



IGNACIO BAEZA

Vicepresidente

Señoras y señores accionistas, muy buenos días.

A todos nos habría gustado presentar hoy un relato diferente de lo que ha sucedido en el mundo en el año 2021. Las cifras oficiales de la Pandemia se acercan a los seis millones de personas fallecidas en el mundo, pero todos sabemos que el impacto real es muy superior, especialmente el enorme coste social generado por el virus y la crisis económica posterior que ha continuado marcando el escenario por segundo año consecutivo para todas las personas, empresas, e instituciones. Por supuesto, también ha sido un condicionante para el Sector asegurador en general y como es lógico, también para MAPFRE.

Nos habría gustado hablar de una realidad muy distinta donde el Covid 19 fuese sobre todo un elemento del pasado. Pero no ha sido así y lo que todos hemos tenido que hacer es gestionarlo.

Por eso, cobra especial valor el resultado obtenido por MAPFRE en su conjunto en el año 2021, y no me refiero sólo a las cifras económicas, que ustedes ya conocen y sobre las que después se extenderá el consejero-director financiero de la compañía, Fernando Mata, sino al modelo de negocio que lo ha hecho posible. Un modelo sólido, rentable, solvente que ha demostrado toda su capacidad frente a todo tipo de escenarios; también frente a una pandemia global que, por primera vez en la historia de la humanidad, ha conseguido paralizar el planeta.

La compañía a la que ustedes otorgan su confianza ha demostrado un año más la razón de ser principal de una aseguradora: estar cuanto las cosas fallan, y cumplir siempre con todos sus compromisos.

En 2021 hemos continuado avanzando en todas nuestras aspiraciones y en todos nuestros objetivos establecidos en el Plan Estratégico cuyo ciclo concluyó el pasado año.

Este Plan Estratégico 2019-2021 nació con la máxima ambición y, aunque la inesperada pandemia nos obligó a todos a cambiar de planes, no solo a MAPFRE, y a reorientar nuestros objetivos aspiracionales, hemos concluido el trienio con un alto grado de cumplimiento tal y como pueden observar en pantalla, donde todos los objetivos tienen éxito de consecución: El Ratio

Combinado, los Ingresos, el ROE, el % de Discapacidad en plantilla, el índice de Cultura y Talento y el % de vacantes ocupadas por mujeres. Especialmente estos tres últimos objetivos, más relacionados con la transformación, han superado nuestras propias expectativas a la finalización del Plan.

En el Informe Integrado tienen ustedes amplia información sobre la evolución de cada uno de los aspectos relevantes para la compañía. Yo ahora me centraré en destacar alguno de ellos.

PERSONAS

En relación con las personas, sin duda una de nuestras señas de identidad, continuamos protegiendo lo que nos fortalece, como es la diversidad que aporta gestionar una plantilla inclusiva, que proviene de 86 nacionalidades distintas e incorpora la riqueza cultural de cinco generaciones de edad. Una plantilla que además está cada vez más adaptada a formas de trabajo ágiles, digitales y colaborativas gracias al impulso de iniciativas estratégicas como la del proyecto del Reto Digital. Una plantilla, además, en la que más del 97% del total de trabajadores en el mundo cuentan con la tranquilidad de disponer de un contrato indefinido. Repito, más del 97% de nuestra plantilla tiene un contrato indefinido.

MAPFRE se ha convertido no solo en una empresa capaz de fidelizar talento, sino también de atraerlo. Somos una empresa diferente, con un propósito claro, y eso nos permite contar con una marca de empleador relevante y diferencial, en la que se destacan aquellos atributos que hacen de MAPFRE un excelente lugar para trabajar, un lugar “Donde cada minuto que inviertes cobra sentido”

Esta es la definición de Marca Empleadora que hoy les estamos presentando como un hito más de la compañía en la gestión del talento. Somos una empresa de oportunidades y los miles de candidatos que ya tenemos identificados, que quieren trabajar en Mapfre, buscan esas oportunidades para desarrollar sus capacidades con nosotros.

Nuestros valores, nuestros compromisos, son reconocidos por los grupos de interés, y es que contamos con un programa de voluntariado corporativo en el que participa activamente una parte relevante de la plantilla de Mapfre. De hecho, antes de la pandemia, uno de cada 6 empleados participaba en las actividades de voluntariado. En 2021 las limitaciones impuestas a causa del

covid-19 han reducido esta cifra a la mitad. Pese a ésto, se ha conseguido crecer en el número de beneficiarios hasta situarse en una cifra superior a las 169.000 personas. Es decir, menos actividades, pero más esfuerzo y como pueden observar, mejores resultados.

NEGOCIO

Me quiero referir ahora al Negocio. Hemos continuado mejorando nuestra cartera de productos, incorporando soluciones innovadoras adaptadas a este entorno cambiante y, sobre todo, a los requerimientos del mundo digital. Dicho de otra manera, MAPFRE nunca se va a quedar atrás en la protección de las necesidades de los clientes. Frente a un mundo cambiante, hemos ofrecido una respuesta rápida y flexible; como por ejemplo el lanzamiento de la hipoteca inversa en España, producto que estamos desarrollando con uno de nuestros socios de banca-seguros para dar salida a la necesidad real de muchos mayores de obtener liquidez sin tener que vender su patrimonio.

Un año más, quiero agradecer en nombre de la compañía la confianza que nos otorgan los cerca de 32 millones de clientes en el mundo, para quienes trabajamos en Mapfre elevando al máximo nuestra exigencia y la calidad de nuestros productos y servicios. Con afán permanente de mejora, medimos regularmente la satisfacción de los mismos a través de herramientas independientes. En este sentido, me complace señalar que el 88,7% de nuestro negocio de seguros supera en satisfacción de los clientes a la media del mercado. Para obtener este indicador, el pasado año se entrevistaron en dos oleadas de medición a más de 122 mil clientes en los 15 países principales de MAPFRE en el mundo.

INNOVACIÓN

En este punto, quiero enfatizar también nuestro compromiso con la innovación expresado a través de MAPFRE Open Innovation, para avanzar más rápido con todo nuestro talento interno, pero también, como es lógico, queremos aprovechar el talento externo. Desde 2019 hemos analizado más de 2.500 startups de las cuales 40 han avanzado con nosotros en nuestros programas de insur_space fast-track-to-market. Como nos sucede con los profesionales en el ámbito laboral, los mejores emprendedores de insurtech del mundo también nos buscan

para trabajar con nosotros, y para MAPFRE es una oportunidad para incorporar rápidamente los mejores avances del mercado a nuestra oferta de productos y servicios. Adicionalmente, también somos activos en la inversión en capital riesgo asociada a la innovación mundial en startups relacionadas con el ámbito asegurador. Y, por último, como decía también, somos una referencia mundial en relación con todo tipo de soluciones de movilidad a través de nuestro centro de I+D+i Mobility Lab desarrollado a través de CESVIMAP, nuestro Centro de Experimentación y Seguridad Vial.

Solo en 2021 han sido casi 1.6 millones de clientes los directamente beneficiados por soluciones de MAPFRE Open Innovation.

Para concluir esta parte relacionada con el negocio, me gustaría agradecer su esfuerzo y compromiso a nuestros colaboradores. Somos una empresa multicanal y a veces puede sorprender conocer que tenemos más de 50 potentes acuerdos de bancaseguros en el mundo, pero sobre todo hay que destacar nuestra gran potencia comercial ya que también tenemos más de 15.000 oficinas, y trabajamos de forma directa con casi 78.000 mediadores que distribuyen nuestros productos en los 40 países en los que estamos presentes. Adicionalmente, también es relevante el empleo y la actividad que inducimos en los más de 150 mil proveedores con los que trabajamos para prestar mejores servicios a nuestros clientes.

SOSTENIBILIDAD

En relación con la sostenibilidad, nuestro anterior Plan concluyó en 2021, coincidiendo con el ciclo estratégico 2019-2021. El grado de cumplimiento de éste fue prácticamente del 100%, siendo estos cinco que ven en pantalla los principales objetivos que nos marcamos y que hemos logrado, e incluso en alguno de ellos, superado. Destaco el % de personas con discapacidad que ha alcanzado el 3,5% de la plantilla. Por otro lado, no es menos importante el lograr la neutralidad en las emisiones de MAPFRE en la península Ibérica, nuestro mercado más importante; y con esta ambición queremos seguir reduciendo nuestra huella energética allí donde nos encontramos.

Adicionalmente, seguimos altamente comprometidos con el cumplimiento de la Agenda 2030 de Naciones Unidas y muy en particular con los Objetivos de

Desarrollo Sostenible. Tienen ustedes amplia información en el Informe Integrado, pero me gustaría señalar tres datos sobre como MAPFRE contribuye a generar valor adicional a la sociedad.

El primero son los 15.230 millones de euros pagados en siniestros en 2021. Por supuesto, sabemos que es nuestra obligación contractual, pero además de nuestra obligación, piensen ustedes por un momento en lo que supone en cuanto a inyección económica, y sobre todo, a la capacidad de generar empleo y actividad entre los colaboradores y profesionales que trabajan para Mapfre. Por tanto, estamos contribuyendo también al desarrollo de los países y sus sociedades.

El segundo, es nuestra contribución fiscal. En el caso del Impuesto de Sociedades la cifra se ha elevado a 329 millones de euros, lo que equivale a una tasa efectiva media del 23,6% pagada a las distintas Administraciones de Hacienda de los países donde operamos.

El tercero, es que trasladamos la filosofía de la inversión socialmente responsable a todo el balance del Grupo.

MAPFRE dispone de un Marco de Inversión Responsable que se revisa de forma periódica en este ámbito. En la actualidad, cerca del 90 % de los activos en nuestra cartera cuentan con valoraciones altas o muy altas en sus mediciones ESG. Como se refleja en esta diapositiva, buscamos que cada euro de la cartera tenga un impacto positivo en estos objetivos. Por tanto, contribuimos, ayudamos a poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar la vida de las personas en todo el mundo.

Nuestra gestora de activos, MAPFRE AM ha puesto el acento en los últimos años en la distribución de productos ESG y, en concreto, que busquen ese impacto social. A finales de 2021, eran casi 34.000 millones de euros gestionados con estos parámetros

Ya para concluir esta parte de mi intervención y antes de referirme a la Fundación Mapfre, me quiero dirigir a ustedes, señoras y señores accionistas. Les agradecemos de nuevo su confianza en esta compañía, la multinacional aseguradora española más importante en el mundo. Asumimos plenamente esa

responsabilidad y trabajamos con el reto de crear valor sostenible también para nuestros accionistas. Lo hemos conseguido un año más y nos sentimos muy orgullosos de ello. Como saben, más allá de este encuentro anual, tenemos canales de relación abiertos para nuestros accionistas donde damos respuestas transparentes a todo lo que nos preguntan. En 2021 fueron 259 reuniones con accionistas, con inversores y con analistas, y más de 1.500 consultas atendidas de forma indirecta. Les invitamos de nuevo a participar en el programa de fidelización MAPFRE Accionistas donde disponen de diferentes ventajas en atención a la confianza que depositan en la compañía.

Señoras y señores accionistas, ésta es su compañía, creemos sinceramente que deben sentirse orgullosos de ser propietarios de una empresa como ésta.

FUNDACIÓN MAPFRE

Permítanme ahora que me refiera a la labor desarrollada por nuestra Fundación. Hace justo un año, destacué en este mismo acto cómo se habían gestionado con éxito los 35 millones de euros extraordinarios y adicionales al normal presupuesto anual de la Fundación en cerca de 30 países para ayudar a las personas a combatir los efectos del Covid-19. Esa labor ha continuado en 2021, y Fundación MAPFRE la ha concentrado especialmente en Latinoamérica, destinando otros 10 millones de euros, también extraordinarios y adicionales, en atender las urgencias de la propia pandemia, dotando no sólo de material médico-sanitario, sino también ayudando a las personas a superar la crisis económica y social que ha venido detrás. Además de dicha dotación especial para combatir la pandemia, la Fundación como bien saben, tiene como objetivo ayudar a los más vulnerables en cuidados tan esenciales como garantizar la nutrición y atención sanitaria a cerca de 100 mil personas cada año, apostando especialmente por la educación tratando de superar la brecha digital, o continuar trabajando en la empleabilidad como vía de superación de la exclusión social, incidiendo especialmente en las personas con discapacidad.

Permítanme ahora que les hable de un proyecto del que estamos especialmente orgullosos e ilusionados. Saben que la desnutrición, principalmente la de los más pequeños, es uno de los condicionantes de la evolución posterior de los adultos porque limita el desarrollo de las personas. Pues bien, en 2021 Fundación MAPFRE ha distribuido en España a través de 55 bancos de alimentos una

galleta nutricional enriquecida para aportar, al menos, la mitad de los nutrientes y vitaminas diarias que necesita una persona. Por tanto, hemos mejorado la nutrición de más de 20.000 familias en España, y este compromiso social tan potente, lo empezamos a desarrollar ya en otros países igualmente necesitados, como México y Venezuela.

Otro compromiso social muy relevante es la investigación. Sólo en la última década, Fundación MAPFRE ha invertido más de 4 millones de euros en becas para impulsar la investigación. Uno de estos proyectos, por poner un ejemplo, necesitó 20 años de maduración. Me refiero a la terapia celular impulsada por el Dr. Vaquero, tristemente fallecido, pero cuya labor ha continuado con su equipo. Esta terapia permite recuperar la movilidad a determinados lesionados medulares. Es un orgullo conocer que, esta misma semana, el Hospital Puerta de Hierro anunciaba que esa terapia, que hoy es ya un tratamiento médico, comienza a aplicarse en los primeros pacientes para mejorar o revertir sus lesiones medulares.

Este año, es verdad que las limitaciones en numerosos países debido a la pandemia, nos ha obligado a realizar menos actividades, pero NO hemos reducido nuestro presupuesto, y gracias a ello, hemos realizado alrededor de 660 actividades que han generado más de 12.500 eventos, redoblando el compromiso y con ello el alcance, siendo más de 9 millones de personas las beneficiadas por la labor fundacional en todo el mundo.

Para finalizar, quiero mencionar que en 2021 hemos celebrado la cuarta edición de los Premios de Innovación Social, así como la consolidación de dos proyectos que el año pasado calificué como muy ilusionantes para la fundación: El Centro de Investigación Ageingnomics donde somos ya una referencia en economía senior o economía plateada, y el Centro de Fotografía KBr que se ha convertido en cita obligatoria para la fotografía desde su sede en Barcelona.

En Canarias, mi tierra, Fundación MAPFRE Guanarteme es la referencia en compromiso social y cultural del territorio. Durante más de cien días el mundo estuvo pendiente de la evolución de un volcán que cambió la vida de las personas que vivían en su entorno. Las imágenes de la lava devorando casas y sueños fueron demoledoras... Y allí estuvimos también a través de la Fundación MAPFRE Guanarteme, ayudando tanto a los profesionales de emergencias que

combatían los efectos del volcán, como a la población en general que lo estaba sufriendo.

Termino,

Fundación MAPFRE lleva más de 45 años comprometida con la sociedad actuando frente a todo tipo de brechas y siempre cerca de los más vulnerables. En 2021, además de atender la pandemia, hemos seguido desarrollando importantes contribuciones en relación con Actividades de Acción Social, de Prevención y Seguridad Vial, de Salud, de difusión de la Cultura, y también ampliando el conocimiento financiero y asegurador. Haciendo balance de la última década, han sido 555 millones invertidos en la sociedad, llegando a también millones de personas con una respuesta esperanzadora y alineada con los valores plenamente compartidos por el Grupo MAPFRE.

“Fundación MAPFRE confía en que las personas pueden mejorar el mundo”

este es el mensaje de la campaña que hemos emitido este año en los distintos medios de comunicación y RRSS y que ha tenido una gran acogida, también entre nuestros empleados. Sin embargo, el vídeo que van a ver ahora forma parte de la movilización interna que se ha producido en MAPFRE siguiendo el reto lanzando por Fundación para expresar la confianza de cada persona en la capacidad del ser humano para mejorar el mundo. No son actores, son los propios empleados y colaboradores de MAPFRE los que han querido participar y compartir el mensaje de “en lo que cada uno de ellos confía”. Es para la web interna de la empresa, pero nos hacía ilusión mostrarla hoy aquí.

Video

Por mi parte nada más, les agradezco de nuevo su atención, y la confianza que depositan en MAPFRE.

Señoras y señores accionistas, muchas gracias.