

JOSÉ MANUEL INCHAUSTI
VICEPRESIDENTE

Señoras y señores accionistas, muy buenos días.

Nuestro propósito corporativo, la razón de ser de nuestro día a día, se define cuando le decimos a una persona que “estamos a tu lado, acompañándote para que avances con tranquilidad, contribuyendo a una sociedad más sostenible y solidaria, es decir, cuidamos lo que te importa.

El director financiero ya les ha detallado las cifras y, en la parte final de esta Junta, el presidente les presentará el nuevo Plan estratégico y las principales claves de la compañía correspondientes a 2023 y a los años que tenemos por delante. En mi intervención, voy a referirme a aspectos más cualitativos de la compañía respecto a nuestra manera de gestionar el negocio con nuestros siete grupos de interés que son los que se muestran en la pantalla. En MAPFRE creemos que el crecimiento rentable no se puede entender solo desde el punto de vista financiero. Somos una empresa comprometida que aspira también a la creación y distribución de valor para todos sus grupos de interés

La fortaleza de MAPFRE está en los cerca de 31.000 empleados y en los más de 250.000 intermediarios y colaboradores que nos permiten desplegar nuestra actividad en 38 países, que es donde tenemos presencia, pero actuando en más de 100 a lo largo del planeta.

Somos una compañía de oportunidades. Con talento, esfuerzo y compromiso, todas las personas pueden crecer profesionalmente con nosotros. Somos una compañía, donde el tiempo del empleado cobra sentido.

Nos enorgullece nuestra diversidad que además enriquece nuestro talento, contamos con empleados de 81 nacionalidades y cinco generaciones, sumando visiones, compartiendo conocimiento y trabajando juntos.

Hemos alcanzado prácticamente la paridad en el Consejo de Administración (46,7%) que cuenta con, además del presidente, siete consejeras y siete consejeros. El 42,5% de nuestras posiciones de responsabilidad están desempeñadas por mujeres, y hemos cerrado la brecha salarial de género por debajo del 1%, que es el objetivo que corresponde a una empresa global como MAPFRE. Nos comprometimos públicamente a hacerlo a finales de 2024 y lo hemos conseguido un año antes.

Protegemos el talento con acciones de fidelización y planes de desarrollo profesional. El 97% de nuestra plantilla cuenta con un contrato indefinido. Y ya son más de 1.000 las personas con discapacidad que ayudan, con su trabajo, a construir MAPFRE cada día.

Adicionalmente, tenemos programas específicos integradores para colectivos LGBTI+; programas orientados a las generaciones más jóvenes, tanto para atraer

como para integrar y fidelizar, y somos también la mejor compañía del IBEX 35 en gestionar el talento senior, como se nos acaba de reconocer por segundo año consecutivo. Nuestro Proyecto Ageing, que es una ruta ordenada hacia el momento de la desvinculación de los seniors, continúa desplegando con éxito sus iniciativas.

En el 2023 se ha firmado el IV Plan de Igualdad de MAPFRE en España, que reúne un amplio número de medidas en materia de acceso al empleo, formación, promoción, retribución, comunicación, ejercicio corresponsable de los derechos a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, violencia de género, prevención del acoso por razón de sexo, y salud laboral con perspectiva de género.

Estas oportunidades que generamos para nuestros empleados, también son extensivas a los 81.000 intermediarios que potencian nuestra acción comercial, y a los más de 125.000 proveedores de servicios o de soporte que nos ayudan a prestar los servicios de calidad que nos diferencian de nuestros competidores y que esperan recibir, y reciben, nuestros clientes. Para ellos también tenemos propuestas de valor específicas que les ayudan a crecer profesionalmente. Cada año están facturando más de 4.500 millones de euros, es decir, desde la actividad aseguradora estamos impulsando el crecimiento y la generación de empleo en otros sectores.

Una de las características más reconocibles por la sociedad sobre el compromiso de MAPFRE es que somos personas que cuidamos de personas. Esta manera de entender nuestra actividad alcanza especialmente a los colectivos más vulnerables a través del programa de Voluntariado Corporativo, que está perfectamente alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Nos enorgullece decir que el 21,3% de nuestra plantilla, y frecuentemente también sus familias, han participado en alguna de las dos mil actividades de voluntariado que MAPFRE ha organizado en el mundo, generando un efecto positivo en su calidad de vida a más de 127.000 beneficiarios en su calidad de vida.

Me gustaría referirme ahora a los clientes, nuestra razón de ser como dije al principio. Son más de 30 millones de personas y empresas que nos confían la gestión de sus riesgos, a quienes atendemos con una filosofía multicanal: de forma directa por nuestros empleados, a través de canales digitales, y también personalmente a través de las más de 4.700 oficinas propias, a las que hay que añadir más de 7.500 oficinas de nuestros socios bancarios, lo que nos sitúa siempre muy cerca de nuestros clientes en cualquier parte del mundo.

Como ha señalado hoy mismo Fernando Mata, nuestra diversificación es lo que mejor protege el modelo de negocio de MAPFRE, también en relación con el portafolio de productos y servicios.

El servicio de MAPFRE es, y seguirá siendo, una de las señas de identidad de la compañía. Somos reconocidos por ser mejores que el mercado en nuestra

manera de solucionar los problemas de los clientes. En 2023 hemos realizado una nueva oleada para medir el índice de satisfacción de los clientes en nuestros 18 principales países (NPS® relacional), y comparándonos con cerca de 90 aseguradoras de la competencia. Hemos seguido mejorando. Los clientes nos perciben como mejores en casi el 93% de los casos.

Sin duda, esta altísima satisfacción tiene mucho que ver, además de con los valores y modelo de negocio de MAPFRE, con los profesionales que lo hacen posible y con la vocación innovadora de la compañía que permite generar cada vez mejores productos y servicios. La Inteligencia Artificial es ya una realidad en MAPFRE con más de 90 proyectos ya implantados, de los que 6 son de IA generativa, y con otros 40 más de esta última tecnología en estudio. Tenemos buenos equipos multidisciplinares trabajando en este ámbito, desde científicos de datos y desarrolladores, hasta áreas de legal, y seguridad, entre otras.

Más de 2.500 proyectos de startups han sido analizados por nuestro modelo MAPFRE Open Innovation, de las que hemos acelerado a más de 50 para incorporar esas innovaciones a nuestro negocio. Ya son más de 3 millones los clientes de MAPFRE que se han beneficiado de soluciones originadas en este modelo de innovación.

Señoras y señores accionistas, otra de las realidades de MAPFRE que también son cada vez más percibidas y valoradas por los clientes, es nuestro amplio compromiso con la sostenibilidad.

Al cierre de 2023, el grado de cumplimiento del Plan de Sostenibilidad ha sido del 99,4% en los objetivos establecidos. Hemos avanzado en los cuatro ejes del Plan y en las 12 líneas de actuación, que son los que pueden ver ustedes en la pantalla. El cumplimiento del mismo está recogido en el Informe Integrado, por lo que yo solo me referiré a los principales proyectos:

En el eje ambiental, avanzamos con paso firme en nuestro compromiso de descarbonización de la economía reduciendo nuestra huella de carbono a nivel global un 25% respecto a 2019, gracias a medidas como la reducción del consumo de electricidad, la utilización de fuentes de energía renovables, la sustitución de la flota de vehículos convencionales por híbridos o eléctricos, y la reducción de los viajes de negocio y los desplazamientos de los empleados, entre otras.

Este descenso se debe al esfuerzo que realiza el Grupo para seguir avanzando hacia la descarbonización de la economía, no solo a través de la inversión y la suscripción, sino también con medidas para reducir la huella de su operación directa.

En el eje de actuación social, el que más transforma la vida de las personas, es en el que una compañía comprometida como MAPFRE tiene más capacidad de aportar. Ya he señalado los progresos con los empleados, nuestras políticas de igualdad, inclusión y diversidad.

Como también he señalado en relación a las personas que componen MAPFRE, extendemos nuestra actuación a todos los grupos con los que nos relacionamos, especialmente los vinculados con la cadena de valor del Grupo. Continuamos avanzando en nuestro compromiso de ayudar a nuestros colaboradores a mejorar su actuación en sostenibilidad. En 2023 hemos homologado a más de 10.800 proveedores con criterios ESG.

Dos líneas adicionales de trabajo en el eje social son el fomento de la educación financiera y la accesibilidad a los seguros. En la primera de ellas, hemos desarrollado contenidos financieros aseguradores que se han puesto a disposición de los grupos de interés a través de los canales de comunicación del Grupo. En la línea accesibilidad al seguro, seguimos desarrollando productos y servicios que fomenten el acceso a los seguros en los segmentos de la población con menores ingresos. Destacamos como ejemplo el proyecto “MAPFRE na Favela” realizado en Brasil, que lanzaremos en las próximas semanas para ofrecer líneas de protección a sus habitantes a través de microseguros, con coberturas básicas a un coste accesible.

Además, conscientes del rol que tenemos como inversores y aseguradores para movilizar recursos económicos que fomenten un mundo más igualitario y sostenible, hemos seguido desarrollando servicios y productos aseguradores y financieros que den respuesta a los riesgos y oportunidades en materia social, ambiental y de gobierno corporativo. En este sentido, me complace señalar que a cierre de 2023 el 96,6% de la cartera de inversión de MAPFRE en España, Estados Unidos y Brasil ha sido calificada con criterios ESG.

En esta misma línea, en 2023, como miembro de la Alianza de Propietarios de Activos Neto Cero, hemos establecido objetivos intermedios de reducción del 43% de emisiones de gases de efecto invernadero de nuestra cartera de inversión a 2030, en el camino hacia el cumplimiento de nuestro compromiso de ser una compañía cero emisiones netas en 2050.

El cumplimiento de prácticamente el 100% del Plan de sostenibilidad en 2023 no frena nuestra ambición. En línea con el nuevo Plan Estratégico, hemos definido objetivos más ambiciosos en sostenibilidad para el periodo 2024-26 que después les comentará el presidente, pero permítanme que anticipe que seremos continuistas en aquello que nos ha funcionado. Seguiremos reduciendo nuestra huella y ayudando a reducir la de otros mediante una suscripción más exigente en relación con la sostenibilidad. Seguiremos promoviendo la inversión socialmente responsable, la inclusión, la igualdad en todo lo que hacemos, la transparencia y, entre otras acciones, impulsando al máximo desde nuestra actividad el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los seis años que nos quedan por delante.

Señoras y señores accionistas. Somos una empresa sólida y rentable, que se viene transformando para mantener nuestra aspiración de liderazgo y, sobre todo, nuestra capacidad de dar una respuesta de alta calidad a nuestros clientes. Somos la décima marca más valiosa de España, de todos los sectores y actividades, según la consultora Brand Finance.

Somos la quinta empresa de España en el ranking de las 100 empresas con mejor reputación, según el monitor empresarial de reputación corporativa (MERCOS). En talento, en los índices de mejores empresas para trabajar, estamos en los primeros puestos en la mayoría de los mercados y, en algunos países, liderando al sector asegurador.

MAPFRE también se encuentra entre las compañías que más impulsan la igualdad en el mundo. Somos una de las 484 empresas de 45 países y regiones incluidas en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género 2023 (Gender Equality Index). Y estamos comprometidos con los Principios de ONU Mujeres y con Target Gender Equality, un movimiento mundial para acelerar el ODS número 5 (Igualdad de Género).

Concluyo con unas breves referencias a Fundación MAPFRE, que el próximo año cumplirá 50 al servicio de la sociedad. Algunos de ustedes se habrán fijado en que, en la entrada, hemos situado una puerta roja, es una puerta que cada día abre Fundación MAPFRE a miles de personas que lo necesitan, es la puerta de las oportunidades.

Me gustaría que vieran este pequeño vídeo.

Muchas gracias

El año pasado el número de beneficiarios de los 34.000 eventos de Fundación MAPFRE superó los 6,7 millones de personas en cerca de 30 países, tanto presenciales como a través de canales digitales. La mayoría de ellos, son como los casos que hemos visto en el vídeo: personas que necesitan ayuda.

En los diferentes ámbitos de actuación de la Fundación siempre hay una constante social, siempre ayudando a los más vulnerables y fomentando la inclusión, la igualdad y la creación de oportunidades.

El futuro de una sociedad se construye desde el presente, ayudando a crecer y a desarrollarse a su población. Por esta razón, en Latinoamérica estamos ofreciendo un programa de educación integral, dirigido fundamentalmente a niños y jóvenes, al que acceden cada día más de 78.000 personas. Se llama integral porque además de la formación, para la mayoría de ellos también supone la garantía de que reciben al menos una comida al día junto a servicios básicos de atención para su salud.

La prevención y la seguridad vial, la promoción de la salud, la educación financiera y aseguradora, el arte y la cultura, la acción social, las oportunidades de la longevidad, y más recientemente, nuestro papel como Organismo Intermedio del Fondo Social Europeo Plus, promoviendo proyectos en beneficio de la España menos poblada, junto con la labor que realiza Fundación MAPFRE Canarias, son los principales ámbitos de actuación donde cada día abrimos miles de puertas a la esperanza.

El vídeo que hemos proyectado ha formado parte de una campaña de difusión de actividades desplegada desde el mes de febrero con el objetivo de generar un mayor conocimiento de nuestra actividad que nos permita sumar adhesiones a los proyectos, pero también para lanzar el mensaje de que otra sociedad es posible, y que entre todos somos capaces de hacer las cosas “construyendo un futuro más humano”, como verbaliza la Fundación en su objetivo. La verdad es que la respuesta nos ha sorprendido: 32 millones de personas han visto la campaña en televisión y otros 17 millones a través de otros canales digitales. Fundación MAPFRE tiene ahora la mayor notoriedad de su historia.

Para todos los que estamos en MAPFRE, nuestros valores, nuestra manera de entender el negocio, la rentabilidad de la compañía pese a las dificultades que vamos afrontando, la solidez del Grupo, nuestro intenso compromiso social y la labor de Fundación, son realidades palpables de las que nos sentimos muy orgullosos, un sentimiento que invitamos a compartir a todos nuestros grupos de interés y a todos ustedes. Poner el foco en las personas, desplegar cada día el propósito corporativo con el que empecé mi intervención, es una de las mayores aportaciones que desde MAPFRE podemos realizar a la sociedad.

Muchas gracias por la confianza que nos otorgan.