

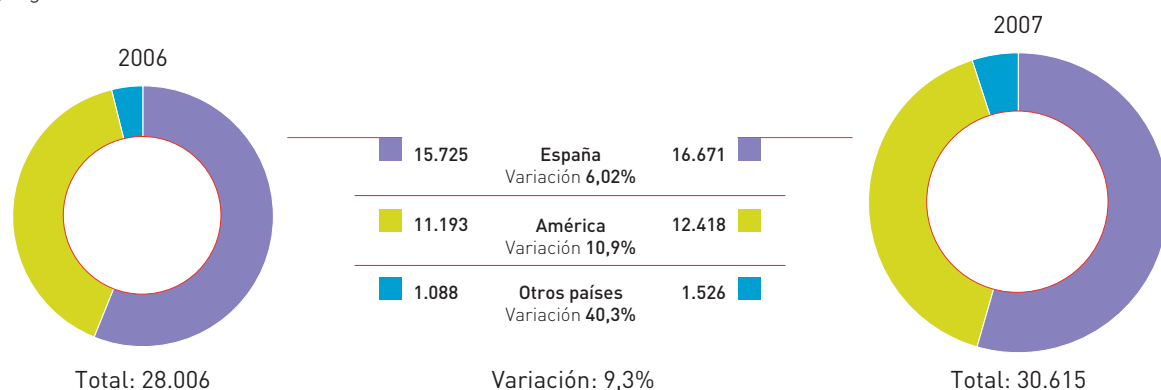


# Dimensión social de MAPFRE

## MAPFRE Y SUS EMPLEADOS

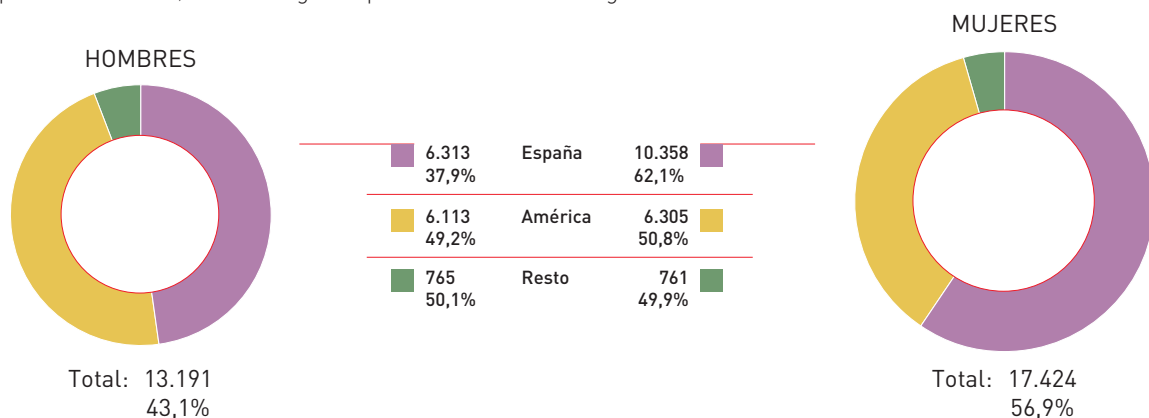
### Estructura de la plantilla

La plantilla de las distintas entidades del Grupo estaba compuesta a 31 de diciembre de 2007 por 30.615 empleados, 21.170 en empresas de seguros y 9.445 en empresas no aseguradoras, con la siguiente distribución geográfica:



En 2007, los incrementos de la plantilla se han producido principalmente en los países de fuera de España. El crecimiento en España se debe en gran medida a la incorporación de la Mutua Valenciana, sin la cual el incremento hubiera sido del 3,8 por 100. En el resto del mundo el crecimiento es consecuencia fundamentalmente de los incrementos de empleados en República Dominicana, Argentina y Brasil.

El 56,9 por 100 de los empleados de MAPFRE son mujeres, y el 43,1 por 100 hombres, con el desglose que se muestra en el siguiente cuadro:



La estructura de la plantilla por categorías es la siguiente:

CATEGORÍAS	NÚMERO						PORCENTAJE					
	ESPAÑA		OTROS PAÍSES		TOTAL		ESPAÑA		OTROS PAÍSES		TOTAL	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
JEFES/DIRECTIVOS	2.023	1.520	1.826	1.412	3.849	2.932	12,1	9,7	13,1	11,5	12,6	10,5
ADMINISTRATIVOS	4.912	4.724	4.549	3.348	9.461	8.072	29,5	30,0	32,6	27,3	30,9	28,8
COMERCIALES	2.244	2.629	3.028	2.556	5.272	5.185	13,5	16,7	21,7	20,8	17,2	18,5
TÉCNICOS Y OTROS	7.492	6.852	4.541	4.965	12.033	11.817	44,9	43,6	32,6	40,4	39,3	42,2

Los datos correspondientes a 2006, se han recalculado para adaptarlos al criterio seguido en 2007 con motivo de la adaptación a los criterios de GRI v3. Estos datos no fueron verificados en 2006 por el alcance del informe establecido para dicho ejercicio.

La media de edad de las personas que integran la plantilla se sitúa en 36 años, y su antigüedad en 6,6 años, con el siguiente desglose:

ÁREAS GEOGRÁFICAS	EDAD MEDIA		ANTIGÜEDAD MEDIA	
	2007	2006	2007	2006
ESPAÑA	38,7	38,3	8,1	8
AMÉRICA	33,5	33,5	4,7	4,8
OTROS PAÍSES	34,8	34,8	6,1	6

El índice de rotación no deseada (bajas voluntarias y excedencias entre plantilla media) en entidades aseguradoras en España es el 3,6 por 100 y entidades aseguradoras en América el 13,3 por 100.

## Política de recursos humanos

### PRINCIPIOS GENERALES

MAPFRE promueve las actuaciones necesarias para que rijan con carácter permanente dentro de su organización el respeto a los legítimos derechos de todos los empleados, y el cumplimiento estricto de las leyes y de las obligaciones que se derivan de ellas.

Por ello, fomenta y apoya la observancia de los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación en las relaciones laborales, formación profesional continua, capacitación directiva, conciliación de la vida laboral y familiar, y protección de la dignidad de la mujer y del hombre en el trabajo.

Además, desarrolla prácticas socialmente responsables respecto a sus empleados bajo los principios de humanismo, equidad y cumplimiento de las leyes, a la vez que promueve que la responsabilidad social forme parte de los derechos y las obligaciones de todos los empleados de la organización, se integre en la gestión y sea compartida por todos los estamentos de la misma.

### POLÍTICA DE 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 2007 el 96,5 por 100 del total, tal y como se refleja en el siguiente cuadro:

	CONTRATACIÓN FIJA	
	SEGUROS	NO SEGUROS
ESPAÑA	96	73
AMÉRICA	97	-

### INTEGRACIÓN DE DISCAPACITADOS

MAPFRE participa activamente en el programa Empresas y Discapacidad, de la Fundación Empresa y Sociedad, cuyo objetivo principal es promover la integración laboral de personas discapacitadas. En las empresas de España trabajan actualmente 105 discapacitados y, además, en cumplimiento de las medidas alternativas presentes en la normativa legal, se han realizado donaciones y suscrito contratos de prestación de servicios o adquisición de bienes con Centros Especiales de Empleo y fundaciones, por importe de 550.345 euros.

### CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y PERSONAL (ESPAÑA)

El Convenio del Grupo Asegurador MAPFRE establece medidas para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral, entre las que en 2007 cabe destacar las siguientes:

- Flexibilidad (90 minutos) en la entrada al trabajo en el horario general.
- Reducción de jornada por cuidado de hijos.
- Excedencias de hasta tres años con derecho de reserva de puesto de trabajo para el cuidado de familiares y por cuidado de hijos.
- Excedencias por estudios.
- Consideración como festivos del 24 y 31 de diciembre, y horario reducido el día 5 de enero.
- Reducción del tiempo de trabajo por proximidad a la jubilación: dos días laborables adicionales de vacaciones para empleados de 60 o 61 años; cinco días (o 90 minutos diarios) para empleados de 63 años; y seis días (o 180 minutos diarios) para empleados de 64-65 años.



EMPLEADOS  
EN LA PRIMERA JORNADA  
DE VOLUNTARIOS EN ESPAÑA

- Prioridad de las trabajadoras embarazadas para los cambios de turno en plataformas 24 horas.
- Tres días anuales o veintiuna horas para la gestión de asuntos propios, recuperables salvo que sean utilizados para acudir a consulta médica propia o de un familiar.
- Permiso para acudir a los exámenes necesarios para obtener el permiso de conducir o títulos oficiales relacionados con la actividad de la empresa.
- Un día adicional de permiso en caso de nacimiento de hijo, régimen de acogimiento, adopción, enfermedad grave, intervención quirúrgica grave, accidente grave u hospitalización y fallecimiento del cónyuge o pareja de hecho, o de parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad (de hecho o de derecho).
- Tres días recuperables de permiso en Semana Santa.
- Quince días adicionales de baja maternal, en sustitución de la hora de lactancia.
- Un día adicional al establecido en Convenio del Sector Seguros por traslado.
- Permisos especiales para la adopción nacional e internacional.

El siguiente cuadro refleja el número de empleados que se han beneficiado de alguna de estas medidas en 2007:

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL	Nº EMPLEADOS
Reducción de jornada por cuidado de hijos, familiares y enfermedad degenerativa	449
Excedencia por cuidado de hijos y familiares	96
Excedencia por estudios	3
Consideración como festivos del 24 y 31 de diciembre y horario reducido el día 5 de enero	9613
Tres días anuales o veintiuna horas para la realización de asuntos propios	2804
Permiso para acudir al examen de conducir y a cualquier examen	91
Un día recuperable, adicional a los dos días establecidos en la legislación laboral	2413
Quince días, adicionales a la baja maternal, en sustitución de la hora de lactancia	152
Un día por traslado, adicional al establecido en Convenio del Sector Seguros	355

Y los siguientes beneficios económicos:

- Ayuda escolar para hijos de empleados hasta los 25 años, por importe de 2.785,776 euros.
- Subvenciones para asistencia a campamentos de verano de hijos de empleados, por importe de 35.707 euros.
- Premios de natalidad o adopción, por importe de 247.154 euros.
- Ayuda para hijos discapacitados, por importe de 162.797 euros.
- Ayuda para familias numerosas, por importe de 90.164 euros.

### IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

En el año 2007 la Comisión de Igualdad, prevista en el Convenio Laboral, ha fijado el calendario para la elaboración de los Planes de Igualdad y estudiado posibles medidas para su aplicación inmediata con carácter general.

En España, son mujeres el 84,6 por 100 de los nuevos empleados incorporados en 2007 (73,4 por 100 en entidades de seguros y 87,9 por 100 en otras entidades); y el 20,9 por 100 de los empleados encuadrados en las categorías de jefe o directivo. En América, son mujeres el 50,3 por 100 de los nuevos empleados incorporados, y el 35,4 por 100 de los empleados encuadrados en las categorías de jefe o directivo.

El Manual de Selección, de implantación mundial, garantiza la igualdad de oportunidades y trato en el proceso de incorporación a la Compañía.

### ACOSO MORAL EN EL TRABAJO

La empresa asumió en el Convenio Laboral 2006-2009 del Grupo Asegurador MAPFRE el compromiso de elaborar un protocolo de actuación para casos de acoso moral en el trabajo, que contemplará 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.

En el año 2007 ya se ha elaborado, de acuerdo con la Representación legal de los trabajadores, una propuesta de protocolo para la prevención y tratamiento del acoso en la empresa. El citado protocolo ha sido aprobado y se implantará en 2008.

### SELECCIÓN

MAPFRE cuenta con una normativa interna para asegurar el rigor y la objetividad en los procesos de selección de nuevo personal, cuyo cumplimiento se somete a auditorías internas periódicas. Sus objetivos son:

- Incorporar candidatos válidos que contribuyan a la mejora continua del potencial humano existente.
- Reducir al mínimo los márgenes de error.
- Considerar la selección como una fase crítica dentro de la Política de Recursos Humanos, como aspecto clave para el desarrollo profesional de sus equipos.

### MOVILIDAD

Para facilitar la movilidad interna, la empresa se ha comprometido en el convenio colectivo del Grupo Asegurador MAPFRE a informar a sus empleados de las vacantes o puestos de nueva creación que puedan ser cubiertos por el personal de la plantilla, indicando la ubicación, nivel y requerimientos del puesto. A lo largo de este ejercicio, se ha extendido

este procedimiento a otras empresas del Grupo a las que les son de aplicación otros convenios laborales, con el fin de potenciar aún más la movilidad interna. Durante el año 2007 se han publicado 433 procesos de selección en España. Esta actuación repercute en:

- Mayor satisfacción de los empleados que se incorporan, al producirse una adecuación entre el puesto de trabajo y las expectativas y posibilidades de desarrollo de los empleados.
- Disminución del tiempo de adaptación al puesto de trabajo y a la empresa.

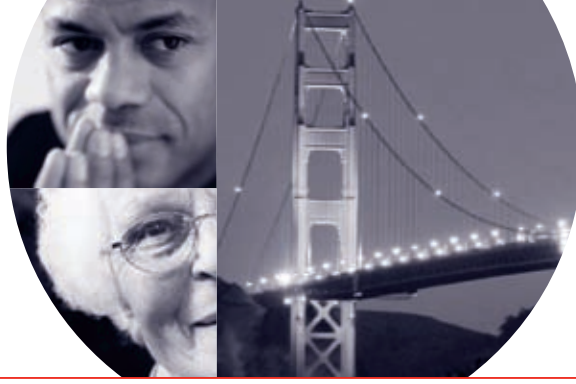
### FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

El modelo de formación de MAPFRE busca el desarrollo profesional continuo, mediante la transmisión de los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para el adecuado desempeño de los puestos de trabajo, con la finalidad de:

- 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, tecnológica e idiomas).
- 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, con igualdad de oportunidades.

Para lograr estos objetivos, se ha incrementado la participación de directivos y expertos de MAPFRE en los programas corporativos, y se ha continuado desarrollando nuevos canales de formación.

De acuerdo con lo previsto en el Convenio 2006-2009 del Grupo Asegurador MAPFRE, en 2006 se creó la Comisión de Desarrollo Profesional, que tiene competencias en cuanto a conocimiento y seguimiento del Plan de Formación.



## Formación en España

En 2007 se han impartido un total de 282.277 horas de formación a directivos y empleados, con un promedio de 23 horas por empleado en empresas de seguros.

	2007 <sup>(1)</sup>		2006 <sup>(1)</sup>	
	ASISTENCIAS	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS
FORMACIÓN COMERCIAL	14.075	85.374	2.713	129.199
FORMACIÓN TÉCNICA Y OPERATIVA	11.191	142.456	8.705	140.604
FORMACIÓN CORPORATIVA	1.937	54.447	4.081	145.965
<b>TOTALES</b>	<b>27.203</b>	<b>282.277</b>	<b>15.499</b>	<b>415.768</b>

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

Cabe destacar que se incrementa considerablemente el número de participantes en acciones formativas respecto al año anterior (11.704 asistencias más que en 2006), aunque se produce un descenso en el número de horas respecto al mismo año, debido al aplazamiento del arranque de algunos Planes de Formación (por razones organizativas), y a la no inclusión en los datos estadísticos (por razones técnicas) de determinados cursos.

Entre las principales acciones llevadas a cabo en 2007 merecen mencionarse las siguientes:

- Con respecto a la Formación Comercial, el nuevo modelo de distribución, unido al cambio de orientación estratégico –enfocado al cliente y a sus necesidades, no al producto– han propiciado un cambio en el desarrollo de este tipo de formación, y también en su metodología.

Los contenidos de los programas de formación comercial han combinado el conocimiento de herramientas de gestión, con la formación en productos y el desarrollo de habilidades comerciales, enfocadas a dar servicio y atender las necesidades del cliente.

Para todo ello, se cuenta con una estructura específica de formadores de la Red MAPFRE, que imparten directamente los programas formativos, y otros procedentes de las Áreas Comerciales de las Divisiones y Unidades de Negocio, que proponen, diseñan e imparten los contenidos formativos necesarios.

Dado que el personal comercial se encuentra geográficamente disperso, cabe mencionar la ventaja de la puesta en marcha del canal e-learning para la formación. Esta metodología, que supone un complemento a la formación presencial, ha permitido que en el ejercicio 2007 se hayan realizado 14.075 cursos de diversos programas, con un total de 85.374 horas impartidas.

Además de la formación a empleados de la Red MAPFRE, el Área de Formación Comercial también centra sus esfuerzos en la formación

continua de los mediadores, pieza clave en el modelo comercial de MAPFRE.

- Con respecto a la Formación Técnica, en consonancia con uno de los principios empresariales de MAPFRE, el de especialización, cada División o Unidad de Negocio gestiona e imparte la formación técnica y operativa que los empleados necesitan, en función del ramo del seguro o servicio ofrecido por cada empresa.

Los contenidos de los programas formativos hacen referencia a cuestiones técnicas del negocio, así como a la formación en el manejo de los sistemas de gestión necesarios para la operativa del trabajo diario.

En 2007 se han realizado 8.051 de este tipo de programas de corta duración, con un total de 113.615 horas de formación.

- Además de la formación técnica y específica necesaria para un correcto desarrollo de sus funciones, los empleados y directivos de MAPFRE han recibido programas de Formación Corporativa adaptados a su nivel.

Los contenidos de estos programas son genéricos y en ellos se transmite información sobre estrategia, cultura de la empresa, aspectos de gestión interna y habilidades. Esta formación se imparte, fundamentalmente, por ponentes internos, Directivos y Altos Directivos de MAPFRE.

Para el desarrollo de estos programas, MAPFRE cuenta con un Centro de Formación, que en este ejercicio ha impartido un total de 60 seminarios, a los que han asistido 863 participantes, con 17.630 horas de formación.

- Es de destacar la participación de 164 directivos en 10 seminarios diferentes, en los que se han impartido 3.594 horas de formación con el objetivo de integrar aspectos relacionados con la cultura y la gestión en MAPFRE.

- Ha continuado la realización del Programa de Desarrollo Directivo y del Proyecto Horizonte, dirigidos a directivos y jóvenes con potencial,

cuya selección se realiza a nivel nacional e internacional. En 2007 han participado en estos programas 97 empleados y directivos, de 12 países. El Programa de Desarrollo Directivo otorga un título reconocido y homologado por la Universidad de Alcalá de Henares (Madrid-España).

- Han participado 3.183 empleados en 7 programas de la plataforma corporativa de formación e-learning, cuya utilización se ha extendido a un total de 11 países.

- 877 personas han recibido 36.014 horas de formación en diferentes idiomas, de las que un 97,5 por 100 se han dedicado al aprendizaje de la lengua inglesa. El 11 por 100 de nuestros empleados realizó esta formación con metodología *e-learning*.

- 505 nuevos empleados han realizado el Programa de Acogida, especialmente diseñado para formar y orientar al nuevo empleado en sus primeros pasos en la empresa, que combina acciones de formación e información tanto presenciales como *e-learning*.

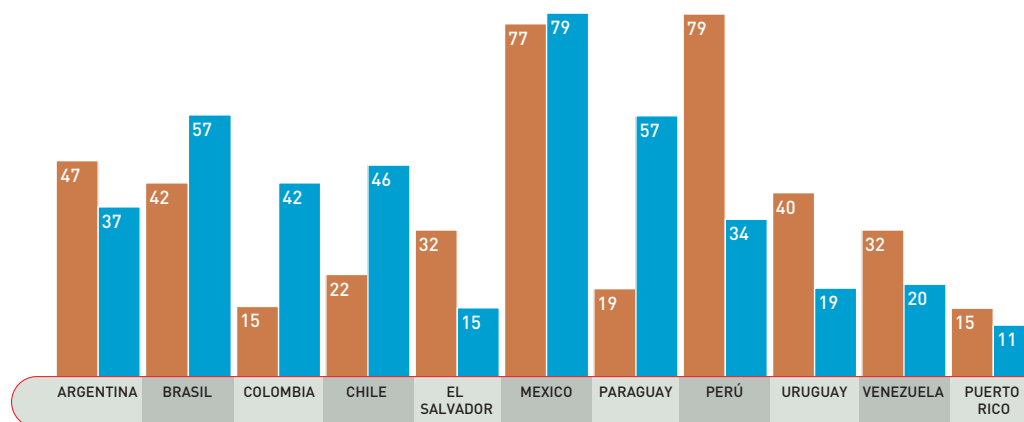
- Todo el personal dedicado a vigilancia y protección de instalaciones ha recibido los planes de formación establecidos por el Ministerio del Interior, además de formación específica adaptada a las necesidades de MAPFRE.

En conjunto, en las empresas de seguros se ha destinado a la formación una cifra equivalente al uno por 100 del total de las retribuciones fijas y variables.

### Formación en otros países

En América, el número total de horas de formación ha sido de 412.499 y el número promedio de horas de formación por año y empleado se refleja en el siguiente cuadro:

#### Número total de horas de formación



### Prácticas docentes

En 2007 han realizado prácticas en las empresas del Grupo en España 112 becarios, a través de los programas de cooperación establecidos con centros educativos, universidades y escuelas de negocios.

### EVALUACIÓN Y DESARROLLO

En 2007 se ha puesto en marcha un sistema de evaluación y desarrollo de personas (Sistema de Gestión del Desempeño), que ya se ha comenzado a implantar en varias empresas del Grupo. Este sistema facilita la comunicación entre los empleados y sus responsables, y valora tanto el cumplimiento de los objetivos como la calidad del desempeño, siendo una de sus principales metas la de orientar al empleado en su desarrollo profesional.

### RELACIONES EMPRESA-TRABAJADORES

MAPFRE mantiene una línea de máximo respeto a los derechos de los trabajadores en materia sindical y de negociación colectiva, cumpliendo con la normativa aplicable en cada uno de los países, y tiene establecidos mecanismos de diálogo permanente con sus representantes sindicales. Los datos de representación sindical en las empresas de seguros del Grupo en España correspondientes a 2007 son los siguientes:

- Porcentaje de plantilla representada: 72,6 por 100.
- Distribución porcentual de los representantes sindicales: CC.OO. 81,5 por 100, UGT 15,9 por 100, ELA 1,2 por 100, y otros 1,4 por 100.

A lo largo del ejercicio 2007 se han celebrado 21 procesos electorales, que se han desarrollado con plena normalidad y ausencia de conflictos.

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

- Comisión Mixta, que ha celebrado cuatro reuniones.
- Comisión de Desarrollo Profesional, que ha celebrado cuatro reuniones.
- Comisión de Igualdad de Oportunidades, que ha celebrado cuatro reuniones.
- Comisión de Control del Plan de Pensiones, que ha celebrado una reunión.
- Comité de Seguridad y Salud, que ha celebrado cuatro reuniones.

Con independencia de lo anterior, se han mantenido a lo largo del año 2007 numerosas reuniones con la representación legal de los trabajadores, y se le ha proporcionado información periódica de acuerdo con la normativa vigente.

Para facilitar la comunicación de los representantes de los trabajadores, cada Sección Sindical dispone de un espacio en la intranet para insertar las comunicaciones que considere oportunas, y de una cuenta de correo electrónico para dirigirse a los empleados. En el año 2007 se han realizado 35 comunicaciones, el Crédito Sindical ha sido de 89.860 horas, y la subvención establecida para actividades sindicales ha ascendido a 64.835 euros.

### SERVICIO DE ATENCIÓN AL EMPLEADO

En 2007 se han incorporado al "Autoservicio del Empleado" dos nuevas funcionalidades: los certificados de empresa y las consultas de situación de préstamos.

Los empleados de España han realizado a través de este servicio 21.382 gestiones.

### Prevención de riesgos laborales y salud

La política de Prevención de Riesgos Laborales del Grupo en España se desarrolla a través de un Servicio de Prevención Mancomunado al que están adheridas todas las empresas del Grupo.

La Dirección del Servicio está situada en la sede social (Majadahonda) y existen Unidades Básicas de Salud en Madrid (3) Barcelona y Valencia. La acción preventiva se desarrolla de acuerdo con un Plan de Prevención específico para cada empresa del Grupo.

El Servicio de Prevención Mancomunado de MAPFRE está integrado en la Dirección General de Recursos Humanos, y abarca las especialidades de Vigilancia de la Salud, Seguridad, Higiene Industrial y Ergonomía, y Psicología Aplicada. Se ha definido una estructura de prevención integrada en los diferentes niveles jerárquicos, en la cual se ha detallado las funciones y responsabilidades de sus componentes.

El sistema de prevención de MAPFRE ha sido auditado en dos ocasiones por expertos independientes, tal y como establece la normativa vigente, con resultado favorable.

La participación de los representantes de los trabajadores en esta materia se concreta, por una parte, mediante la actividad de los 146 Delegados de Prevención existentes en el Grupo, y por otra, con su representación 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. En España están bajo la tutela de este Comité 9.613 empleados.

Durante 2007 pueden reseñarse como acuerdos destacados del Comité los siguientes:

- Plan de vida saludable: campaña para la prevención de la obesidad y sedentarismo.
- Contenido formativo del curso e-learning en prevención de riesgos laborales.
- Planes de Prevención: adecuación a los cambios normativos en prevención de riesgos laborales.
- Modificación de la estructura de prevención en MAPFRE: funciones y responsabilidades de cada uno de sus componentes.
- Actualización del reglamento de funcionamiento del Comité Estatal de Seguridad y Salud.

CLAUSURA DEL PROGRAMA  
DESARROLLO DIRECTIVOS





La evolución de los planes de actuación durante el año 2007 ha sido la siguiente:

<b>EVALUACIONES</b>	PLAN PARA LA REALIZACIÓN DE LAS EVALUACIONES PSICOSOCIALES	Se han iniciado las evaluaciones psicosociales en los edificios singulares.
<b>MEDICINA DEL TRABAJO</b>	PLAN PARA LA DISMINUCIÓN DEL RIESGO CARDIOVASCULAR	Estudio de factores de riesgo cardiovasculares, actualizándose los datos obtenidos de los reconocimientos médicos realizados en el año 2006. Plan de control y prevención de la obesidad y del sedentarismo: Campaña de información y formación de los beneficios de una alimentación equilibrada y ejercicio físico a través del portal interno. Plan de actuación de personas con sobrepeso mediante tratamiento individualizado. Control epidemiológico de los comedores colectivos, así como asesoramiento y seguimiento de los menús.
	PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES INFECCIOSAS	Campañas de vacunación: antigripal (octubre/noviembre) tétanos-difteria (abril) Vacunaciones específicas: hepatitis A y B.
<b>FORMACIÓN</b>	RIESGOS LABORALES	Se han realizado 19 cursos presenciales de emergencias y primeros auxilios impartidos a los equipos de emergencias, con la posterior realización del simulacro de emergencias en 14 centros de trabajo. También se han dado charlas de sensibilización a todo el personal de esos centros de trabajo. Se han impartido tres charlas sobre la gestión de prevención dirigida a los participantes en el Proyecto Horizonte y a Responsables y Coordinadores de MAPFRE, respectivamente. Se ha dado información a los empleados de nuevo ingreso sobre la prevención de riesgos laborales en su puesto de trabajo. Se ha puesto en marcha el curso e-learning en prevención de riesgos laborales dirigido a delegados de prevención y a personal con responsabilidad en prevención. Se han impartido nueve ediciones de los cursos e-learning "Prevención de riesgos laborales para puestos de trabajo en oficinas" correspondientes a un total de 577 alumnos.
	PUBLICACIONES	Artículos sobre prevención en la revista <i>El mundo de MAPFRE</i> y en el Portal Interno: "Las Migrañas", "Estrés postvacacional ¿mito o realidad?". Coincidiendo con el décimo aniversario de la creación del Servicio de prevención Mancomunado se ha publicado un artículo y una nota informativa en la revista <i>El mundo de MAPFRE</i> y en la zona del empleado del portal interno. Publicación a través del portal interno de los siguientes artículos: "Decálogo para la prevención de la obesidad", "Recomendaciones para mejorar la salud cardiovascular haciendo ejercicio físico", "Hábitos saludables para prevenir la obesidad y el sedentarismo", "Las propiedades de los alimentos", "El ejercicio físico y las enfermedades cardiovasculares", "La pirámide de la alimentación saludable".
<b>PROCEDIMIENTOS Y PROTOCOLOS</b>	PROCEDIMIENTO PARA LA GESTIÓN DE LA FORMACIÓN EN PRL A EMPLEADOS DE MAPFRE	
	PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES	
<b>PLANES DE PREVENCIÓN</b>	PLANES DE PREVENCIÓN POR EMPRESA	Adaptación del Plan Integral de Prevención a los cambios normativos en prevención de riesgos laborales y adecuación a cada una de las empresas que componen el Grupo MAPFRE.



Cabe reseñar, por otra parte, que durante el año 2007:

- Las Unidades Básicas de Salud han atendido más de 14.500 consultas médicas, y realizado los reconocimientos médicos periódicos e iniciales a los empleados, dentro de su ámbito de actuación.
- Se han realizado la totalidad de las evaluaciones de riesgos de los centros de trabajo de nueva apertura, de los reformados integralmente, y de los adquiridos por ampliación de negocio.
- Se han realizado evaluaciones generales de riesgos en 113 centros de trabajo, y 103 evaluaciones específicas de puestos y lugares de trabajo.

En 2007 se han contabilizado un total de 168 bajas por accidente de trabajo. Los índices de siniestralidad resultantes son los siguientes:

GRUPO MAPFRE	SEGUROS AÑO 2007 (DÍAS)	NO SEGUROS AÑO 2007 (DÍAS)
DURACION MEDIA <sup>(1)</sup>	25,4	29,6
INDICE DE INCIDENCIA <sup>(2)</sup>	798,7	5147,4
INDICE DE GRAVEDAD <sup>(3)</sup>	0,1	1,3
INDICE DE FRECUENCIA <sup>(4)</sup>	4,8	28,7

(1) Fórmula de cálculo según Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales:  
nº de jornadas perdidas/ total de accidentes.

(2) Fórmula de cálculo según Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales:  
nº de accidentes con baja \* 10<sup>3</sup> / nº total de trabajadores.

(3) Fórmula de cálculo según Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales:  
nº de jornadas perdidas\* 10<sup>3</sup> / nº horas trabajadas.

(4) Fórmula de cálculo según Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales:  
nº de accidentes con baja \* 10<sup>6</sup> / nº horas trabajadas.

Durante el año 2007, las jornadas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral, enfermedad común o maternidad han ascendido a 134.515 en empresas de seguros en España; y en América han ascendido a 44.878.

Los accidentes se notifican cumplimentando los datos correspondientes a través del programa Delt@. El Servicio de Prevención investiga los accidentes ocurridos, y propone las medidas correctoras que procedan.

### Retribución y beneficios sociales

En el ejercicio 2007 se han pagado retribuciones por importe de 790 millones de euros en las empresas de seguros del Grupo, y 183 millones de euros en las que realizan otro tipo de actividades empresariales. El 73 por 100 de esta cantidad corresponde a sueldos y salarios, el 15 por 100 a cotizaciones a los seguros sociales, el 7 por 100 a beneficios sociales, y el 5 por 100 restante a indemnizaciones y otros complementos. El porcentaje de retribución variable representa el 21 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 60 por 100 de los empleados del Grupo, el incremento anual es equivalente al 115 por 100 del IPC, y se establecen los siguientes beneficios sociales como parte importante de la retribución:

- Seguro de Vida y Accidentes.
- Plan de Pensiones.
- Seguro de Salud.
- Seguro de Ahorro.
- Prestaciones complementarias por incapacidad temporal,

y por maternidad o riesgo durante el embarazo.

- Ayuda escolar para hijos de empleados.
- Ayuda para hijos discapacitados.
- Ayuda para familias numerosas.
- Premio de permanencia.
- Bonificaciones en los seguros concertados con MAPFRE.
- Préstamos para adquisición y reparación de viviendas,

y para gastos especiales.

- Cesta de Navidad.
- Ayuda por reconocimiento de discapacidad.
- Subvención Línea ADSL de Internet en el domicilio particular.

Además, existe un Fondo de Ayuda al Empleado que concede prestaciones para situaciones especiales, normalmente derivadas de problemas de salud. En el año 2007 se han abonado 697.745 euros por este concepto.

El importe destinado en 2007 a beneficios sociales ha sido de 68 millones de euros, que representan el 7 por 100 de la retribución total del personal.

MAPFRE presta también atención a la situación de sus jubilados a través de un Fondo de Ayuda, con cargo al cual en 2007 se han concedido ayudas económicas por importe de 66.155 euros. Además, en España se ha establecido una póliza de Seguro de Salud subvencionada para familiares de empleados hasta segundo grado.

### Programa de actividades sociales

A lo largo de 2007 se han realizado en España las siguientes actividades dirigidas a los empleados y sus familiares:

- VII Encuentros Deportivos MAPFRE-FREMAP, con una participación total de 1.304 empleados.
- Participación en la carrera de las empresas, organizada por la revista *Actualidad Económica* con 91 participantes.
- Fiesta de Navidad en Madrid, Barcelona y Vizcaya a las que asistieron 4.303 personas.

### Distinciones y reconocimientos

- MAPFRE, figura entre las 20 empresas más deseadas para trabajar, según el Informe Merco Personas (Monitor Español de Reputación Corporativa).
- Los universitarios españoles han elegido a MAPFRE como una de las cincuenta mejores empresas para trabajar y desarrollar su carrera profesional, según la encuesta anual que realiza la Fundación Know How para el Desarrollo Directivo.
- MAPFRE, ha sido distinguida en Brasil con el premio e-learning, que reconoce la utilización de recursos tecnológicos para fomentar el aprendizaje continuo de sus colaboradores.
- MAPFRE ARGENTINA figura entre las mejores empresas para trabajar según la consultora Managers, y la metodología Great Place to Work, que destaca su segunda posición en el sector asegurador.

### 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 doce millones de clientes, ofreciéndoles prestaciones de alta calidad. Prueba de este compromiso es el esfuerzo realizado en 2007 para potenciar la oferta conjunta de productos y servicios, reforzar la profesionalización de RED MAPFRE, y ampliar sustancialmente el número de oficinas y de mediadores, buscando la máxima cercanía del cliente.

En esa misma línea, en enero de 2007 se han creado la División Familiar, que agrupa los negocios de Automóviles, Seguros Generales, Salud y Seguros Agropecuarios en España; y la División de Seguro Directo Internacional, que integra las actividades aseguradoras que se desarrollan en otros países.

Estas medidas persiguen conseguir una mayor orientación al cliente, y mejoras importantes de eficiencia y reducción de costes operativos, a través de la unificación de las plataformas tecnológicas, y el aprovechamiento de las sinergias posibles entre las diferentes Unidades, sin perder la especialización en la gestión de los distintos negocios.

La penetración de MAPFRE en la población española se eleva hasta el 15,5 por 100 (15,6 por 100 en 2006), y la fidelidad de los clientes queda patente en el hecho de que el 53,7 por 100 (frente al 50,9 por 100 en 2006) tienen productos de MAPFRE desde hace más de seis años<sup>(1)</sup>. Además, más de un millón de clientes de la División Familiar de MAPFRE tienen productos de más de una entidad, y casi 300.000 tienen también contratados productos de la Unidad de Vida.

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

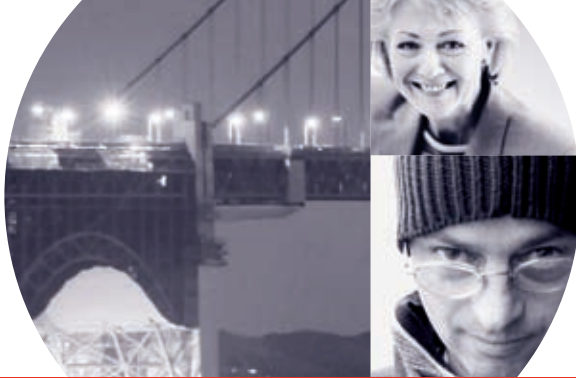
OFICINA DE ATENCIÓN AL CLIENTE



#### MAPA DEL CLIENTE-ASEGURADO DE MAPFRE

NEGOCIO DE AUTOMÓVILES	Más de 6 millones de automóviles asegurados (incluye la cartera de MVA)	Más de 4 millones de clientes
NEGOCIO DE HOGAR	2,4 millones de hogares asegurados	Más de 2,1 millones de clientes
NEGOCIO DE VIDA E INVERSIÓN	Más de 2,7 millones de asegurados	Más de 338.000 partícipes en fondos de inversión y planes de pensiones
NEGOCIO DE SALUD	Más de 253.000 pólizas de Salud	Casi 818.000 personas con Seguro de Salud
NEGOCIO DE ASISTENCIA	66,8 millones de asegurados	133,7 millones de beneficiarios
NEGOCIO DE EMPRESAS	Casi 59.000 PYME y 16.330 grandes empresas aseguradas	249.156 clientes
NEGOCIO DE REASEGURO		1.497 compañías cedentes de 104 países

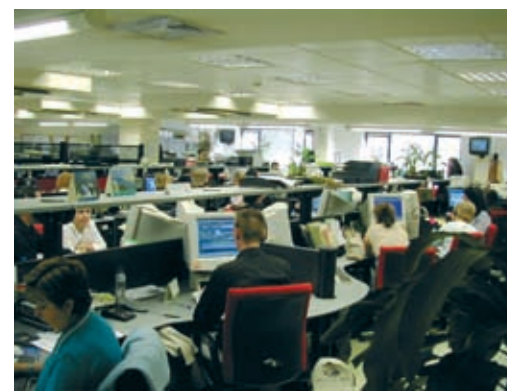
(1) Datos correspondientes a agosto de 2006.



En el ejercicio 2007, las entidades aseguradoras de MAPFRE han pagado en conjunto prestaciones por importe de 7.279.661 millones de euros<sup>[2]</sup>, con incremento del 13,90 por 100 respecto a 2006, de acuerdo con el siguiente detalle:

UNIDADES	PRESTACIONES		VARIACIÓN (%)
	2007	2006	
DIVISIÓN FAMILIAR			
AUTOMÓVILES	1.627.293	1.651.624	(1,5) %
SEGUROS GENERALES	603.958	590.500	2,3%
CAJA SALUD	302.898	288.158	5,1%
AGROPECUARIA	156.690	136.184	16,1%
EMPRESAS	730.718	601.670	21,5%
VIDA	1.983.731	1.702.553	16,5%
ASISTENCIA	26.043	23.554	10,6%
AMÉRICA	1.619.378	1.312.907	23,3%
OTRAS ENTIDADES	228.952	84.118	172,2%
<b>TOTAL</b>	<b>7.279.661</b>	<b>6.391.268</b>	<b>13,9%</b>

*(Importes en miles de euros)*  
Información referida al seguro directo.



CENTRO TELEFÓNICO

## Canales de atención al cliente

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

- **RED MAPFRE**, integrada por 3.090 oficinas en España y 2.368 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 (18.696 en España y más de 32.000 en América).

Durante el año 2007 se ha incrementado en 420 el número de oficinas (180 en España, 235 en América Latina; y en Alemania, Jordania, Egipto, India y Argelia), y se prevé mantener en los próximos años esta política de expansión, para mejorar permanentemente su ya amplia red de distribución. Además, con el objetivo de acompañar a las empresas españolas en su expansión internacional, MAPFRE EMPRESAS ha abierto en 2007 una oficina de representación en Colonia, que se une a las ya existentes en París y Londres.

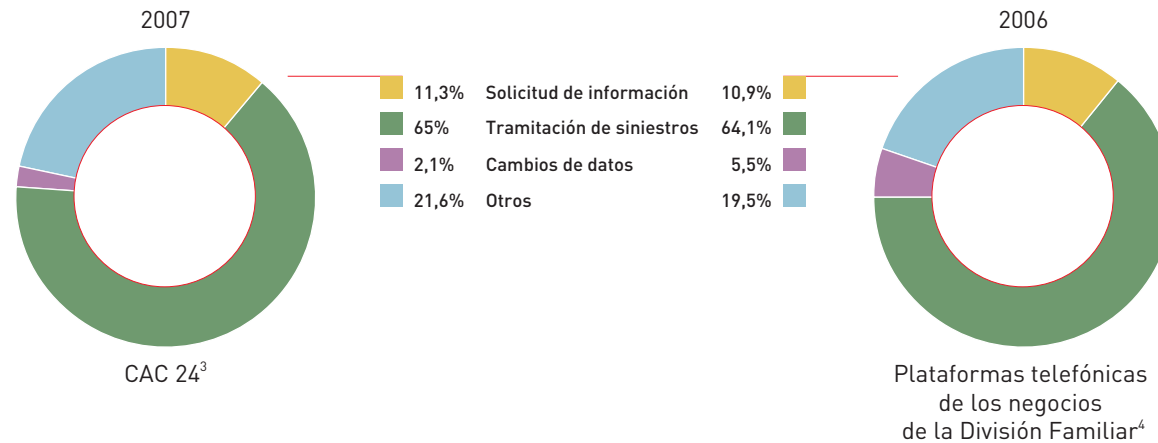
- **Personal** altamente cualificado, que atiende a los segmentos de clientes de perfil complejo que requieren una atención especializada (industrias y grandes riesgos industriales, sector agrario, productos de ahorro, etc.), con el apoyo de un equipo en los Servicios Centrales con gran experiencia,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

- **Plataformas telefónicas** que proporcionan una atención permanente durante las veinticuatro horas de todos los días del año, y que permiten a los clientes realizar consultas y gestiones relacionadas con los seguros que tienen contratados y con otros disponibles en la oferta MAPFRE, y obtener servicios relacionados con los mismos. Merecen destacarse los siguientes aspectos de su actividad en 2007:

- Se ha iniciado la integración de todas las plataformas telefónicas de la División Familiar (Automóviles, Seguros Generales, Salud y Agropecuaria) en el centro CAC 24 (Centro de Atención al Cliente), mediante su funcionamiento como un único centro virtual; en 2008 se agruparán en dos, una encargada de las prestaciones y de los servicios de urgencia, y la otra de todos los demás servicios relacionados con la atención al cliente, dentro de un modelo operativo basado en la atención polivalente a los asegurados y clientes de MAPFRE. El siguiente cuadro refleja de forma esquemática los servicios prestados en 2007 y 2006:

[2] Dichos datos incluyen en ambos ejercicios la variación de la provisión para prestaciones.

### Llamadas por tipo de servicio



[3] CAC24 (Centro de Atención al Cliente 24 horas) Incluye los servicios gestionados por las plataformas telefónicas de los negocios de Automóviles, Seguros Generales y Salud.

[4] Estimación realizada en base al supuesto de que en 2006 hubiesen estado integradas en una única plataforma todas las que daban servicios al negocio de Automóviles, Seguros Generales y Salud.

- La Plataforma especializada Teleseguros VIDA, y el Centro de Conservación de Cartera de MAPFRE VIDA prestan atención a los clientes de bancaseguros y del canal agencial, respectivamente.

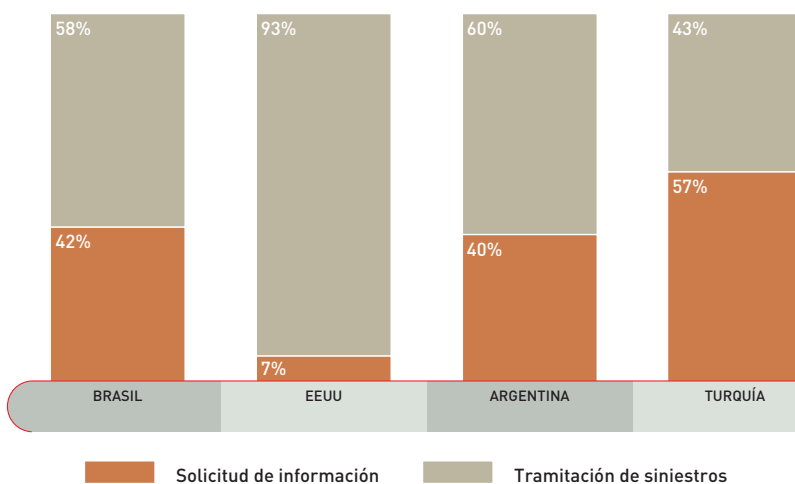
- La Central de Operaciones de MAPFRE ASISTENCIA está dedicada principalmente a la gestión de siniestros de asistencia en viaje, y a la atención a la tercera edad.

- El siguiente cuadro refleja la actividad de las plataformas de atención telefónica de las entidades aseguradoras de MAPFRE en el exterior:

LLAMADAS POR TIPO DE SERVICIO	MAPFRE COLOMBIA		MAPFRE BRASIL		MAPFRE TEPEYAC		MAPFRE ARGENTINA		MAPFRE PUERTO RICO	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
SOLICITUD DE INFORMACIÓN	30%	40%	37%	25,4%	72%	51%	25%	22%	71%	40%
TRAMITACIÓN DE SINIESTROS	14%	-	33%	37,2%	24%	40%	5%	15%	9%	40%
CAMBIOS DE DATOS	5%	5%	0%	9,6%	3,7%	-	25%	24%	10%	10%
OTROS	5%	55%	29,8%	27,8%	0%	9%	45%	38%	10%	10%

Mención especial merece la red de plataformas telefónicas en el exterior de MAPFRE ASISTENCIA, que este año ha puesto en funcionamiento una segunda plataforma en Estados Unidos, a través de la que gestionará más de 8,2 millones de llamadas anuales. Estas plataformas telefónicas dan empleo a 1.979 personas (1.927 en 2006) y ha atendido en 2007 un total de 17.545.809 llamadas. El 77 por 100 de ellas (13.510.273) corresponde a tramitación de siniestros, y el 19 por 100 restante (3.333.703) a solicitudes de información. El cuadro siguiente facilita datos de las cuatro mayores plataformas:

## Llamadas por tipo de servicio



En conjunto, en los servicios de atención telefónica a clientes trabajan 3.038 empleados, de los que 1.021 lo hacen en España y 2.017 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 2007 se han rediseñado todos los portales, dotándoles de mayor accesibilidad para permitir que cualquier persona discapacitada pueda acceder a la información contenida en los mismos. También se han revisado y mejorado los tarificadores y contratadores on line, y se ha trabajado en un nuevo diseño de la Oficina Internet MAPFRE, que dispondrá de un mayor número de servicios, con funciones más avanzadas.

## 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 la 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 (en relación con el seguro de decesos), y veterinarios (en relación con el seguro de animales de compañía).

- 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 daños causados como consecuencia de siniestros como para dar soluciones a necesidades propias de los clientes.

- Centros médicos propios dotados de personal altamente cualificado para la atención de accidentados de tráfico (10 con área de rehabilitación), de los clientes de Salud (8) y de los asegurados de Asistencia desplazados (tres en el Caribe y uno en Honduras); y para la rehabilitación de accidentados de trabajo (4 en Argentina).

- Centros propios (102) de peritación y pago rápido de siniestros de automóviles, con profesionales formados en las técnicas más novedosas, y dos talleres propios para la reparación de vehículos siniestrados.

- Centros de investigación y desarrollo de sistemas de prevención de accidentes de circulación y de reparación de vehículos (CESVIMAP), en España, Argentina, México, Brasil, Colombia y Francia, cuyas investigaciones sobre equipos, herramientas, materiales y productos que se emplean en dichas reparaciones son una referencia para el mantenimiento de la seguridad.

- Desarrollo de programas de simulación en relación con accidentes de tráfico (RECONSTRUCTOR 98 de CESVIMAP) y aplicaciones informáticas para la gestión de emergencias Emergex Web y de la prevención (GESSTIONA de gestión integrada de prevención de riesgos laborales, PERMAP para inspección de riesgos medioambientales, MANTEMAP para la gestión del mantenimiento de instalaciones PCI, DIMAP para el diagnóstico medioambiental).

- Servicio de traducción e interpretación en veintisiete idiomas, de MAPFRE ASISTENCIA.

En 2007 se han incorporado las siguientes novedades:

- Asesoramiento y productos para la generación e inversión del ahorro personal y familiar, con especial orientación al ahorro-previsión. En esta área, en 2007 se han desarrollado tres herramientas para facilitar la atención al cliente: Cálculo Complemento Pensión (que cuantifica la aportación que el cliente debe hacer para complementar su futura pensión

pública de jubilación y no perder poder adquisitivo); Comparador de Fondos (que compara los fondos de pensiones gestionados por MAPFRE VIDA con el resto de los que se comercializan en España); y Perfil Vida (que identifica los diferentes productos de inversión, previsión y Vida-Riesgo que mejor se adaptan a las necesidades de cada cliente, en función de parámetros y perfiles de riesgo). En el año 2008 se pondrá en funcionamiento también el Comparador de Fondos de Inversión.

- Estudio del comportamiento de los jóvenes conductores de entre 18 y 27 años (proyecto Generación Y), para conocer cuáles son sus hábitos al volante y su exposición al riesgo, como base para el posible desarrollo de seguros con primas calculadas en función del uso de cada vehículo.

- Servicio de Orientación Jurídica de MAPFRE CAJA SALUD que atiende telefónicamente gestiones legales, penales, civiles, administrativas y laborales de los asegurados de pólizas de indemnización; y servicio telefónico de orientación médica para los titulares de las pólizas de asistencia sanitaria y de reembolso.

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes, MAPFRE mantiene acciones y campañas de fidelización, teniendo en cuenta que cada cliente o asegurado requiere una gestión distinta adaptada a sus necesidades y demandas; y desarrolla un contacto creciente con los clientes a través de encuestas de calidad y propuestas de valor añadido para incrementar su vinculación con MAPFRE.

En este sentido, el CLUB MAPFRE ofrece una amplia gama de servicios y ventajas exclusivas para sus socios, que pueden disfrutar de servicios exclusivos y obtener "tréboles de descuento" (puntos canjeables) utilizando la tarjeta del CLUB MAPFRE, mediante conciertos con un número creciente de colaboradores, que al cierre de 2007 superaban los 13.500.

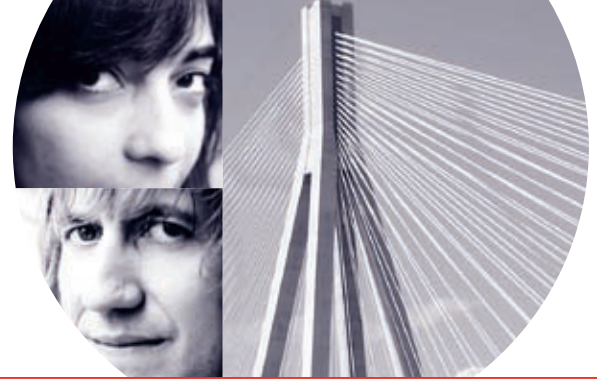
Asimismo, desarrolla una permanente labor de investigación para diseñar nuevos productos. En el ejercicio 2007 se han lanzado al mercado los siguientes:

OFICINA DE ATENCIÓN  
AL CLIENTE



### Nuevos productos y servicios 2007

SECTOR DE SEGURO	PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
AUTOMÓVILES	ESPAÑA	<p><b>Moto Diez:</b> Amplía la tradicional cobertura a terceros, ofreciendo garantías, hasta ahora, dirigidas exclusivamente a vehículos turismos.</p> <p><b>Moto Líder:</b> Ofrece la cobertura más completa para motocicletas y añade importantes ventajas personalizadas.</p>
	BRASIL	<p><b>AutoMais Taxi:</b> Seguro diseñado para los propietarios de taxis, que incluye entre otras garantías, Responsabilidad Civil, colisión, incendio y robo.</p> <p><b>MAPFRE Dos Ruedas:</b> Seguro para motocicletas.</p> <p><b>MAPFRE Dos Ruedas Special:</b> Seguro para motos con una cilindrada superior a los 500 cc.</p> <p><b>CLUB MAPFRE:</b> Ofrece servicios y ventajas para sus socios, así como acceso a productos financieros.</p>
	PUERTO RICO	<p><b>Autoplan:</b> Seguro que ofrece descuentos a los clientes con buen historial de conducción.</p>



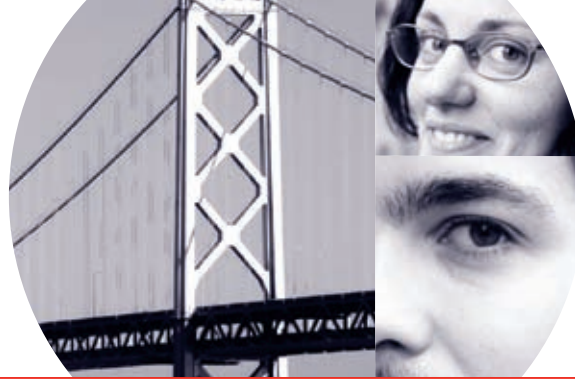
## Nuevos productos y servicios 2007

SECTOR DE SEGURO	PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
AUTOMÓVILES	COLOMBIA	<b>Cero Kilómetros:</b> Seguro para vehículos nuevos de uso particular o familiar.
	URUGUAY	<b>Accidentes Personales en Tránsito:</b> Ofrece coberturas en caso de fallecimiento a peatones, conductores, acompañantes o pasajeros en transporte público, terrestre o aéreo.
	PERÚ	<b>Auto 0 Kilómetros:</b> Seguro de automóviles nuevos, que ofrece indemnización a precio de mercado durante los dos primeros años.
	MÉXICO	<b>Call &amp; Click:</b> Seguro que ofrece garantía de defensa legal y cobertura de gastos médicos de los ocupantes del vehículo.
VIDA, INVERSIÓN Y AHORRO	ESPAÑA	<b>Autónomos VIDA:</b> Seguro de vida anual renovable dirigido exclusivamente a este colectivo de profesionales (Cotizantes al R.E.T.A.). Ofrece capital garantizado en caso de fallecimiento o invalidez absoluta y permanente, así como una indemnización diaria si el titular sufriera una incapacidad temporal total que conllevara una baja laboral.
		<b>DINERVIDA:</b> Seguro a prima única y duración fija a dos años. Garantiza un interés técnico anual equivalente del 8% durante el primer mes, y para el resto del contrato los rendimientos se vinculan a la evolución que siga el índice Euribor a tres meses, fijándose un nuevo tipo de interés para cada trimestre natural.
		<b>Renta VIDA Garantía:</b> Seguro que proporciona una renta vitalicia periódica al titular a cambio de la prima única aportada al contratar, contando con liquidez (rescate) transcurrida la primera anualidad. El capital de fallecimiento decrece con el paso del tiempo, al objeto de optimizar la rentabilidad para el cliente en las rentas que percibe.
		<b>PIAS Ahorro Pensión:</b> Plan Individual de Ahorro Sistemático, con capital garantizado y Participación en Beneficios. Admite primas periódicas y primas únicas, contando con liquidez.
		<b>PIAS Ahorro Inversión:</b> Plan Individual de Ahorro Sistemático de prima única y con capital garantizado al vencimiento. También dispone de liquidez.
		<b>Fondmapfre Estabilidad FI:</b> Fondo de inversión de renta fija española a corto plazo.
		<b>Fondmapfre Garantizado 703:</b> Fondo de inversión garantizado de renta variable.
		<b>Fondmapfre Garantizado 707:</b> Fondo de inversión garantizado de renta variable.
		<b>Fondmapfre Garantizado 711:</b> Fondo de inversión garantizado de renta variable.
		<b>PPSE:</b> Seguro colectivo de ahorro de aportación periódica o única que garantiza un interés técnico más participación en beneficios al vencimiento. Todo ello con las mismas condiciones en cuanto a coberturas, aportaciones y fiscalidad que los planes de pensiones de empleo.
		<b>INVER 6M:</b> Seguro de vida mixto de inversión a prima única, que cuenta con capital garantizado tanto al vencimiento como en caso de fallecimiento. Su duración es de 6 meses.
		<b>Seguro Multifondos Doble Inversión:</b> Depósito a plazo fijo (a un año) combinado con un seguro Unit Linked (modalidad Vida Entera). La prima única inicial se destina a ambos productos, con un 50% máximo al depósito, cuya rentabilidad se establece en función de la cesta de fondos elegida. Admite primas adicionales al seguro. Tiene liquidez y capital en caso de fallecimiento.
		BRASIL
<b>MAPFRE RF FIC de FI:</b> Fondo que invierte principalmente en el mercado de renta fija.		
<b>MAPFRE RF Plus FIC de FI:</b> Fondo que invierte principalmente en el mercado de renta fija.		
<b>MAPFRE DI FIC de FI:</b> Fondo de inversión que ofrece liquidez diaria.		
		<b>MAPFRE DI Plus FIC de FI:</b> Fondo de renta fija que ofrece liquidez diaria.



## Nuevos productos y servicios 2007

SECTOR DE SEGURO	PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
<b>VIDA, INVERSION Y AHORRO</b>	EL SALVADOR	<b>Deceso Familiar:</b> Seguro de Vida que cubre a toda la unidad familiar en caso de muerte, enfermedad o accidente.
	REPÚBLICA DOMINICANA	<b>Más Vida:</b> Póliza de vida.
	CHILE	<b>Vida 5:</b> Seguro de Vida, que incluye, entre otras coberturas, descuentos en farmacias.
	PERÚ	<b>Sepelio MAPFRE:</b> Seguro de Vida con primas temporales en dólares y cobertura de sepelio.
		<b>Finisterre Clásico-Huachipa:</b> Seguro de Vida con primas vitalicias en soles, que incluye cobertura de sepelio.
		<b>Masivos:</b> Seguro de Decesos, que incluye indemnizaciones a la familia del fallecido.
	COLOMBIA	<b>Renta Vitalicia con gratificación:</b> Seguro dirigido a jubilados con 14 rentas anuales.
MÉXICO	<b>Administración de Riesgos Profesionales:</b> Incluye prestaciones asistenciales y económicas.	
<b>SEGUROS GENERALES</b>	BRASIL	<b>Seguro de Accidentes Personales en vuelo:</b> Seguro de Vida con cobertura en accidentes aéreos.
		<b>Seguro de Venta Masiva Temporal a 1 año:</b> ofrece indemnización en caso de muerte natural, con la opción de coberturas de servicios funerarios.
	ARGENTINA	<b>MAPFRE Alquiler:</b> Seguro que incluye, entre otras garantías, el cobro del alquiler en caso de incumplimiento de pago por parte del inquilino.
		<b>MAPFRE Empresarial:</b> Póliza que incluye diferentes coberturas para actividades industriales y comerciales.
	CHILE	<b>Seguro para mascotas:</b> Seguro de mascotas, que permite contratar la cobertura de Responsabilidad Civil para cubrir los daños que cause el animal.
	PERÚ	<b>Protección Trabajadores Rurales:</b> Póliza diseñada para los trabajadores del campo, que cubre enfermedades y accidentes personales.
		<b>Hogar7:</b> Seguro de hogar que incluye coberturas de incendio, robo, asalto y Responsabilidad Civil, entre otras.
	COLOMBIA	<b>Seguro Masivo Domiciliario:</b> Seguro de hogar con coberturas de incendio, robo y accidentes personales.
		<b>Seguro Masivo de Protección de Tarjetas de Crédito:</b> cubre el uso de la tarjeta de crédito como consecuencia de robo e incluye coberturas adicionales de hospitalización, entre otras.
	VENEZUELA	<b>Garantía Extendida Codensa:</b> Ofrece coberturas adicionales a la garantía ofrecida por el fabricante.
PARAGUAY	<b>Responsabilidad Civil Clínicas y Médicos:</b> Cubre los riesgos profesionales de este colectivo.	
<b>EMPRESAS</b>	ESPAÑA	<b>Responsabilidad Civil Empresarial:</b> Incluye, entre otras coberturas, gastos médicos, gastos de asistencia legal y defensa penal.
	BRASIL	<b>RC Aeropuertos:</b> Seguro que cubre lesiones, muerte y daños materiales dentro de las instalaciones aeroportuarias.
	MÉXICO	<b>Seguro de Obras de Arte:</b> Garantiza la completa protección de las obras de arte depositadas en galerías y salas de exposiciones, así como su almacenamiento y los daños que pudieran sufrir durante el transporte.
	COLOMBIA	<b>MAPFRE Seguro de Crédito a la Exportación:</b> Seguro que incluye, entre otras coberturas, soluciones para mejorar la gestión de riesgos y el cobro internacional de créditos.
		<b>Responsabilidad Civil Profesional para Agentes de Seguros:</b> ofrece coberturas para agentes de seguros y fianzas en el ejercicio de sus actividades profesionales.
		<b>MAPFRE Restaurantes:</b> cubre las pérdidas materiales de los inmuebles y el contenido, así como las ocasionadas a los clientes por hechos fortuitos.



## Nuevos productos y servicios 2007

SECTOR DE SEGURO	PAÍS	MODALIDADES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
SALUD	ESPAÑA	<b>MAPFRE Salud Elección:</b> Seguro dirigido a clientes con perfil económico medio y bajo, que garantiza atención médica y quirúrgica.
	CHILE	<b>Salud 7:</b> Seguro médico que incluye, entre otras coberturas, segunda opinión médica nacional e internacional y orientación telefónica 24 horas.
	COLOMBIA	<b>Seguro de Asistencia Médica Inmediata:</b> Ofrece cobertura médica a domicilio.
	MÉXICO	<b>Seguro por Hospitalización Diaria:</b> Ofrece indemnización de hasta 180 días por hospitalización, consecuencia de accidente o enfermedad.  <b>Seguro de Indemnización Diaria por Incapacidad:</b> Ofrece indemnización de hasta 52 semanas al asegurado que sufra un accidente o enfermedad.
	PERÚ	<b>MAPFRE EPS:</b> Plan integral de salud para empresas.
ASISTENCIA	FILIPINAS CHINA	<b>Autoclub:</b> Club de servicios para el conductor, que ofrece, entre otros, servicio de grúa, reparaciones y asistencia en accidentes de tráfico.
	COLOMBIA EL SALVADOR	Oficinas móviles de atención de siniestros de automóviles para aseguradoras.
AGROPECUARIA	ESPAÑA	<b>Seguro para tractores y Maquinaria Agrícola:</b> Incorporación de la cobertura de accidentes que pueda sufrir el conductor cuando está trabajando con el vehículo asegurado y la de rotura de lunas.
		<b>Seguro para Explotación de Ganado Porcino y Avícolas:</b> Inclusión de la cobertura de Responsabilidad Civil por Contaminación Medioambiental.
		<b>Seguro para Empresas de Servicios de Maquinaria Agrícola:</b> Póliza que incluye, entre otros, la cobertura de daños y de Responsabilidad Civil.
	COLOMBIA	<b>Seguro Cultivos Incendio y Anexos:</b> Cubre los riesgos no climatológicos que pueden afectar a los cultivos.  <b>Seguro Agrícola:</b> Cubre los riesgos climáticos que pueden afectar a los cultivos.  <b>Multirriesgo Infraestructura Agroindustrial:</b> Ofrece coberturas para la industria agraria.
	CHILE	<b>Vidaviaje:</b> Seguro de asistencia en viaje, que incluye, entre otras prestaciones, asistencia médica telefónica las 24 horas del día.

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

## Reclamaciones

MAPFRE cuenta con una Dirección para la atención de las quejas y reclamaciones de todos los usuarios de sus servicios financieros; y con la Comisión de Defensa del Asegurado, institución creada en 1984, que resuelve de forma gratuita y con total independencia de actuación respecto a los órganos de gobierno de MAPFRE 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 entidades del Grupo, y de los partícipes o beneficiarios de planes de pensiones individuales promovidos o gestionados por entidades de MAPFRE o depositados en ellas, así como de los derechohabientes de todos ellos.

En el ejercicio 2007, la Dirección de Reclamaciones, ha tramitado una media de 625 escritos mensuales. En total, 3.567 reclamaciones

–quejas que tienen un verdadero contenido económico e incluyen una pretensión concreta–; y 3.937 quejas respecto a incidencias en la operativa de la tramitación de los siniestros y pólizas, que se remiten a los departamentos oportunos para su adecuada atención.

Las 3.567 reclamaciones recibidas son inferiores en un 4 por 100 a las recibidas en el ejercicio 2006, 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 motivos de insatisfacción que se aprecian. Por su parte, las quejas han experimentado un descenso del 15 por 100 respecto a las recibidas en el año anterior.

El 50 por 100 de las reclamaciones están relacionadas con el Seguro del Hogar, el 23 por 100 con el Seguro de Automóviles, el 8 por 100

con el Seguro de Salud, el 6 por 100 con los Seguros de Empresas, y el 13 por ciento restante con los demás seguros.

Cuando el cliente así lo solicita, por disconformidad con la propuesta de resolución que le formula la Entidad, las reclamaciones pasan al examen y decisión de la Comisión de Defensa del Asegurado, que ha resuelto durante el ejercicio 2007 un total de 632, y que ha formulado en su Memoria Anual diversas recomendaciones para incrementar la calidad del servicio a los clientes, entre las que destacan:

- Mayor coordinación en el alcance de las condiciones generales de los distintos seguros, así como en el tratamiento de un mismo siniestro al que le sean de aplicación distintas pólizas.
- Aclaración extrema al cliente sobre si, en las pólizas procedentes de la adquisición de otras aseguradoras, se mantienen las pólizas originales o se sustituyen, y en que fecha, por las de su nueva aseguradora. Asimismo, revisión general de los condicionados con criterios homogéneos.
- Máxima coincidencia de la publicidad de algunas garantías con los términos en que se redactan los condicionados.
- Precisión en la información suministrada a los clientes en algunas modalidades de seguro de vida, para evitar posibles equívocos que puedan dar lugar a error de consentimiento en la aceptación del contrato.
- Redacción más clara y precisa en la formulación de las condiciones relativas a seguros de vida vinculados a fondos de inversión.
- Revisión más prudente, y de conformidad con los asegurados, de la adecuación de las primas al coste de las prestaciones en pólizas de gran antigüedad del Seguro de Decesos. En la prestación del servicio amparado por estas pólizas, mejora de la supervisión de la actuación de proveedores y mayor coordinación de los servicios prestados.
- Máxima diligencia en el asesoramiento y asistencia derivadas de la garantía de defensa en multas, pues su correcto cumplimiento evitará situaciones indeseadas.
- Mantenimiento del rigor en la tramitación de las coberturas de incapacidad e invalidez, evitando exámenes exageradamente rigurosos en situaciones convencionales.
- Conveniencia de perfilar con mayor precisión el concepto de accidente en las coberturas de accidentes personales, en relación con situaciones equiparables y con el artículo 100 de la Ley de Contrato de Seguro.
- Mayor homogeneidad en la suma asegurada para la garantía de defensa jurídica entre los distintos tipos de pólizas.
- En las condiciones particulares en el Seguro del Hogar, determinación de la relación existente entre el concepto suma asegurada como límite indemnizatorio y la valoración de los "bienes especiales".

- Aplicación más rigurosa de las exigencias para el ajuste de primas en la renovación de pólizas en el Seguro de Salud. Aplicación en todos los casos posibles de la cláusula ya establecida en el Seguro de Automóviles sobre la parte de prima no consumida.

- En la cobertura de fallecimiento del Seguro de Accidentes Colectivo análisis de la extensión de las nóminas de haberes activos a aquellos de carácter pasivo, por considerarse de efectos asimilables.

- Mayor aclaración del alcance de la cobertura de reparaciones o roturas de aparatos sanitarios en el Seguro de Hogar.

- Mantenimiento del criterio seguido en la tramitación de prestaciones de fallecimiento del Seguro de Vida, igualando el tratamiento a todos los descendientes al margen de que lo sean de uniones matrimoniales o no.

### 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 385 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 parámetros como el nivel de resolución de sus solicitudes; así como la calidad percibida y la 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 de forma personalizada, estableciéndose planes concretos de formación en las habilidades propias de la labor que desempeñan para los empleados que prestan atención al cliente, y en las técnicas necesarias para su trabajo, entre los que se pueden destacar los siguientes:

- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| • Orientación al cliente          | • Productos MAPFRE  |
| • Técnicas de atención al cliente | • Procedimientos internos (gestión de cobros, gestión de siniestros, gestión de reclamaciones, programas informáticos de apoyo) |
| • Estrategias de venta telefónica |   |
| • Manejo de conflictos            |   |
| • Comunicación interpersonal      |   |



En el cuadro siguiente se incluye una selección de datos con los que se evalúa la evolución de la calidad en el servicio en el Centro de Atención al Cliente 24 horas (CAC 24) de la División Familiar de MAPFRE.

PARÁMETROS	CAC 24	
	2007	2006 <sup>(*)</sup>
Nº LLAMADAS (gestionadas)	18.827.005	16.396.783
Nº MEDIO DE LLAMADAS EN ESPERA (%)	37,3%	29%
Nº MEDIO DESISTIMIENTOS (%)	7%	6,6%

(\*) Estimación realizada en base al supuesto de que en 2006 hubiesen estado integradas en una única plataforma todas las que daban servicios al negocio de Automóviles, Seguros Generales y Salud. Los datos utilizados para calcular la estimación fueron verificados en 2006.

A su vez, el siguiente cuadro refleja los mismos datos para las principales filiales que operan en seguro directo en el exterior:

PARÁMETROS	MAPFRE COLOMBIA		MAPFRE BRASIL		MAPFRE TEPEYAC		MAPFRE ARGENTINA	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Nº LLAMADAS	395.000	190.000	2.087.099	2.234.927	923.556	1.121.379	2.190.000	1.001.051
TIEMPO MEDIO DE ESPERA (en segundos)	35	N.D.	60	62	49	33	8	15
Nº. MEDIO DE LLAMADAS EN ESPERA (%)	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	53%	N.D.	N.D.	1,2%
Nº DESISTIMIENTOS (%)	34%	N.D.	12,9%	7,6%	N.D.	N.D.	4%	5,2%

PARÁMETROS	MAPFRE PUERTO RICO		MAPFRE VENEZUELA	
	2007	2006	2007	2006
Nº LLAMADAS	446.000	419.911	720.382	940.875
TIEMPO MEDIO DE ESPERA (en segundos)	14	20	69	165
Nº MEDIO DE LLAMADAS EN ESPERA (%)	N.D.	N.D.	15%	N.D.
Nº DESISTIMIENTOS (%)	N.D.	N.D.	33,5%	5,6%

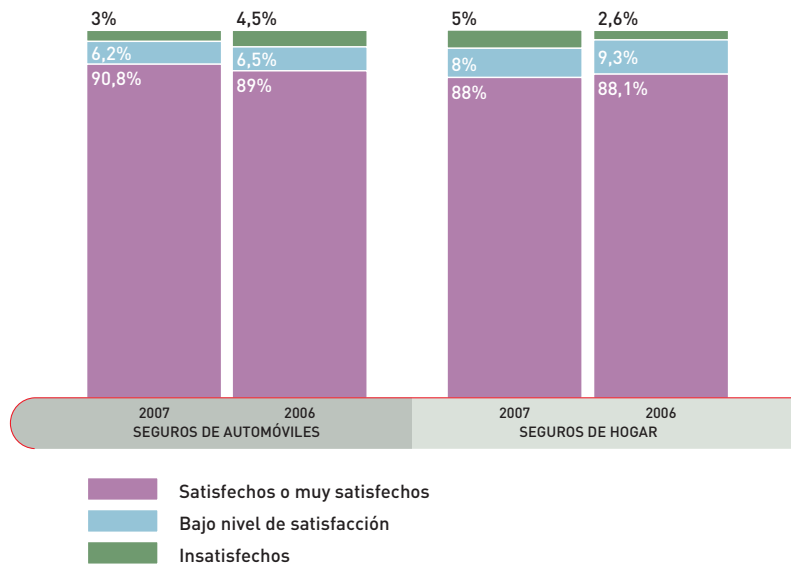
En las principales plataformas de la Unidad de Asistencia, los datos más significativos son los siguientes:

PARÁMETROS	BRASIL		EEUU		ARGENTINA		TURQUÍA	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Nº LLAMADAS	2.699.911	2.729.021	1.409.655	1.701.294	2.820.000	2.356.195	2.820.000	2.622.772
TIEMPO MEDIO DE ESPERA (en segundos)	15	12	17	22	18	31	12	14
Nº MEDIO DE LAMADAS EN ESPERA (%)	31,4%	24%	23%	17,3%	18%	26%	18%	22%
Nº DESISTIMIENTOS (%)	4%	4,7%	4,5%	3,8%	16%	10%	5%	6%

Además de los sistemas internos de seguimiento de la calidad, MAPFRE utiliza los establecidos por los diferentes organismos acreditados del sector, como el Estudio de Satisfacción de los Asegurados de MAPFRE AUTOMÓVILES y MAPFRE SEGUROS GENERALES realizado por ICEA,

del que se desprenden las siguientes conclusiones en cuanto a la satisfacción general del cliente tras haber hecho uso del seguro:

### Nivel de satisfacción



Fuente ICEA. Estudio Satisfacción. Asegurados MAPFRE AUTOMÓVILES, 2007 y Encuesta Sectorial a Clientes de Hogar de MAPFRE, 2007. Clientes de cartera con siniestros.

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 y estudios sectoriales para analizar la calidad y la percepción que tienen de la misma los clientes de MAPFRE. Se llevan a cabo, asimismo, auditorías de calidad de los procesos de gestión, y se realiza periódicamente un seguimiento telefónico para el control de pólizas y el estudio de causas de 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 con el fin de recuperar clientes perdidos.

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 calidad y un trato preferente.

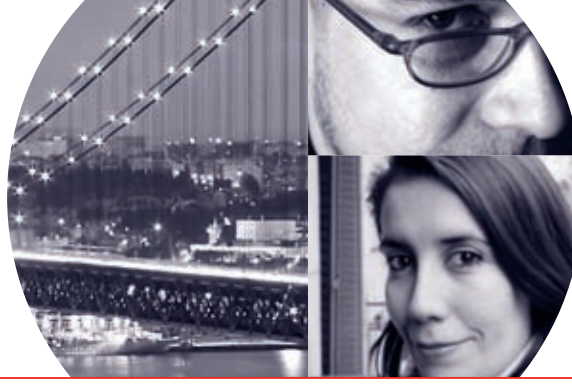
MAPFRE es consciente de la importancia de la confidencialidad de los datos de sus clientes, por lo que tiene establecidos los procedimientos necesarios para conseguir la imprescindible protección

de datos de carácter personal de que dispone. Prueba de ello es, por ejemplo, que todos los aspectos relacionados con el tratamiento de la información en el estudio Generación Y sobre hábitos de conducción de los jóvenes estarán certificados por AENOR.

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 de cada uno de los clientes.

PRESENTACIÓN DEL SERVICIO DE ASISTENCIA EN CARRETERA PARA PERSONAS SORDAS





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

#### PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS ESPAÑOLES

- Octava mejor empresa del Ibex en cuanto a prácticas de Responsabilidad Social.
- Entidad mejor valorada en el sector asegurador en el Informe MERCO (Monitor Español de Reputación Corporativa) 2006.
- MAPFRE, entre las 20 empresas más deseadas para trabajar, según el Informe MERCO (Monitor Español de Reputación Corporativa).
- Premios ICEA a diferentes entidades de MAPFRE en el concurso de Detección de Fraudes.
- MAPFRE, Premio PR por su expansión internacional.
- MAPFRE, una de las 50 mejores empresas para trabajar, según la Fundación Know How.
- MAPFRE, entre las 50 primeras marcas españolas más renombradas, según el Foro de Marcas Renombradas Españolas y la Oficina Española de Patentes y Marcas.
- MAPFRE, la empresa en la que más confían los consumidores, según FutureBrand.
- Premio del Grupo Dirigentes a MAPFRE en la categoría de Responsabilidad Social.
- MAPFRE QUAVITAE, ganadora del Premio a la Excelencia en la Gestión Residencial.

#### PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES

- José Manuel Martínez, Presidente de MAPFRE, galardonado con el Insurance Hall of Fame, máxima distinción de la industria aseguradora mundial.
- MAPFRE, entre las 10 mejores empresas financieras de la década en América Latina, según Business News Americas y TEN Magazine.
- MAPFRE, entre las 100 primeras empresas del mundo con mejor reputación, según Reputation Institute.
- MAPFRE, galardonada como la tercera mejor empresa privada en Brasil en cuanto a la transparencia de sus estados financieros.
- MAPFRE clasificada como una de las 20 empresas modelos en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial, por la revista Guía Exame.
- Premio Top Social por el programa "Educación Vial es Vital" concedido por la Asociación de Dirigentes de Ventas y Marketing de Brasil.
- MAPFRE, ganadora en Brasil del premio e-learning.
- Reconocimiento al programa de e-learning de MAPFRE ABRAXAS para su red de concesionarios de automóviles.
- MAPFRE, una de las empresas más innovadoras en México, según la revista InformationWeekMexico.
- Reconocimiento a Antonio Cassio, Presidente de MAPFRE SEGUROS en Brasil, como uno de los principales ejecutivos del sector.
- Marco Orenes, Consejero Delegado de MAPFRE CAJA SALUD, condecorado con la Cruz Oficial de Isabel La Católica.

Por otra parte, diversas empresas de MAPFRE 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

- El Área de Siniestros de MAPFRE AUTOMÓVILES ha renovado la Certificación AENOR ISO-9001-2001 para la gestión, tramitación y liquidación de los siniestros.
- El Área de Operaciones de MAPFRE SEGUROS GENERALES ha renovado en 2007 su certificación ISO 9001:2000, y la ha ampliado a otros procesos y servicios que se prestan desde este área y a otras de sus plataformas telefónicas.
- MAPFRE AGROPECUARIA ha renovado la Certificación ISO 9001:2000.
- Un total de 23 empresas del Grupo cuentan con el certificado medioambiental ISO 14001, emitido por Det Norske Veritas (DNV).
- CESVIMAP tiene las certificaciones de calidad ISO 9001:2000 y 14001: 2000 otorgadas por AENOR.
- VIAJES MAPFRE tiene la certificación ISO 9001:2000, otorgada por Bureau Veritas y la "Q de Calidad turística" que concede el Instituto de Calidad para el Turismo Español ICTE.

#### CERTIFICACIONES DE ENTIDADES QUE OPERAN PRINCIPALMENTE EN EL EXTRANJERO

- Certificación ISO 9001:2000 concedida a MAPFRE ASISTENCIA por Bureau Veritas.
- Certificación ISO 9001:2000 a BRASIL ASISTENCIA, otorgada por Quality Evaluation.
- Certificación ISO 9001:2000 a ANDIASISTENCIA, concedida por Bureau Veritas.
- MAPFRE COLOMBIA SEGUROS GENERALES cuenta con la certificación ISO 9002:2000 otorgada por el Instituto de Normas Técnicas Colombianas ICONTEC y con la certificación ISO 9002:2000, concedida por IQ NET.
- Certificación ISO 9001:2000 a AFRIQUE ASSISTANCE, concedida por Bureau Veritas.
- Certificación ISO 9001:2000 concedida a Road China Assistance.
- Certificación ISO 9001:2000 concedida a Gula Assist (Bahrein).

## MAPFRE Y SUS ACCIONISTAS

### La acción de MAPFRE

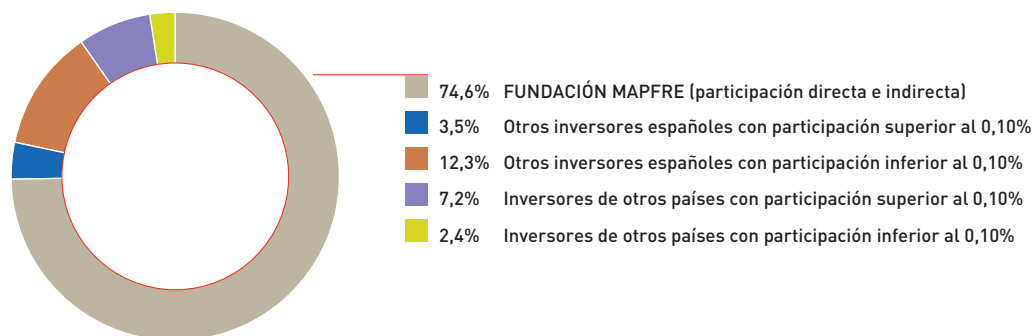
En el siguiente cuadro se muestra la información básica relativa a la acción de MAPFRE al cierre del ejercicio 2007:

Número de acciones en circulación	2.275.324.163, 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	- IBEX 35; - Dow Jones Stoxx Insurance; - MSCI Spain (y, en consecuencia, los demás índices MSCI en los que se incluyen empresas de seguros y españolas); - FTSE All-World Developed Europe Index; - FTSE4Good <sup>(*)</sup>
Código ISIN	ES0124244E34

(\*) Índice que evalúa 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 2007 la sociedad contaba con un total de 565.042 accionistas, de los que 557.478 eran pequeños accionistas con residencia en España. El incremento de 515.821 accionistas respecto al cierre del ejercicio 2006 responde principalmente a la incorporación al accionariado de antiguos mutualistas de MAPFRE MUTUALIDAD. En los siguientes cuadros se encuentra el desglose del accionariado por tipo de accionistas y países:



### ACCIONADO POR PAÍSES

	%
España	90,4
Estados Unidos	1,8
Alemania	1,0
Francia	0,5
Reino Unido	0,4
Canadá	0,2
Países Nórdicos	0,1
Australia	0,1
Sin identificar	5,5

En la Junta General Extraordinaria de la Sociedad celebrada el día 4 de julio de 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. El plan alcanza a un total de 38 personas, a quienes se ha asignado un total de 8.625.733 acciones teóricas, equivalentes al 0,38 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.

El comportamiento de la acción de MAPFRE en los últimos cinco años respecto a los dos principales índices de referencia (el selectivo IBEX 35 y el sectorial Dow Jones (DJ) Stoxx Insurance) puede apreciarse en el siguiente cuadro:

	1 AÑO	3 AÑOS	5 AÑOS
MAPFRE	(12,0)%	38,8%	102,9%
DJ Stoxx Insurance	(11,9)%	34,7%	60,4%
IBEX 35	7,3%	67,2%	151,5%



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

	PGC/PCEA <sup>(1)</sup>		NIIF <sup>(2)</sup>				
	2003	2004	2004	2005	2006	2007 <sup>(3)</sup>	
BPA	0,15	0,16	0,19	0,21	0,28	0,32	
INCREMENTO	25,0%	6,7%	-	10,5%	33,3%	14,3%	

(1) Cifras calculadas de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en España y establecidos en el Plan General Contable (PGC) y el Plan Contable de Entidades Aseguradoras (PCEA).

(2) Cifras calculadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financieras (NIIF, o IFRS según el acrónimo inglés) adoptadas en 2005 por todas las sociedades que cotizan en las bolsas de la Unión Europea.

(3) 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:

	2003	2004	2005	2006	2007
DIVIDENDO	0,04	0,05	0,06	0,07	0,11
RENTABILIDAD POR DIVIDENDO	2,1%	2,4%	2,3%	2,2%	3,1%

El beneficio por acción y el dividendo por acción se han calculado usando un factor de ajuste y el número de acciones promedio ponderado, de conformidad con lo establecido por la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 33, para tomar en cuenta el efecto de la ampliaciones de capital realizadas en abril de 2004 y enero de 2007.

El dividendo a cuenta pagado en noviembre de 2007 ha aumentado en un 50 por 100 respecto al año anterior; y el que se propone a la Junta General como dividendo complementario es superior en un 40 por 100 respecto al complementario de 2006. El desembolso total del año en concepto de dividendos ha ascendido a 250,3 millones de euros, con incremento del 199,4 por 100 respecto a 2006.

## Información pública

MAPFRE amplía y mejora continuamente la información que pone a disposición del público inversor, a través de la publicación regular de los siguientes documentos:

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

Además, se confeccionan documentos adicionales para responder a las necesidades de comunicación específicas de cada ejercicio. Con referencia a la información publicada en el ejercicio 2007, merecen destacarse:

- La presentación para inversores de renta fija publicada con ocasión de la emisión de deuda subordinada llevada a cabo en el mes de julio.
- La presentación sobre la adquisición de la aseguradora estadounidense Commerce, dedicada a describir la compañía y explicar su relevancia estratégica para MAPFRE, así como los detalles de la transacción y sus efectos financieros.

## 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 en el apartado de la página web corporativa de MAPFRE ([www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)) dedicado a los accionistas, que es el principal canal de distribución de información para el público inversor. 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, que constituyen la actividad principal del Departamento de Relaciones con Inversores, y se llevan a cabo a través de las siguientes actuaciones:
  - Presentaciones de resultados.
  - Teleconferencias ("conference call").
  - Reuniones presenciales.
  - Participación en conferencias y otros foros específicos.

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 2007 se han realizado siete retransmisiones de este tipo.



## Relaciones con inversores

En el ejercicio 2007 MAPFRE ha desarrollado una intensa actividad de comunicación con los mercados financieros, cuyo resumen se muestra en el cuadro siguiente:

Presentaciones de resultados	7
Teleconferencias	4
Reuniones con analistas e inversores institucionales españoles	63
Reuniones con analistas e inversores institucionales de otros países	200
Participación en foros de inversores institucionales	5

En el mes de julio se ha realizado un programa específico de reuniones con inversores de renta fija, en el marco de la emisión de deuda subordinada llevada a cabo en ese mes.

Cabe destacar las actuaciones dirigidas especialmente a los pequeños accionistas que se han llevado a cabo en el ejercicio:

- Se ha activado un nuevo servicio telefónico (902 024 004) para atender las consultas de los accionistas durante las horas de actividad del mercado bursátil.

- Se ha renovado la sección de la página web corporativa dedicada a accionistas e inversores, con el fin de facilitar la navegación por la misma. Además, se ha añadido una nueva sección específica para pequeños accionistas.

- Se ha comenzado a publicar un nuevo boletín semestral que informa a los accionistas particulares de los resultados económicos, las actividades más relevantes, y la evolución del precio de la acción de la Sociedad. La primera edición, correspondiente al primer semestre del ejercicio, se ha enviado en el mes de septiembre.

Desde 2001 MAPFRE participa activamente, junto a otras siete sociedades cotizadas, 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 2007 las acciones de MAPFRE S.A. han cotizado 253 días en el Mercado Continuo, con un índice de frecuencia del 100 por 100. Se han contratado 1.965.657.628 títulos, frente a 1.294.990.695 en el ejercicio anterior, con aumento del 51,8 por 100. El valor efectivo de estas transacciones ha ascendido a 6.968,9 millones de euros, frente a 3.988,8 millones de euros en 2006, con incremento del 74,7 por 100.

El precio de las acciones de MAPFRE S.A. se ha reducido en 2007 en un 12 por 100, frente a una disminución del 11,9 por 100 del índice DJ Stoxx Insurance y un incremento del 7,3 por 100 del índice IBEX 35. En los últimos cinco años, el precio de las acciones de la Sociedad se ha incrementado en un 102,9 por 100, frente al incremento del 60,4 por 100 del DJ Stoxx Insurance y del 151,5 por 100 del IBEX 35. El rendimiento por dividendos pagados a lo largo del año representa un 3,1 por 100 sobre la cotización media del ejercicio. A finales de éste, seis bancos de negocios españoles e internacionales recomendaban "comprar" las acciones de la Sociedad, frente a cuatro recomendaciones de "mantener" y cuatro de "vender".

## MAPFRE Y SUS MEDIADORES

Las relaciones de MAPFRE con sus mediadores 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.

En el ejercicio 2007 las entidades de MAPFRE han creado un nuevo marco contractual con sus mediadores para adaptarse a la Ley 26/2006 de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados y a la nueva organización de RED MAPFRE implantada en 2005. El objetivo de esta reorganización es contribuir a la profesionalización de los mediadores para garantizar el libre ejercicio de su actividad en la Unión Europea, así como la protección de los consumidores, en sintonía con la finalidad de la nueva Ley de Mediación.

Para ello, se han elaborado nuevos contratos de agentes exclusivos para los agentes actuales, tras su asignación a las diferentes entidades de MAPFRE, y se han firmado convenios de distribución entre éstas con el fin de que los agentes puedan comercializar todos los productos del Grupo.

## Canales de relación

La relación de MAPFRE con sus mediadores se articula a través de diferentes canales:

- La relación con los delegados y agentes que integran la 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 comercial de asesores. 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 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 el 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 la Renovación de la Plataforma Red MAPFRE (a través del Portal Interno), con un nuevo acceso directo para las Oficinas Delegadas, con el fin de unificar y mejorar los accesos a las aplicaciones y a los contenidos necesarios, y convertirla en un "escritorio de trabajo" para los mediadores.

- Las Unidades y Sociedades Operativas que mantienen una mayor relación con corredores han desarrollado medios específicos para articular su relación con los mismos, dadas las diferentes necesidades y planteamientos propios de este canal. Además, en función del tipo de corredor se han establecido diferentes actuaciones –la atención, por ejemplo, a los corredores generalistas se lleva a cabo desde las Oficinas Directas y desde las Oficinas de Corredores–, y se ha remodelado el portal de corredores para orientarlo exclusivamente a los mediadores.

En conjunto, MAPFRE pone a disposición de sus mediadores una amplia variedad de herramientas, entre las que destacan el programa SIREN, el Portal Interno de MAPFRE, la Oficina 2000 para agentes plaza, la plataforma informática PDM exclusiva para delegados, el Sistema de Gestión Comercial y la plataforma PC Web para corredores y otros mediadores.

Durante 2007 se ha puesto también en marcha InfoRED, un nuevo sistema de publicación de informes que facilita el seguimiento y la gestión de la actividad comercial, y el cumplimiento de los presupuestos. Esta herramienta permite a cualquier usuario de la Red realizar consultas rápidas sobre la gestión comercial de cualquier unidad, y extraer informes con dichos datos. Además, ofrece la posibilidad de agrupar la información

por fuentes de producción, homogeneizando conceptos y permitiendo una visión clara y detallada de las ventas, así como del origen de la producción.

También se ha llevado a cabo en 2007 la adaptación del Sistema de Gestión Comercial a la nueva realidad de MAPFRE. Esta aplicación, a través de la cual se asignan las gestiones comerciales, ha incluido entre sus funcionalidades la captura y gestión de los vencimientos, así como acciones claves para la gestión en las oficinas comerciales, como las notificaciones de devolución de recibos, las campañas comerciales y de prevención, y la notificación de anulaciones de pólizas. Como ejemplo de su utilidad, en octubre de 2007 se han registrado más de un millón de accesos, lo que representa un incremento superior al 400 por 100 respecto al mismo periodo del año anterior. El Sistema de Gestión Comercial cuenta en la actualidad con más de 11.246 usuarios, y ha registrado más de 7,3 millones de accesos en 2007.

## Selección

MAPFRE tiene establecido un protocolo que incluye todos los procesos que se deben seguir para la selección de los mediadores. Con carácter general, se utilizan dos series de pruebas psicométricas dirigidas a evaluar, respectivamente, la eficacia comercial y los rasgos de personalidad, tales como orientación a la venta y actitudes. Como media, el proceso de selección incluye dos entrevistas, una de primer contacto a cargo del responsable comercial correspondiente, y otra con los responsables de formación de la Red, que realizan también las pruebas psicométricas.

Para seleccionar sus mediadores, MAPFRE elige profesionales y descarta cubrir esos puestos con trabajadores que busquen una actividad temporal. Por este motivo, el perfil de los mediadores de MAPFRE responde a capacidad, potencial y ética en su actuación.

CURSO DE DIRECTORES  
DE OFICINA



## Formación

Un elemento de diferenciación de MAPFRE en la relación con su red de mediadores es la importancia concedida a la formación. En 2007 se han incorporado en esta materia los requerimientos derivados de la nueva Ley de Mediación, y se han llevado a cabo diversas actividades en España, entre las que destacan por su implicación para el futuro las siguientes:

- Continuación del programa "Nuevos Delegados", en el que han participado 597 mediadores en 2007.
- Programa "Agente Integral del Sistema", con participación de 795 nuevos mediadores, y que ha supuesto una inversión de 5,7 millones de euros.
- Cursos iniciales para nuevos agentes.
- Formación continua de los delegados, agentes, y otros mediadores –centrada en productos, aspectos comerciales y herramientas– que han recibido 335.048 horas de formación.
- Acciones de reciclaje para incrementar el uso del "Sistema de Gestión Comercial", así como para dar a conocer las actualizaciones y mejoras de esta herramienta.
- Formación e-learning a través de la plataforma MAPFRE, con más de 11 cursos diferentes que se adaptan a las necesidades de los empleados y mediadores de RED MAPFRE. En total, la red de mediadores ha recibido más de 335.000 horas de formación (presencial y e-learning) en 2007.
- Formación on line de MAPFRE EMPRESAS, para afianzar los conocimientos de los asesores y comerciales de RED MAPFRE sobre los seguros de empresas a través de programas interactivos. A lo largo del año se ha formado a más de 1.700 personas de RED MAPFRE.

## Programas de apoyo

En la apuesta por la profesionalización de los mediadores, MAPFRE ha contribuido con importantes subvenciones para favorecer la carrera de

los agentes profesionales (AIS) y el desarrollo de nuevos delegados. En concreto, a lo largo del año 2007 se han concedido un total de 7,7 millones de euros en ambos programas, lo que supone un incremento del 12,5 por 100 respecto al año 2006.

## Acuerdos de distribución

Durante el ejercicio 2007 se ha incrementado significativamente la colaboración recíproca entre las redes de MAPFRE y CAJA MADRID en la distribución de productos aseguradores y bancarios, lo que ha constituido un factor singularmente positivo para la obtención de los excelentes resultados de este ejercicio.

El volumen de primas de seguro aportado por la red de CAJA MADRID ha ascendido en 2007 a 1.193,5 millones de euros, y la cifra de ventas de productos bancarios de activo y pasivo para CAJA MADRID aportadas por la RED MAPFRE a 4.138 millones de euros.

Por otra parte, durante 2007, MAPFRE ha firmado acuerdos de distribución con distintas entidades financieras:

- Con CAJA CASTILLA LA MANCHA, para la explotación y desarrollo conjunto de la sociedad CCMVIDA Y PENSIONES, cuyos productos se comercializan a través de la red de sucursales y otros canales de dicha Caja de Ahorros.
- Con BANKINTER, para el desarrollo conjunto del negocio de la sociedad BANKINTER SEGUROS DE VIDA, cuyos productos de Vida y Pensiones se comercializan a través de las redes del banco.
- Con BBVA SEGUROS, para la gestión y participación en régimen de coaseguro en los seguros de Automóviles que distribuye el Banco a través de diferentes canales.
- Con BANCO SABADELL, para la distribución de productos específicos para PYMES, y seguros de Salud para autónomos.

DESCRIPCIÓN	PRIMA	COMISIÓN	MAYOR DE PRIMAS	MAYOR DE COMISIONES	MAYOR DE PRIMAS Y COMISIONES	MAYOR DE PRIMAS Y COMISIONES	MAYOR DE PRIMAS Y COMISIONES	MAYOR DE PRIMAS Y COMISIONES	MAYOR DE PRIMAS Y COMISIONES
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...





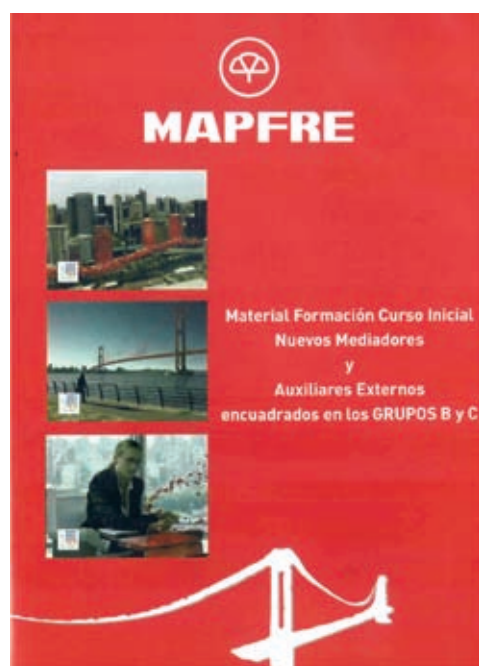
- Con BANCO PRIMUS, para la distribución de seguros vinculados al negocio hipotecario, principalmente seguros de Hogar, protección de pagos y seguros de Vida.

- Con BANKOA, para la distribución de los productos No Vida de MAPFRE, a través de sus 46 oficinas.

Además, se ha llegado a un acuerdo de intenciones con CAJA DUERO para el desarrollo conjunto de las sociedades UNIÓN DUERO VIDA y DUERO PENSIONES, cuyos productos de seguros y pensiones se comercializan a través de la red de dicha Caja, habiéndose formalizado en enero de 2008 el oportuno acuerdo de colaboración y la adquisición de las participaciones de MAPFRE en las dos sociedades mencionadas.

### Calidad

MAPFRE tiene establecidos diversos sistemas de control de la actuación de sus mediadores para mejorar la calidad del servicio ofrecido al cliente. En concreto, sus entidades realizan encuestas periódicas entre los clientes para evaluar la atención prestada, y llevan a cabo un seguimiento de las reclamaciones de aquéllos para solucionar los problemas detectados. También se realizan revisiones operativas de las oficinas, con la elaboración del consiguiente informe, y se desarrollan planes de formación para el uso de las aplicaciones integradas en las distintas plataformas, con el fin de lograr los máximos niveles de calidad.



## MAPFRE Y SUS PROVEEDORES

MAPFRE mantiene con sus proveedores de bienes y servicios relaciones basadas en la equidad, y en la rapidez en el cumplimiento de las obligaciones que se derivan de los contratos suscritos con los mismos. Estas relaciones se desarrollan según las siguientes líneas de actuación:

- Los proveedores que suministran bienes y servicios generales se relacionan con MAPFRE a través de los Departamentos de Servicios Generales de las diferentes Unidades y Sociedades Operativas, en los que se centraliza la gestión de las compras.

- La adquisición de productos informáticos y de comunicaciones para las entidades situadas en España se centraliza en la Dirección General de Procedimientos y Tecnologías. Las entidades de MAPFRE en otros países cuentan también con responsables de compras de productos informáticos independientes de los departamentos de Servicios Generales.

También existen departamentos concretos que gestionan la relación con proveedores de productos y servicios de marketing y publicitarios.

- Cada una de las Unidades y Sociedades Operativas gestiona las relaciones con los proveedores que prestan a sus clientes servicios específicamente relacionados con su propia actividad operativa, especialmente en la atención de siniestros, como son las reparaciones por siniestros de Hogar, la prestación de servicios sanitarios, los servicios relacionados con la cobertura de Asistencia, y los de reparación de daños personales y materiales vinculados al Ramo de Automóviles.

En todas estas áreas existen sistemas de coordinación en la gestión de los proveedores comunes a varias Unidades o Sociedades Operativas, y se desarrollan actividades relacionadas con su selección, su formación y la prestación de apoyo a los mismos para lograr un adecuado nivel de calidad en sus servicios.

En el año 2007, y para impulsar las máximas sinergias y ahorros en costes, la Comisión Delegada de MAPFRE ha aprobado la creación del Departamento Central de Medios, integrado en la Dirección General de Recursos Humanos y Medios, que desde 2008 gestionará para todo el Grupo en España las compras de bienes y servicios de carácter general (material de oficina, papelería e impresos, servicios de correo, mensajería, valijas y reprografía, servicios de gestión documental y archivo, compras de marketing y mobiliario de oficina), y establecerá las normas globales, que serán aplicables también a las adquisiciones de bienes y servicios tecnológicos específicamente relacionados con la actividad de cada División, Unidad o Sociedad.

Las funciones de este nuevo Departamento quedarán plenamente implantadas a lo largo de 2008, y se espera que sus procedimientos

garanticen la actuación coordinada entre las entidades de MAPFRE, mediante el establecimiento de una herramienta común y la definición de nuevos canales de comunicación. Bajo su responsabilidad quedarán además los mecanismos de información a los órganos de decisión de MAPFRE sobre la política de proveedores del Grupo (volúmenes de compras, descuentos, tipos de proveedores, y cumplimiento de las recomendaciones sobre políticas de Responsabilidad Social).

A lo largo del ejercicio 2007 y en el marco de las funciones asumidas por la nueva Dirección General de Procedimientos y Tecnologías, se han impulsado también medidas para unificar y homologar a los proveedores de tecnología en las distintas filiales.

En 2007 el coste total de los bienes y servicios adquiridos por las entidades de seguros de MAPFRE en España ha superado los 82,2 millones de euros.

### Canales de relación y sistemas de apoyo

Con carácter general, la relación con los proveedores se articula a través de las plataformas telefónicas, propias o concertadas, y de líneas telefónicas específicas; aunque de forma creciente se están desarrollando plataformas en Internet, que permiten realizar todo tipo de gestiones de forma rápida y segura. Merecen destacarse, como canales especialmente significativos, los siguientes:

- El Portal de Colaboradores de MAPFRE AUTOMÓVILES a través del cual los proveedores de servicios de asistencia y reparación del automóvil (grúas, taxis, talleres) pueden realizar todas sus operaciones: revisión del estado de la facturación, liquidación del servicio, situación de la prestación, asignación de servicios, autofacturación, etc. Al cierre de 2007 estaban registradas en este portal más de 6.400 compañías proveedoras de servicios de asistencia y reparación del automóvil.

- El Portal de Proveedores de MAPFRE SEGUROS GENERALES, que cuenta con diversos sistemas de apoyo específicos para el colectivo de profesionales reparadores del Hogar, entre los que destaca el acceso a la página Infocol ([www.infocol.com](http://www.infocol.com)), mediante la cual pueden recibir las comunicaciones de trabajos, tramitar el cobro de las reparaciones realizadas, consultar campañas promocionales, etc. A finales de 2007 se habían registrado en esta plataforma, y operaban a través de ella, 2.800 profesionales de reparación, de los 3.200 que colaboran con la entidad. En un próximo futuro se incorporarán a esta herramienta las redes de peritos y abogados colaboradores, con lo que se alcanzará la cifra de 3.900 usuarios.

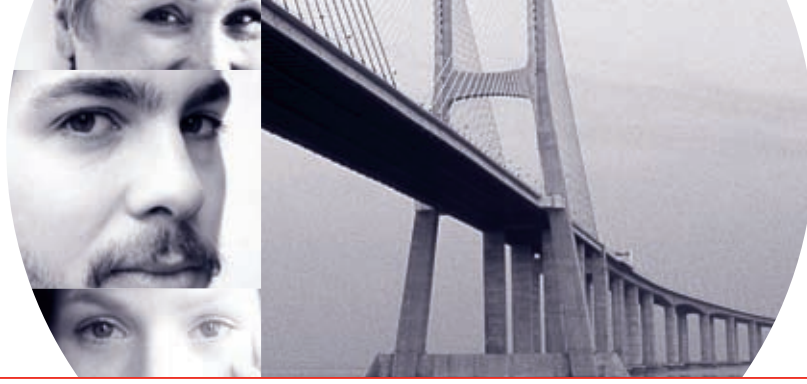
- Los Asesores Médicos Provinciales, encargados de la selección, contratación y mantenimiento de la relación con los proveedores de servicios sanitarios (profesionales de la medicina y centros médicos

y hospitalarios) que disponen de la plataforma en Internet WMSalud, a través de la cual pueden recibir y distribuir a proveedores todo tipo de información de utilidad para éstos (manuales, condicionados, información sanitaria); y el Departamento de Atención al Profesional Sanitario, que pone a disposición de este colectivo una dirección de correo electrónico específica para recibir sus sugerencias, reclamaciones o cualquier otra cuestión que no haya sido resuelta por el Asesor Provincial. Además, MAPFRE facilita a estos profesionales la posibilidad de que realicen la facturación automática de sus servicios a través de Internet, utilizando los diferentes dispositivos de gestión existentes en la Red Chip Card.

- La utilización de una plataforma de envío de mensajes cortos (SMS) y de transmisión de datos GPRS de Telefónica, a través de la cual, los proveedores reciben los trabajos del día a través de un mensaje corto, y pueden acceder a todos los datos asociados a los mismos. En esta línea, durante el año 2007 se han iniciado las pruebas piloto del sistema GMovil para la prestación del servicio de asistencia a flotas, que permite tener localizados a los vehículos en todo momento, y recibir las comunicaciones mediante un dispositivo instalado en los mismos, lo que permite facilitar además la optimización de las rutas y la reducción de costes para el proveedor.

- La creciente generalización de la utilización de la factura digital, lo que agiliza significativamente todos los trámites administrativos, y el sistema de autofacturación utilizado por los proveedores de MAPFRE ASISTENCIA.





- El nuevo modelo de gestión de MAPFRE ASISTENCIA, implantado por México, Colombia, Brasil, Venezuela y Grecia, que se basa en un sistema informático específico, cuyo objetivo es optimizar los recursos que intervienen en la asistencia (la central de operaciones y la red de proveedores). El sistema permite a los proveedores realizar servicios más cortos, identificar las zonas de alta concentración, mejorar el control de los desplazamientos, y reducir los costes administrativos.

En los países iberoamericanos, merecen destacarse el sistema de apoyo establecido por MAPFRE ARGENTINA ART para solicitar traslados de los clientes en casos de siniestros; las webs utilizadas en México (compras, registro de vehículos o conciliación de pagos, entre otras); el impulso dado en estos dos países a la gestión administrativa relacionada con terceros, como los procedimientos automáticos para el pago a proveedores; y la ampliación de la cobertura directa de los servicios prestados por proveedores de Asistencia en Carretera que han pasado a ser controlados y gestionados por las entidades aseguradoras del Grupo.

### **Criterios de selección**

La selección de los proveedores se realiza siguiendo 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; y 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 un futuro se pueda recurrir a sus servicios.

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.

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE es alta, siendo la rapidez en el pago el factor más valorado. Además, MAPFRE ha desarrollado programas específicos de fidelización de sus proveedores, como el Programa de Fidelización de Grúas, que incluyen entre otras

ventajas campañas de descuentos con empresas del Grupo. En esta línea, a lo largo de 2007 se ha alcanzado un acuerdo con la entidad financiera Fracciona, del Grupo Caja Madrid, por el que los proveedores de MAPFRE pueden acceder a créditos al consumo en condiciones muy ventajosas respecto a las existentes en el mercado; y merecen destacarse: el programa de MAPFRE AUTOMÓVILES, que subvenciona motocicletas y material de seguridad vial para la prestación de los diferentes servicios de Asistencia en Viaje; y la acción promocional dirigida al colectivo de profesionales reparadores de siniestros del Hogar (campaña Tourmap), que en 2007 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.

### **Formación**

MAPFRE tiene 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, y se desarrollan sistemas, materiales o dossiers formativos dirigidos a aquellos proveedores que prestan servicios a los clientes. Merecen destacarse:

- El Manual Operativo y de Régimen Interno para los profesionales sanitarios de MAPFRE CAJA SALUD, que facilita al profesional sanitario un acceso ágil y sencillo a todos los procedimientos y normas relacionados con la actividad asistencial.
- El Proyecto Atlas de MAPFRE SEGUROS GENERALES para la captación de profesionales colaboradores mediante la reinserción laboral, con base a acuerdos con escuelas taller, escuelas de formación profesional y talleres ocupacionales de las diversas Comunidades Autónomas.
- Los cursos impartidos por MAPFRE AUTOMÓVILES a sus proveedores: Técnicas y Metodología de la Asistencia en Carretera, Gestión Empresarial y Decisión de Inversión para Gerentes de Empresas de Asistencia, y Valoración Técnica del Estado del Vehículo.

### **Calidad**

Todas las entidades del Grupo llevan a cabo un seguimiento de la calidad del servicio que prestan sus proveedores, principalmente a través de encuestas entre los clientes o visitas a las instalaciones del proveedor. Se realiza también 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; comunicación con el cliente; auditorías internas y específicas. Los principales estándares de calidad evaluados son los siguientes:

<b>EN PRESTACIÓN DE SERVICIOS</b>	<b>EN ADQUISICIÓN DE BIENES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de respuesta transcurrido entre la comunicación del servicio al proveedor y su contacto con el asegurado.</li> <li>• Tiempo invertido en la prestación del servicio. En el caso de servicios médicos/rehabilitadores: tiempo de curación.</li> <li>• Obtención de certificaciones de calidad por parte del proveedor.</li> <li>• Transparencia en la gestión del servicio realizado por el proveedor y en la información dada a la compañía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado del producto entregado (control de muestras).</li> <li>• Servicio posventa:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantía de mantenimiento.</li> <li>- Producto de sustitución en caso de reparación.</li> <li>- Garantía de la reparación.</li> </ul> </li> <li>• Stock adecuado/capacidad de suministro.</li> </ul>