaciones del proveedor o encuestas entre los clientes. Las evaluaciones de calidad y los criterios utilizados varían en función de las actividades que realizan para MAPFRE. En general, se lleva a cabo una evaluación del grado de cumplimiento del servicio, del plazo en el que se ha realizado el mismo, y de la competitividad de sus tarifas. El sistema de evaluación de los proveedores se extrae de diferentes canales: incidencias detectadas por los operadores; visitas, reuniones o convenciones con los proveedores; comités de compras; comunicación con el cliente; y auditorías internas y específicas.

Los principales parámetros de calidad son los siguientes:

— MAPFRE FAMILIAR efectúa diversos controles y acciones para evaluar e impulsar la calidad del servicio proporcionados por sus proveedores operativos. Por una parte, se realiza un seguimiento del número de quejas y reclamaciones derivadas de las actuaciones de los proveedores de servicios de asistencia y reparación del Automóvil. Además, dentro de los programas desarrollados para impulsar la calidad, durante el ejercicio 2009 se han facilitado la obtención gratuita de certificaciones de Calidad TQ a 14 Talleres Distinguidos. Dicha certificación, expedida por CESVIMAP, distingue a los talleres que son capaces de ofrecer una mayor calidad de reparación a sus clientes, teniendo en cuenta criterios referentes a instalaciones y equipos, personal y procedimientos de trabajo.

Merecen destacarse los siguientes datos, que reflejan el resultado de las evaluaciones de la calidad de los proveedores de prestaciones patrimoniales de MAPFRE FAMILIAR realizados en 2009:

	Reparadores	Peritos
Ratio de servicios retrasados en devolución <sup>8</sup>	1,03%	10,72%
Vida media del servicio retrasado (días) <sup>9</sup>	1,41	14,02
Incidencias en los servicios	0,17%	n.d.

[8] Mide el porcentaje de servicios finalizados fuera del plazo establecido

[9] Mide los días desde que se ha cumplido el plazo de devolución hasta que finaliza el servicio

MAPFRE FAMILIAR ha realizado también 45.230 controles de calidad presenciales para verificar el trabajo realizado en las prestaciones patrimoniales, así como 93.373 encuestas telefónicas de satisfacción a clientes a nivel nacional, obteniéndose una valoración global de 8,85 puntos sobre 10. A continuación se resumen los principales resultados obtenidos en 2009:

	Puntuación (sobre 10)
Puntualidad	9,22
Imagen	9,16
Trato al cliente	9,23
Calidad de la reparación	9,15
Limpieza	9,17
Uniformidad	6,80

Asimismo, dentro de la campaña de calidad de proveedores de Hogar (Tourmap 2009), se ha premiado a un total de 50 proveedores, valorando aspectos como la puntualidad, la calidad del trabajo realizado, el trato al cliente, la imagen profesional, la limpieza y el orden, y la uniformidad en la utilización de la vestimenta MAPFRE.

MAPFRE FAMILIAR utiliza también diferentes indicadores para evaluar la calidad de los servicios prestados por los proveedores sanitarios y funerarios, como la

capacidad resolutoria de problemas, la actitud comercial, la disponibilidad de vehículo, la instalación de tanatorio, etc.; y está prevista la puesta en marcha de un plan integral de calidad de servicios médicos.

— En las filiales de MAPFRE en el exterior, son relevantes las evaluaciones que se llevan a cabo en Colombia, y las encuestas periódicas a proveedores que se llevan a cabo en México, Perú, Puerto Rico y Chile.

— 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 (Dirección General de Tecnologías y Procedimientos), evaluaciones periódicas (Colombia), encuestas a socios tecnológicos (México), o Informes de Cumplimiento de Acuerdos de Calidad de Servicio (Puerto Rico).