

## RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

---

### Empresa evaluada

**MAPFRE ESPAÑA, S.A.**

CIF:A28141935

Pza. del Emperador Carlos V nº:9.

50009 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

MAPFRE ESPAÑA

#### 02 - Dirección - CP - Población

Plaza Emperador Carlos V Nº 9, 50009 Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Seguros y Productos Financieros

#### 04 - Año comienzo actividad.

1933

#### 05 - Número de personas empleadas

212

#### 06 - Persona contacto

Julián Antonio Redondo Martínez. [REDONDJ@MAPFRE.COM](mailto:REDONDJ@MAPFRE.COM) 676527509

#### 07 - E-mail persona contacto

[REDONDJ@MAPFRE.COM](mailto:REDONDJ@MAPFRE.COM)

#### 08.- Página web

[WWW.MAPFRE.COM](http://WWW.MAPFRE.COM)

### GENERAL

#### Tendencias Globales

- 1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:  
Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
  - Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
  - Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
  - Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)
  - Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional,

## **educación, formación, etc)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1. Información adicional**

En lo referente a lo ECONÓMICO, MAPFRE cuenta con PLANES DE CALIDAD DE EMPLEO, para desarrollar TALENTO de las personas e incrementar su empleabilidad.

Apoyamos la empleabilidad de los jóvenes teniendo la primera experiencia profesional con nosotros y fomentamos la generación de empleo directo e indirecto, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo social. Disponemos de un plan de empleabilidad, tanto interno como externo, así como un Plan de calidad del empleo..

Con nuestro plan de empleabilidad interno nos implicamos en desarrollar al máximo las capacidades de nuestros empleados, incrementando su empleabilidad en un entorno de rápida evolución de la naturaleza y contenido de los puestos de trabajo demandados por las empresas. Con respecto a nuestro plan de empleabilidad externo, contribuimos, a reducir el alto índice de paro juvenil y por ello, trabajamos en la empleabilidad de los jóvenes llevando a cabo programas de formación práctica en nuestra empresa para que puedan tener su primera experiencia profesional con nosotros; con respecto al Plan de calidad del empleo, nuestros empleados y su bienestar son lo más importante., y para ello garantizamos el empleo de calidad focalizándonos en variables de desarrollo profesional, nuevas formas de trabajar y satisfacción del empleado.

La gestión del impacto social y ambiental está íntimamente relacionada con nuestra actividad.

Medioambiente: Nuestro compromiso con el medio ambiente se materializa en la Política de Medio Ambiente del Grupo, que constituye el marco de referencia en el que se generan, impulsan y definen nuestros principios de actuación en esta materia.

Disponemos de un modelo estratégico de gestión integrada llamado SIGMAYEc3, basado en la transparencia y mejora continua, con alcance a todas las actividades desarrolladas por el Grupo en los países donde opera y que constituye el marco común para gestionar los aspectos ambientales, energéticos, y de emisiones de gases de efecto invernadero, además de incorporar la economía circular y el capital natural.

Sociales: Fomentamos una cultura diversa e inclusiva sin barreras generacionales, culturales o por razones de género u orientación sexual. Las personas son lo que más importa. Estamos suscritos a los 10 principios del Charter de la Diversidad, una iniciativa que impulsa la Fundación Diversidad en España con el objetivo de promover la gestión de la diversidad, un instrumento de transformación cultural que favorece entornos laborales inclusivos, permite impulsar el progreso social y potenciar la competitividad económica.

Disponemos de Políticas de Diversidad e Igualdad de Oportunidades, Promoción, Selección y Movilidad y de Remuneraciones que recogen los principios de igualdad de oportunidades y no discriminación por razón de sexo, raza, edad, estado civil, discapacidad, nacionalidad, creencias o cualquier otra condición física o social, en ningún proceso de gestión de personas: selección, contratación, formación, movilidad, remuneración, evaluación.

## Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

### 2.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

#### 2.1. Información adicional

Tenemos una estrategia en todo lo relativo a: Empleo, Inclusión y Diversidad, Educación Financiera, Accesibilidad al seguro y la Cadena de Valor.

Estamos convencidos de que siendo parte de este cambio podemos construir una sociedad justa, diversa, inclusiva y que garantice a todos la igualdad de oportunidades.

Además disponemos de un programa de voluntariado corporativo, desarrollado en 28 países a través de Fundación MAPFRE, conforme a nuestro Plan General de Voluntariado, integrado en las estrategias de recursos humanos y de sostenibilidad y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En cuanto a nuestros Retos ambientales tenemos nuestra estrategia medioambiental nuestra actividad está muy relacionada con la gestión del impacto social y medioambiental

### 3.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

#### 3.1. Información adicional.

Nuestra inversión es socialmente responsable (ISR) para ayudar a construir un mundo mucho más sostenible.

En 2017 nos adherimos a los Principios de Inversión Socialmente Responsable (PRI) de Naciones Unidas, por lo que desarrollamos nuevos productos de inversión para nuestros clientes que cumplen con estos principios y criterios ESG.

Este curso de acción coexiste con nuestro objetivo y obligación de proteger los ahorros e inversiones de nuestros clientes. Para ello, aplicamos criterios de inversión prudentes y buscamos la creación de valor a largo plazo.

Integración de los aspectos ESG en los procesos de inversión

Asumimos una serie de compromisos públicos en materia de inversión alineados con nuestro plan de sostenibilidad 2022-2024.

Nuestros compromisos públicos

Hemos reforzado y modificado nuestros compromisos para contribuir, a la transición hacia una economía baja en carbono.

Incorporamos la Agenda 2030

Estudiamos, junto con la Universidad de Siena (Italia), el impacto de las carteras de los fondos de inversión en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los resultados de esta investigación ya se aplican a los fondos de inversión responsable.

Marco de inversión responsable

Revisamos de forma periódica nuestro marco de inversión responsable. En la actualidad,

cerca del 90 % de los activos en nuestra cartera cuentan con valoraciones altas o muy altas en sus mediciones ESG.

#### **Inversión sostenible en infraestructuras y renovables**

Hemos firmado alianzas estratégicas para el lanzamiento de fondos de inversión en activos alternativos como energías renovables, inmuebles e infraestructuras, que tienen en cuenta criterios ESG.

#### **Nuestro compromiso con la descarbonización**

Dentro de nuestro compromiso con la descarbonización, como miembro de la Alianza de Propietarios de Activos Neto Cero (NZAOA, por sus siglas en inglés), y con el fin de limitar el aumento global de la temperatura a 1,5°C, hemos establecido objetivos intermedios de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero de nuestra cartera de inversión a 2030, en el camino hacia el cumplimiento de nuestro compromiso ser una compañía cero emisiones netas en 2050.

Estos objetivos intermedios basados en el Protocolo de Fijación de Objetivos de la Alianza implican un calentamiento máximo de 1,5°C por encima de los niveles preindustriales, el objetivo más ambicioso definido en el Acuerdo de París.

Hemos continuado desplegando nuestra estrategia de Sostenibilidad, con un cumplimiento de prácticamente del 100% de nuestras metas para el ejercicio, destacando, como es bien conocido, un amplio grado de avance en una de nuestras principales señas de identidad, el compromiso social.

Somos una empresa con un propósito diferencial, que tiene una mirada puesta continua en las personas y su entorno, con nuestro empeño constante en desarrollar una huella positiva ante los retos globales que afronta la humanidad. En resumen, cuidamos de lo que importa a nuestros clientes, a nuestros empleados, a nuestros mediadores y colaboradores, a nuestros accionistas y, en definitiva, cuidamos de todo lo que le importa y afecta a nuestra sociedad.

#### **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

**4.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### **4.1. Información adicional**

##### **Talento**

Somos una empresa socialmente responsable, diversa e inclusiva. Contamos con el mejor talento para atender a nuestros clientes y desarrollar el negocio. Somos un equipo de personas comprometidas y con talento, con un modelo de gestión en el que promovemos el desarrollo profesional, la gestión y adquisición del conocimiento y la solidaridad.

En nuestro entorno de trabajo, lleno de oportunidades y retos apasionantes, las personas son el centro y son ellas las que deciden su desarrollo profesional.

Trabajamos con un plan estratégico basado en tres pilares: el desarrollo del talento, la diversidad, y la transformación y la organización. Además anualmente elaboramos un

informe de personas y organización.

Además nuestros empleados disponen de un marco para un Comportamiento ético y gestión de riesgos

La protección de los derechos humanos se encuentra vinculada a la normativa interna aprobada al más alto nivel de la organización y, de forma expresa, se contiene en los Principios Institucionales, Organizativos y Empresariales de MAPFRE, en el Código Ético y de Conducta y en la Política de Sostenibilidad. Además, contamos con un marco específico de protección que es la Política Corporativa de Derechos Humanos, aprobada por el Consejo de Administración y de aplicación para todo el Grupo y en su relación con terceros. Esta se encuentra reforzada a través de los compromisos adquiridos por MAPFRE por su adhesión a distintos principios e iniciativas de Naciones Unidas.

#### Canales de denuncia

Ponemos a disposición canales específicos para que cualquier persona de la compañía pueda comunicar situaciones de irregularidad, asegurando siempre la máxima confidencialidad.

#### Tenemos un Modelo de gestión sostenible de proveedores

Este modelo tiene la ambición de consolidar y, sobre todo, orientar todas aquellas actuaciones que se llevan a cabo con proveedores para garantizar que estén alineadas con nuestro enfoque de sostenibilidad.

El modelo engloba y contempla normas de conducta, cláusulas ESG, sistema de homologación en sostenibilidad y auditorías, así como sistemas de mejora continua.

Una de las líneas de trabajo incluidas en el Plan Corporativo de Huella Ambiental a 2030 es el desarrollo de las compras sostenibles. Bajo el concepto de ?compra verde? tenemos como objetivo desplegar un modelo de adquisición de productos y servicios, en cuya valoración se incluyan aspectos ambientales que aseguren el mínimo impacto ambiental durante su ciclo de vida.

Para lograrlo, se ha definido el desarrollo e implantación de diversas líneas de actuación dentro de los procesos de licitación que, considerando los criterios técnicos y económicos, tienen como fin último la valoración del comportamiento ambiental de los bienes y servicios que contratamos.

#### 5.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

##### 5.1. Información adicional

Somos conscientes de la importancia de dar respuesta a las expectativas de todos nuestros grupos de interés con los que hemos asumido compromisos y con los que interactuamos a través de numerosos canales de relación. Por eso, estamos orientados a la creación y distribución de valor para todos ellos a través del desarrollo del propio negocio y nuestra acción social

.Nuestros empleados

Cuidamos una cultura de respeto, comportamientos favorables y abiertos a la diversidad;

espacios libres de acoso y comportamientos violentos u ofensivos hacia los derechos y dignidad de las personas.

Garantizamos el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades y promovemos unas condiciones retributivas que garanticen un salario digno.

Nuestros clientes:

Prestamos asesoramiento honesto e información completa sobre las características y cualidades de nuestros productos y servicios, previa a la contratación.

Mantenemos la debida confidencialidad en el tratamiento de sus datos.

Innovamos de forma permanente en productos y en servicios accesibles y de valor añadido, facilitando y fomentando el acceso al seguro.

Mejoramos constantemente la experiencia del cliente y su satisfacción, pilares básicos que marcan la transformación de todos los procesos de negocio.

Nuestros proveedores

Adoptamos prácticas responsables que generen valor mutuo.

Garantizamos que la cadena de valor cumpla con nuestros principios y valores y con el Código Ético y de Conducta.

Nuestros accionistas

Dentro del plan ?MAPFRE ACCIONISTAS. Un Valor Único? tenemos el compromiso para fortalecer la relación con este grupo de interés. Por eso, además del dividendo y la comunicación permanente, impulsamos el programa de fidelización ?Club MAPFRE Accionista?.

Distribuidores, mediadores y colaboradores

Mantenemos un diálogo permanente a través de las estructuras comerciales y plataformas específicas creadas a tal efecto.

Procuramos unos procesos de selección y remuneración que permitan valorar las habilidades y competencias profesionales, así como otros aspectos de interés para asegurar la calidad del servicio que prestan.

Implantamos un modelo de formación adaptado a las necesidades de cada distribuidor, teniendo especial atención en la capacitación orientada al cumplimiento de la estrategia y valores de MAPFRE y la Política de RSC.

ión con

Organismos reguladores y supervisores

Desarrollamos nuestras actividades empresariales con pleno respeto a la normativa vigente. Nuestras relaciones con los organismos reguladores, las autoridades y las Administraciones Públicas están regidas por los principios de legalidad, confianza, profesionalidad y buena fe, en todos los países en los que opera, manteniéndose siempre neutral con respecto a las distintas opciones políticas.

## **Gobierno de la organización**

### **6.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?**

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

#### **6.1.. Información adicional.**

### Comportamiento ético y gestión de riesgos

La protección de los derechos humanos se encuentra vinculada a la normativa interna aprobada al más alto nivel de la organización y, de forma expresa, se contiene en los Principios Institucionales, Organizativos y Empresariales de MAPFRE, en el Código Ético y de Conducta y en la Política de Sostenibilidad. Además, contamos con un marco específico de protección que es la Política Corporativa de Derechos Humanos, aprobada por el Consejo de Administración y de aplicación para todo el Grupo y en su relación con terceros. Esta se encuentra reforzada a través de los compromisos adquiridos por MAPFRE por su adhesión a distintos principios e iniciativas de Naciones Unidas.

#### Código ético y de conducta

Con nuestro código ético establecemos unos principios orientadores y normas reguladoras del comportamiento de la compañía, así como de la actividad profesional de las personas que la integran.

#### Derechos Humanos

Con nuestra política de Derechos Humanos nos acogemos a los más altos estándares internacionales, con el objeto de que estos sean respetados escrupulosamente en el seno de nuestra organización.

#### Marco anticorrupción

Somos firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas, y asumimos el compromiso firme de evitar el soborno, la extorsión y otras formas de corrupción, así como de desarrollar políticas y programas concretos que aborden específicamente el tema.

#### Gestión de riesgos ESG

Integramos en los procesos de toma de decisiones las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza ESG, así como en los de suscripción de las operaciones de seguros.

#### Datos y privacidad

Garantizamos la privacidad y la adecuada protección de los datos de carácter personal, entendiendo estos aspectos como elementos esenciales que deben perseguirse de manera proactiva.

#### Ciberseguridad

A través de la dirección corporativa de Seguridad, contamos con capacidades avanzadas destinadas a aumentar la resiliencia operativa digital de la compañía.

### **7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?**

Sí, existen canales de denuncia, confidenciales de aplicación a todos los empleados

#### **7.1. Información adicional**

Ponemos a disposición canales específicos para que cualquier persona de la compañía pueda comunicar situaciones de irregularidad, asegurando siempre la máxima confidencialidad.

Tenemos establecidos tres canales:

Canales de denuncias financieras y contables

Permite a los empleados comunicar al Comité de Auditoría y Cumplimiento de MAPFRE S.A., de forma confidencial, las irregularidades financieras y contables de potencial

trascendencia que adviertan en el seno de la empresa.

#### Consultas y denuncias éticas

El Código Ético establece tres vías de comunicación: Internet, accesible para empleados y proveedores, disponible en español, en inglés, portugués y turco; correo postal; y correo electrónico. Las denuncias y consultas se reciben directamente por el secretario del Comité de Ética, garantizando su confidencialidad.

**Sistema Interno de Denuncias de determinadas infracciones del Derecho de la Unión Europea o del Derecho Nacional de los Estados Miembros**

Permite a los empleados de MAPFRE, S.A. y sus sociedades filiales y dependientes con sede en la Unión Europea, así como a cualesquiera otras personas que establezca la normativa aplicable, comunicar de forma confidencial, y opcionalmente de forma anónima, las infracciones que adviertan en el seno de dichas sociedades, de acuerdo con lo establecido en su normativa de funcionamiento (ver Política Corporativa del Grupo MAPFRE del Sistema Interno de Denuncias de determinadas infracciones del Derecho de la Unión Europea o del Derecho nacional de los Estados Miembros).

### **8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?**

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

#### **8.1 Información adicional**

##### Nuestro propósito

Estamos a tu lado, acompañándote para que avances con tranquilidad, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más sostenible y solidaria. Cuidamos lo que te importa

##### Y ¿sabes por qué?

Porque nuestra razón de ser es trabajar cada día dando lo mejor de nosotros mismos, estando siempre cerca de nuestros clientes. Preparados para apoyarles y ofrecer lo que necesitan hoy y lo que está por venir mañana. Tal y como venimos haciendo desde hace muchos años. Porque, en un mundo incierto, nos define la capacidad de más de 250.000 empleados, colaboradores y proveedores prestando el mejor servicio, innovando, adaptándonos a las necesidades de los clientes y estando ahí cuando nos necesitan

Porque para nosotros, la confianza es la base de la relación con nuestros clientes y el resto de grupos de interés. En MAPFRE, queremos aportar a las personas confianza para que tengan seguridad, fuerza y capacidad para cumplir sus metas y sus objetivos. Nosotros estaremos a su lado, aportando la tranquilidad necesaria para que ningún imprevisto nos pueda detener. Ponemos todo nuestro conocimiento, experiencia, innovación y capacidad al servicio de nuestros clientes, para que puedan avanzar y disfrutar al máximo a lo largo de su vida.

Además, nuestra forma de hacer las cosas es distinta. Nuestros valores y nuestro compromiso se traducen en una preocupación permanente por el desarrollo de las comunidades donde operamos, el sentido último de nuestra empresa es generar un valor

compartido con la sociedad. En definitiva, realizar nuestra actividad desde el compromiso con nuestro entorno y con las personas, con visión de largo plazo, trabajando por y para la mejora de la sociedad en su conjunto. No podemos entender nuestra actividad empresarial sin trabajar en paralelo por un mundo más sostenible y solidario.

Siempre con nuestra visión y nuestros valores:  
La visión define dónde queremos llegar y qué queremos ser para ti.

Los valores guían nuestra actuación y  
son los pilares sobre los que se asienta la identidad de nuestra empresa.

**9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?**

Existe un manual de riesgos penales con sus procedimientos, con un canal de comunicación adecuado, que se audita periódicamente para mantener su vigencia

#### **9.1. Información adicional**

Toda la información al respecto está en el portal corporativo del empleado MAPFRE

#### **Plan de Responsabilidad Social**

**10.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?**

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

#### **10.1. Información adicional.**

En MAPFRE estamos comprometidos con el respeto y la protección de los derechos humanos, trabajamos para impulsar y fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y respetuoso, en el que se valore el talento de las personas, sin importar su identidad, expresión de género u orientación sexual.

Estamos adheridos a las Normas de Conducta para Empresas de Naciones Unidas en materia LGBTI.

Estas normas se fundamentan en los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos y en el Pacto Mundial. El compromiso con los derechos humanos está recogido en los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de MAPFRE y, de forma expresa, en el Código Ético y de Conducta y en la Política de Responsabilidad Social Corporativa actual.

Además, MAPFRE en España está adherida a la Red Empresarial por la Diversidad y la Inclusión

**11.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?**

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ....

### **11.1. Información adicional.**

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

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

Los compromisos internacionales que MAPFRE asume, bien por adhesión a iniciativas de Naciones Unidas como Global Compact, UNEPFFI, a los Principios para la Sostenibilidad del Seguro, o bien por compromiso público como el respeto a los Derechos Humanos reconocidos en la Declaración Universal y la aplicación de las Convenciones Internacionales de la OIT, determinan el marco de actuación que debemos seguir en el desarrollo de nuestra actividad.

Además, para cumplir con nuestros compromisos y con nuestros objetivos empresariales, de forma sostenible, MAPFRE necesita la implicación de sus grupos de interés (o stakeholders) especialmente la de los definidos en su misión.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

#### **12.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

### **12.1. Información adicional**

Disponemos de diferentes canales para conocer el grado de satisfacción de los clientes recogidos en el punto siguiente

#### **13.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?**

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

### **13.1. Información adicional**

Mapfre dispone de un espacio llamado "La voz del Cliente", espacio desde donde comunicamos, en abierto, las iniciativas de mejora que MAPFRE viene poniendo en marcha a partir de lo que nos trasladan los clientes por los diferentes canales de escucha activa que tenemos enfocados en recoger la Voz de Cliente.

El objetivo de este espacio es visibilizar y dar valor a las principales mejoras que hemos aplicado a partir de haber escuchado al cliente, junto con otras tantas, que se identifican a

partir del amplio conocimiento de los equipos de gestión. Dando a nuestros procesos un valor humano que ponga de relevancia la preocupación de MAPFRE por mejorar el servicio que prestamos al cliente.

No vendemos cambios de macroprocesos sino más bien de aquellos aspectos que aun siendo pequeños detalles impactan de forma importante en la experiencia que

Desde el Área de Clientes seguimos trabajando en ayudarlos a conseguir vuestros objetivos de negocio y entre muchas otras, Medallia es vuestra herramienta para conocer más y mejor a vuestros clientes y gestionar su experiencia.

También disponemos de MEDALLIA como herramienta interna donde se recogen funcionalidades, como por ejemplo la simplificación de las alertas que se generan desde el Programa la Voz del Cliente, a partir de las encuestas de Experiencia de Cliente, agrupando todas las acciones en 3 únicas, en función a la Oportunidad de Contacto levantada a partir del NPS y/o comentario del cliente: Retención, Oportunidad de Negocio e Interés en Contratar.

Por último [www.mapfrestories.com](http://www.mapfrestories.com)

?Son las Historias de nuestros clientes las que marcan la Historia de MAPFRE?

## **Innovación en los productos y servicios**

### **14.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?**

Se planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

#### **14.1. Información adicional.**

En MAPFRE, la integración de los riesgos ESG, junto con los riesgos tradicionales de la actividad aseguradora, la realizamos de forma alineada con los procesos de gestión y control que tenemos establecidos.

Trabajamos en el diseño de soluciones sostenibles para los clientes, analizando tendencias, riesgos y oportunidades del mercado, avanzando hacia nuevos modelos de negocio.

En 2012 nos adherimos a los Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI) promovidos por la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente UNEPFI comprometiéndonos a integrar en nuestros procesos de toma de decisiones las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en los procesos de suscripción de las operaciones de seguros.

Utilizamos diferentes sistemas de análisis y evaluación de riesgos complementarios que permiten integrar estos riesgos.

Lanzados en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible de 2012, los Principios de UNEP FI para los Seguros Sostenibles (PSI) sirven como un marco global para que la industria de seguros aborde los riesgos y oportunidades ambientales, sociales y de gobernanza. La iniciativa PSI es la mayor iniciativa de colaboración entre las Naciones Unidas y el sector de los seguros.

El trabajo pionero de la iniciativa de la ISP incluye el Mecanismo de Seguros Sostenibles

del Grupo de Ministros de Finanzas de los Veinte Vulnerables (V20), recursos sobre seguros con cero emisiones netas, investigación sobre seguros positivos para la naturaleza, desarrollo de guías ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) para aseguradoras, así como el trabajo de apoyo a la implementación de las recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras relacionadas con el Clima (TCFD) y pertinente para los marcos emergentes, como el Grupo de Trabajo sobre Divulgación de Información Financiera relacionada con la Naturaleza (TNFD).

### ¿Qué es un Seguro Sostenible?

Los seguros sostenibles son un enfoque estratégico en el que todas las actividades de la cadena de valor de los seguros, incluidas las interacciones con las partes interesadas, se realizan de forma responsable y con visión de futuro, identificando, evaluando, gestionando y supervisando los riesgos y oportunidades asociados a cuestiones medioambientales, sociales y de gobernanza. Los seguros sostenibles tienen como objetivo reducir el riesgo, desarrollar soluciones innovadoras, mejorar el rendimiento empresarial y contribuir a la sostenibilidad ambiental, social y económica.

### Nuestros Productos Sostenibles

Nuestros productos inciden en :

#### Productos y servicios sociales

Productos aseguradores o servicios dirigidos a cubrir de manera específica las necesidades básicas de la población, productos o servicios relacionados con la protección de la vida, la salud y educación en comunidades desfavorecidas y/o colectivos de bajos ingresos (salarios mínimos o menos), así como aspectos relacionados con la protección de los derechos humanos, la no discriminación, la inclusión y la diversidad.

#### Productos y servicios Medioambientales

Aquellos productos aseguradores o servicios dirigidos a adaptar y/o mitigar de manera específica un riesgo u oportunidad medioambiental y/o relacionado con el cambio climático.

#### Productos y servicios de buen gobierno

Productos dirigidos a proteger los negocios de una de las principales vulnerabilidades actuales: los ciberataques

### Calidad de los productos y servicios

#### 15.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

##### 15.1. Información adicional.

En la junta de accionistas así como en la página de la compañía se informa de la eficiencia de los productos aseguradores.

## 16.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

### 16.1. Información adicional.

Disponemos de diferentes canales para medir el servicio postventa.

1º Equipos de supervisores de los trabajos realizados por nuestros proveedores

2º Área de clientes e MAPFRE

3º Canal La voz del cliente

## Transparencia informativa sobre el producto o servicio

## 17.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

### 17.1. Información adicional.

En nuestros diferentes portales y APP aparecen detallados nuestros como WWW.MAPFRE.ES, WWW.MAPFRESALUD.ES WWW.MAPFRE AFIN y en el área de clientes

## PERSONAS EMPLEADAS

### Satisfacción de las personas empleadas

## 18.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

### 18.1. Información adicional

En MAPFRE, disponemos del espacio personas, en el que se recogen diferentes apartados que pueden interesar a los empleados, tales como: la estrategia de RRHH, experiencia empleado, retribución y reconocimiento, movilidad, espacio de convenio, experiencia senior. Además se envían periódicamente diferentes cuestionarios de satisfacción

## Igualdad de oportunidades y no discriminación

## 19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultural)?

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

## 19.1. Información adicional

La política de Diversidad e Igualdad de Oportunidades de MAPFRE se basa en el respeto a la individualidad de las personas, en el reconocimiento de su heterogeneidad, y en la eliminación de cualquier conducta excluyente y discriminatoria. Valorar la diversidad ayuda a enfatizar el hecho de ser consciente de las diferencias humanas, comprenderlas y apreciarlas.

Esta política recoge los principios generales de actuación del Grupo en esta materia, que son los siguientes:

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

Para ello, MAPFRE se compromete a:

- a. Desarrollar el principio de igualdad de oportunidades, estableciendo las medidas y acciones que sean necesarias para alcanzar la igualdad real de trato y de oportunidades entre todos los profesionales y evitar situaciones de discriminación tanto directa como indirecta en todos los niveles de la organización. El respeto por la diversidad y el principio de igualdad de oportunidades deben estar presentes en los procesos de gestión de personas, tales como: acceso al empleo, promoción y desarrollo profesional, retribución, formación, evaluación del desempeño y comunicación.
- b. Establecer planes de actuación que promuevan la igualdad efectiva de sexos, garantizando su desarrollo profesional en igualdad de oportunidades.
- c. Crear planes de integración para otros colectivos específicos, especialmente el de personas con discapacidad.
- d. Fomentar entre los profesionales el conocimiento de las diferentes culturas y formas de hacer las cosas de los países donde la empresa desarrolla su actividad.
- e. Impulsar la movilidad geográfica y el aprendizaje de idiomas de sus profesionales para incrementar su multiculturalidad.
- f. Facilitar la colaboración de personas de diversas generaciones para todos puedan aportar y enriquecer el trabajo con sus diferentes perspectivas.
- g. Comprometer con la diversidad a toda la organización, tanto a las relaciones entre los empleados independientemente de su posición en la empresa, como a las relaciones de los empleados con clientes, proveedores, colaboradores y demás grupos de interés.
- h. Informar a toda la plantilla sobre la política de diversidad y su compromiso con esta materia.

MAPFRE insta a la Dirección y a las demás personas responsables de gestionar equipos a aplicar estos principios, a ser un ejemplo para éstos en materia de respeto a la diversidad e igualdad de oportunidades y trato y a emprender las acciones necesarias para garantizar su cumplimiento.

Asimismo insta a toda la plantilla a observar estos principios de actuación, y a velar por que todas las personas sean tratadas con respeto y dignidad.

### **Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

#### **20.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?**

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

#### **20.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de corresponsabilidad y conciliación personal, familiar y laboral, especificarlas.**

##### **Trabajo flexible y conciliación**

###### **Contamos con la certificación EFR**

MAPFRE considera que la conciliación de la vida laboral y la personal/familiar es una cuestión de CONFIANZA y COMPROMISO.

###### **Modelo híbrido de trabajo en remoto**

Este modelo establece una bolsa de horas (con la jornada anual actual son 124 horas) trimestrales de trabajo en remoto con carácter voluntario.

###### **Medidas de conciliación**

Para cuidar del empleado, nuestra organización facilita el equilibrio entre su vida laboral y personal con el objetivo de incrementar su satisfacción y el compromiso con la empresa. Son por tanto un compromiso bidireccional.

###### **Desconexión digital**

En el marco de la transformación digital, MAPFRE ha avanzado hacia modelos de organización del trabajo más flexibles que favorecen el equilibrio de la vida laboral y personal.

MAPFRE considera que la conciliación de la vida laboral y la personal/familiar es una cuestión de CONFIANZA y COMPROMISO.

###### **Modelo híbrido de trabajo en remoto**

Este modelo establece una bolsa de horas (con la jornada anual actual son 124 horas) trimestrales de trabajo en remoto con carácter voluntario.

###### **Medidas de conciliación**

Para cuidar del empleado, nuestra organización facilita el equilibrio entre su vida laboral y personal con el objetivo de incrementar su satisfacción y el compromiso con la empresa. Son por tanto un compromiso bidireccional.

### Desconexión digital

En el marco de la transformación digital, MAPFRE ha avanzado hacia modelos de organización del trabajo más flexibles que favorecen el equilibrio de la vida laboral y personal.

## Formación y desarrollo profesional

### 21.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

#### 21.1. Información adicional.

Para MAPFRE, las personas somos el centro de la compañía y, por ello, una de sus prioridades estratégicas es desarrollar nuestro potencial. Lograr este objetivo no es una tarea exclusiva de la empresa, sino que es responsabilidad de cada uno de nosotros. Somos los protagonistas de hacer crecer nuestro talento.

MAPFRE nos acompaña en el proceso de desarrollo poniendo a nuestra disposición diversas herramientas para que podamos incrementar y compartir conocimientos, optar a vacantes de movilidad, reflexionar sobre el desempeño, así como propiciar, valorar y reconocer el mérito de las ideas innovadoras, para continuar creciendo.

#### Estrategia de aprendizaje

Define como alineamos el proceso de aprendizaje con la estrategia de la empresa, porque los planes de formación deben centrarse en aportar los conocimientos que se necesitan para alcanzar los objetivos de la compañía y en impulsar el crecimiento de las personas y su empleabilidad.

El objetivo de MAPFRE es que la formación vaya de la mano con las necesidades estratégicas del negocio y que las personas tengamos una excelente experiencia de aprendizaje, ofreciendo contenidos personalizados en base a nuestras necesidades, funciones e intereses, con contenidos visuales y digitales de alto impacto, que garanticen la adquisición de conocimiento o desarrollo de habilidades y su aplicación práctica a nuestro puesto de trabajo.

#### Herramientas para el desarrollo profesional

##### Autoaprendizaje

A través del campus virtual de la Universidad Corporativa MAPFRE nos ofrece un amplio catálogo de autoaprendizaje para que, según las inquietudes, intereses y necesidades, el empleado se continua formando en los conocimientos, herramientas y habilidades que nuestra empresa demanda a sus profesionales para cumplir con los objetivos marcados e impulsar tu crecimiento.

En este catálogo podremos encontrar contenidos técnicos y comerciales de distintas

funciones y contenidos transversales sobre habilidades, cultura y políticas globales para que puedas trazar tu propia ruta de aprendizaje.

#### Modelo global de formación

##### Garantiza la formación

Este Modelo garantiza la formación necesaria de todos los empleados y constituye la base de la Universidad Corporativa MAPFRE.

Establece que todas las acciones de aprendizaje a nivel global se despliegan desde la Universidad Corporativa a través de sus 16 Escuelas, 10 Aulas de Conocimiento y un InnoLAB.

##### Escuelas y aulas

###### Escuela de Recursos Humanos

Es el espacio de aprendizaje para el equipo de esta área, aunque todos los empleados pueden acceder a sus contenidos. Ofrece un programa modular que trabaja todas las funciones de esta área.

###### Escuela de Clientes y Desarrollo Comercial

Sus objetivos son: proporcionar formación focalizada en el cliente y en el Modelo MAPFRE de Desarrollo Comercial, potenciar nuestra Red Comercial, ayudando a los equipos comerciales, delegados, agentes y colaboradores a incrementar las ventas, de forma eficiente, y ampliar nuestros canales de distribución.

###### Escuela de Operaciones

Tiene por objeto dotar a los empleados de los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a MAPFRE a un estado de Excelencia Operativa, basada en el adecuado balance entre la eficiencia operativa y la experiencia del cliente, sin olvidar el soporte imprescindible para las capacidades requeridas en la Transformación Digital, tanto en la relación con el cliente, como en la ejecución de tareas y procesos internos.

###### Escuela de Finanzas

Esta Escuela aporta a los empleados de las áreas financieras los conocimientos necesarios para una adecuada gestión financiera y de riesgos, que es fundamental en el crecimiento de MAPFRE y ante el nuevo marco contable al que tiene que adecuarse la entidad para 2021.

###### Escuela Actuarial

Tiene por objetivo dotar a los equipos de actuarios de la formación e información adecuadas para el óptimo desempeño de esta función, que es esencial para nuestro negocio.

###### Escuela de Auditoría

Su objetivo es aportar a todos los profesionales de las áreas de auditoría de MAPFRE en el mundo, los conocimientos necesarios para el desarrollo de la función de auditoría interna, así como compartir las herramientas de gestión establecidas y las mejores prácticas.

###### Escuela de Tecnología y Procesos

Proporciona a los profesionales de Tecnología y Procesos los conocimientos necesarios

para afrontar todos los retos que nos plantea la globalización: estandarización de Herramientas y Procesos, Modelo Gobierno y Transformación Digital.

#### **Escuela de Estrategia y M&A**

Su finalidad es dar a conocer la estrategia y objetivos de MAPFRE y fomentar el alineamiento estratégico de las entidades y empleados, para hacer posible la consecución de los objetivos y metas de la entidad.

#### **Escuela de Reaseguro**

Su objetivo es proporcionar conocimientos especializados sobre el reaseguro a los profesionales de MAPFRE RE y a otros colectivos de la entidad que lo necesiten.

#### **Escuela de Liderazgo**

Su fin es aportar a nuestro primer nivel directivo en todo el mundo los conocimientos, las tendencias de gestión empresarial y las habilidades necesarias potenciando la visión estratégica, el liderazgo y la dirección y desarrollo de personas.

#### **Escuela de Desarrollo Profesional**

Destinada a impulsar el desarrollo profesional de todos aquellos empleados (técnicos, pre-directivos y directivos) que son talento estratégico para la organización y, habiendo sido identificados a través de un procedimiento objetivo y riguroso, acceden a un programa de desarrollo de larga duración. Dicho programa les aporta los conocimientos y técnicas de gestión empresarial y las habilidades necesarias para crecer profesionalmente y liderar equipos.

#### **Escuela de Cultura y Políticas Globales**

Su objetivo es proporcionar información transversal a todos los empleados sobre la cultura MAPFRE, las políticas globales de empresa y los programas de bienvenida.

#### **Escuela de Idiomas**

Canaliza el acceso de los empleados al conocimiento de idiomas, como vehículo de vital importancia para la comunicación entre todos los profesionales de MAPFRE en el mundo, siendo prioritaria la formación en los tres idiomas corporativos de MAPFRE: español, inglés y portugués.

Recientemente ha renovado su Biblioteca de Idiomas para mejorar la experiencia de aprendizaje en los idiomas corporativos inglés y español.

#### **Escuela de Habilidades**

Su propósito es facilitar a los empleados el desarrollo de habilidades intrapersonales, interpersonales y/o directivas y las competencias que les permitan mejorar su desempeño.

#### **Escuela de Recursos Humanos**

Es el espacio de aprendizaje para el equipo de esta área, aunque todos los empleados pueden acceder a sus contenidos. Ofrece un programa modular que trabaja todas las funciones de esta área.

#### **Programa global de RRHH**

## Presentación de la escuela

### Escuela de Clientes y Desarrollo Comercial

Sus objetivos son: proporcionar formación focalizada en el cliente y en el Modelo MAPFRE de Desarrollo Comercial, potenciar nuestra Red Comercial, ayudando a los equipos comerciales, delegados, agentes y colaboradores a incrementar las ventas, de forma eficiente, y ampliar nuestros canales de distribución.

### Aula del Dato

Este Aula está abierta para todos los empleados del mundo dado que todos somos importantes en la gestión del dato y, por tanto, debemos ser sensibles y conocer la cultura del dato en nuestra empresa. Esta aula te propone contenidos relacionados con: la Calidad del dato, Analítica avanzada y Gobierno del dato.

### Aula de Negocio Digital

Ayudar a todos los profesionales del negocio digital proporcionándoles los conocimientos y las habilidades necesarias, con un proceso de actualización constante.

## **22.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

### **22.1. Información adicional**

En la Evaluación de desempeño, MAPFRE te ofrece un modelo ágil y sencillo que te va a ayudar a ser protagonista de tu desarrollo.

Es un proceso de evaluación y desarrollo que pone el foco en la consecución de objetivos y en la adopción de los nuevos comportamientos de MAPFRE: Colabora, Innova, Agiliza, Respeta y Comunica, estos dos últimos en el caso de los empleados que gestionan equipos.

#### Objetivos de la evaluación en MAPFRE:

Impactar en la productividad mediante la definición y seguimiento de actividades clave que contribuyan al logro de los objetivos

Impulsar la adopción de los nuevos comportamientos de MAPFRE mediante el feed back continuo y una evaluación 360

Generar más espacios de conversación enfocados a valorar esfuerzos, reconocer logros y orientar el trabajo que realizamos.

Identificar alto y bajo potencial a través de una valoración global más objetiva

#### ¿Cómo es nuestro modelo de evaluación?

Es un modelo en cuatro pasos:

1. CONSTRUYE tu propia ruta para lograr tus objetivos
2. HABLA: durante todo el año mantendrás una conversación continua con tu responsable, orientado a tus objetivos y a la adopción de los comportamientos.
3. COMPARTE: incorporaremos otros puntos de vista con una evaluación 360 basada en comportamientos, recibiendo feed back de distintos interlocutores para ayudar al empleado a crecer
4. VALORA: obtendrás una valoración global mucho más objetiva

Este modelo se realiza a través SuccessFactors, en un nuevo módulo en el que navegarás de una manera muy sencilla.

## **Seguridad y Salud**

### **23.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

#### **23.1. Información adicional.**

El equipo de Salud y Bienestar de MAPFRE en todo el mundo trabaja en la promoción de la salud en un sentido amplio, concibiendo la empresa como un importante agente promotor de la salud. Para ello, utiliza un modelo de Empresa saludable?, creado de acuerdo con las actuales directrices a nivel internacional, en el que se identifican y trabajan los factores de riesgo que, a nivel estadístico, causan la mayor parte de las muertes, enfermedades y sufrimiento en el mundo, para procurar rebajar su incidencia entre los empleados de nuestra entidad.

Para lograrlo, nos apoyamos, principalmente, en nuestra propia Política de Salud y Bienestar y de Prevención de Riesgos Laborales, que protege y promueve un ambiente de trabajo saludable y mejora la salud de las personas que trabajan en la empresa.

Mediante la realización de campañas de salud, MAPFRE contribuye a la Agenda 2030 e impactamos, directamente, en uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible prioritarios para MAPFRE: ODS 3 "Salud y Bienestar".

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

#### **24.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?**

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma

periódica.

#### **24.1. Información adicional**

Una de las líneas de trabajo incluidas en el Plan Corporativo de Huella Ambiental a 2030 es el desarrollo de las compras sostenibles. Bajo el concepto de ?compra verde? tenemos como objetivo desplegar un modelo de adquisición de productos y servicios, en cuya valoración se incluyan aspectos ambientales que aseguren el mínimo impacto ambiental durante su ciclo de vida.

Para lograrlo, se ha definido el desarrollo e implantación de diversas líneas de actuación dentro de los procesos de licitación que, considerando los criterios técnicos y económicos, tienen como fin último la valoración del comportamiento ambiental de los bienes y servicios que contratamos.

Nuestros objetivos 2030

Desplegar el modelo de ?compra verde? a todo el Grupo

Incorporación de nuevos criterios de compra verde

Clasificación ambiental de proveedores estratégicos

Priorizar proveedores con mejor desempeño ambiental

#### **Clasificación y evaluación de proveedores**

#### **25.-¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?**

Los criterios de clasificación y evaluación de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

#### **25.1. Información adicional**

respondido en el punto anterior

#### **Homologación de proveedores**

#### **26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?**

Existe un sistema de homologación transparente con requisitos de Responsabilidad Social Corporativa que se revisa periódicamente y se mejoran los requisitos establecidos

#### **26.1. Información adicional**

Respondido en el punto 26

#### **Interacción con los proveedores**

#### **27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?**

Se realizan de forma sistemática encuestas para conocer su opinión y se incorporan acciones de mejora

## **27.1. Información adicional**

### **Modelo de gestión sostenible de proveedores**

Este modelo tiene la ambición de consolidar y, sobre todo, orientar todas aquellas actuaciones que se llevan a cabo con proveedores para garantizar que estén alineadas con nuestro enfoque de sostenibilidad.

El modelo engloba y contempla normas de conducta, cláusulas ESG, sistema de homologación en sostenibilidad y auditorías, así como sistemas de mejora continua.

### **Proveedores sostenibles**

### **Modelo global de compras de proveedores de soporte**

La estrategia de compras se define de forma centralizada y es ejecutada de forma descentralizada por los países a través de sus grupos de compra con autonomía para contratar.

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

#### **28.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

#### **28.1. Información adicional.**

Estamos convencidos de que siendo parte de este cambio podemos construir una sociedad justa, diversa, inclusiva y que garantice a todos la igualdad de oportunidades.

Tenemos un programa de voluntariado corporativo, desarrollado en 28 países a través de Fundación MAPFRE, conforme a nuestro Plan General de Voluntariado, integrado en las estrategias de recursos humanos y de sostenibilidad y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Las personas que dedican su tiempo y esfuerzo al voluntariado tienen una profunda vocación por ayudar a los demás. Son personas con un gran corazón y empatía, que se preocupan por aquellos que más lo necesitan.

En Fundación MAPFRE, compartimos este espíritu solidario y queremos hacer todo lo posible para poner el talento de nuestros voluntarios al servicio de aquellos que más lo necesitan, aunando esfuerzos y recursos para promover su solidaridad de manera que éstos tengan oportunidades a su alcance para aportar su tiempo, esfuerzo y dedicación, trasladando a la sociedad la idea de que cuando se ayuda a las personas, se recibe mucho más de lo que se da.

Es por esto por lo que desarrollamos el Programa de Voluntariado Corporativo de Fundación MAPFRE, una iniciativa dirigida a empresas socialmente responsables y sus empleados, que tiene como objetivo lanzar diferentes proyectos alineados con nuestra filosofía. A través de este programa, buscamos mejorar las condiciones de vida de las personas y de los grupos más desfavorecidos en diferentes países en los que Fundación MAPFRE está presente, principalmente en América y Europa.

Nuestro programa de voluntariado es de carácter altruista y solidario, y está dirigido a impactar de manera positiva en los ámbitos de la salud, la educación, la nutrición, el medio ambiente y la ayuda en emergencias. Además, contamos con una línea de trabajo que se enfoca en actuaciones puntuales más complejas y que pueden englobar, además, distintas líneas de actuación a la que denominamos Comparte Solidaridad.

Gracias a nuestros empleados y a los de las empresas adheridas, hemos podido llevar adelante 2.134 actividades en 24 países durante el año 2023. Nuestros voluntarios han dedicado 46.815 horas de su tiempo y han impactado positivamente a 137.039 beneficiarios directos e indirectos.

Nuestro programa de voluntariado trabaja en las siguientes líneas de actuación:

**Nutrición:** Contribuimos con diferentes acciones con el objetivo de paliar las necesidades básicas. Sabemos que el hambre es un problema muy real en el mundo, y nuestros voluntarios hacen todo lo posible para combatirlo. Desde comedores sociales, campañas de recogida de comida, donación de la ?Galleta solidaria?. Estamos comprometidos en la lucha contra la desnutrición y el hambre.

**Salud:** Trabajamos para mejorar la salud y la calidad de vida de las personas a través de la cual nuestros voluntarios realizan actividades que impactan en las personas física y también emocionalmente. Además, promovemos la donación de sangre, órganos, médula.

**Educación:** Apoyamos la enseñanza de los niños y jóvenes mediante actividades de refuerzo escolar y donación de material, y también sensibilizamos y educamos a los más jóvenes en valores solidarios.

**Medio Ambiente:** Participamos en iniciativas de cuidado del medio ambiente, como la reforestación, la limpieza de montes, bosques y playas, porque sabemos que nuestra tierra necesita ser protegida y cuidada. La sensibilización medioambiental, es una de las líneas de actuación donde más se involucran nuestros voluntarios.

**Ayuda en emergencia:** Intervenimos de manera inmediata para ofrecer ayuda ante una catástrofe natural. Nos aseguramos de que los más necesitados reciban la atención y el apoyo que necesitan en esos momentos críticos.

**Comparte solidaridad:** en ocasiones, tenemos que actuar de manera conjunta en varios de nuestros ámbitos de actuación. Muchas de las actividades realizadas, están enfocadas al apoyo psicosocial, atención integral a familias refugiadas, actividades de apoyo y atención online.

Además, todos los años celebramos un mercadillo solidario con el objetivo de recaudar fondos para beneficiar a pequeñas entidades sociales y darles visibilidad.

Todo lo que hacemos no sería posible sin el compromiso y dedicación de nuestros voluntarios. Gracias a ellos podemos contribuir a un mundo mejor.

### **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

**29.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?**

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de

acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

### **29.1. Información adicional.**

Respondido en el apartado anterior

#### **Transparencia con el entorno social de la organización**

**30.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?**

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

### **30.1. Información adicional**

En el caso de todas las acciones de carácter social MAPFRE dispone la web del voluntariado, accesible a todos los empleados así como de las diferentes memorias de actividad

#### **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**31.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

### **31.1. Información adicional**

MAPFRE ha creado "Be social" donde los empleados adheridos a ella, y una vez identificadas las RRSS en al que tiene presencia, envía las principales noticias que inciden en la comunidad local relacionadas con: salud, vida, sostenibilidad, asistencia

## **AMBIENTAL**

#### **Impacto ambiental**

**32.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

Se evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

### **32.1. Información adicional**

La gestión del impacto social y ambiental está íntimamente relacionada con nuestra actividad.

Nuestro compromiso con el medio ambiente se materializa en la Política de Medio Ambiente del Grupo, que constituye el marco de referencia en el que se generan, impulsan

y definen nuestros principios de actuación en esta materia.

Disponemos de un modelo estratégico de gestión integrada llamado SIGMAYEc3, basado en la transparencia y mejora continua, con alcance a todas las actividades desarrolladas por el Grupo en los países donde opera y que constituye el marco común para gestionar los aspectos ambientales, energéticos, y de emisiones de gases de efecto invernadero, además de incorporar la economía circular y el capital natural.

### **Compromiso frente al cambio climático**

#### **33.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?**

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

### **Economía circular**

#### **34.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

##### **34.1. Información adicional**

La transición hacia una Economía Circular es uno de los principales retos globales. Por ello, en MAPFRE llevamos trabajando desde 2019 en el desarrollo de planes que abordan este modelo desde una perspectiva interna de gestión, haciendo hincapié en:

- ? Promover el consumo responsable de recursos.
- ? Reducir la generación de residuos, incrementando la reutilización y el reciclaje, reduciendo el depósito en vertedero y llevando a cabo acciones para combatir el desperdicio de alimentos.
- ? Contratar gestores con modelos de negocio que vayan en consonancia con los principios de circularidad, adecuándonos gradualmente al modelo de gestión residuo cero.
- ? Promover la participación en proyectos relacionados con la Economía Circular.
- ? Desarrollo de modelos de negocio sostenibles.

### **Comunicación ambiental**

#### **35.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?**

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

##### **35.1. Información adicional.**

Dentro de las comunicaciones tanto internas como externas se realiza una comunicación de todas las acciones de MAPFRE relacionadas con el medioambiente

## VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### Priorización de temas

**36.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

- 1 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 4 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 5 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 6 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 7 - Disponer de presupuesto
- 8 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 9 - Capacitar a las personas de la empresa
- 10 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo

### Valoración Global

**37.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

10

### Puntos fuertes y áreas de Mejora

**38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Un punto fuerte de MAPFRE es la capilaridad en la sociedad en cuanto a soluciones aseguradoras y financieras. Actualmente tenemos cuotas de penetración y presencia en cuanto a empleados y agentes en poblaciones pequeñas

**39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Contar mejor a la sociedad qué es lo que hacemos como Compañía de seguros

### Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

**¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

**En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

Sí

**Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?**

- ODS 1. Fin de la pobreza.

- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.