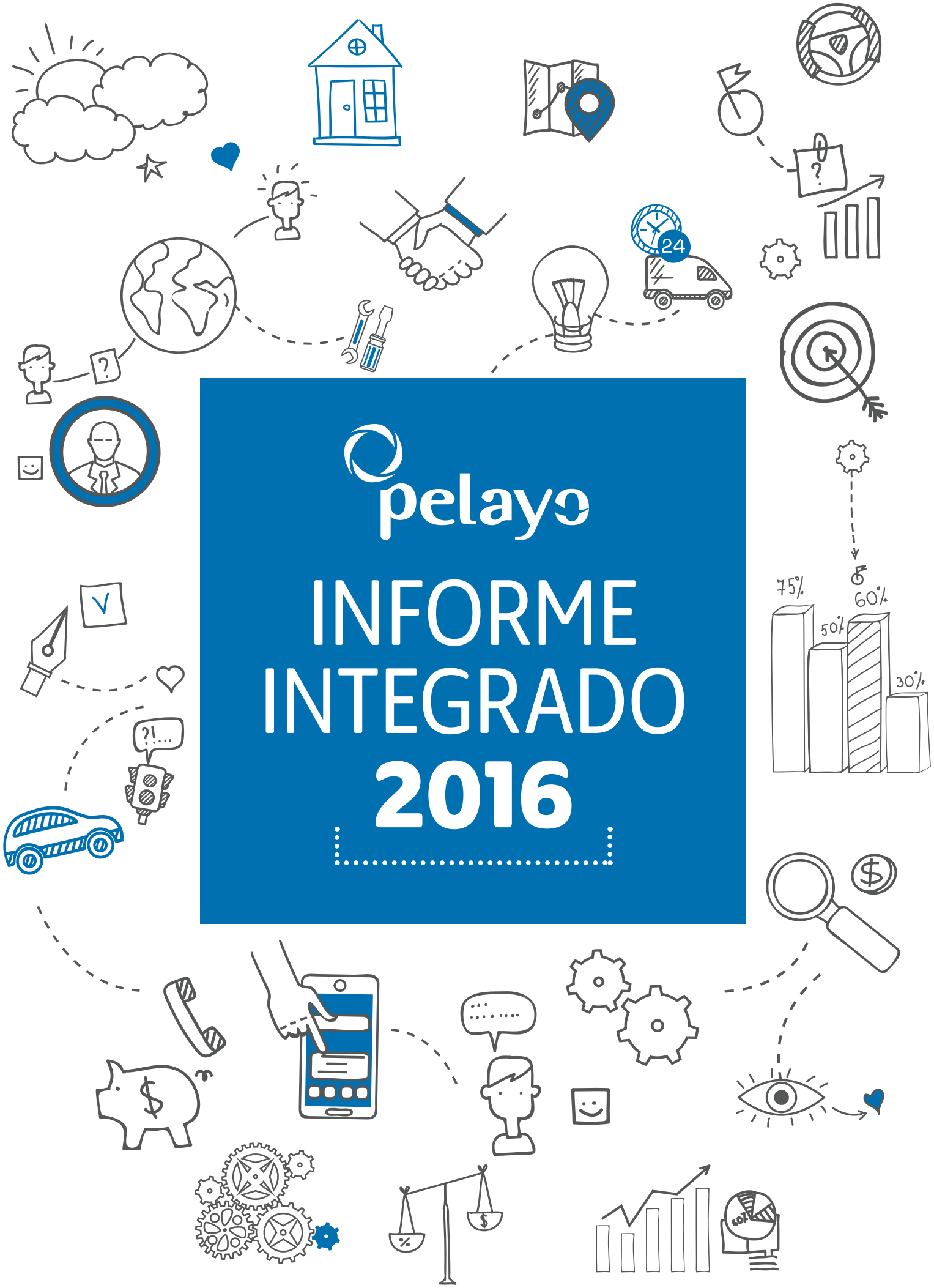


pelayo

INFORME INTEGRADO 2016

1. Consejo de Administración 3

2. Pelayo de un vistazo 5

3. Conversación con el presidente 7

4. Acerca de este informe 11

5. El propósito de Pelayo 15

5.1 Misión, visión y valores de Pelayo 16
5.2 Un entorno de mercado complejo en continua evolución 17
5.3 Nuestra estrategia como elemento de consolidación y resiliencia 19
5.4 Modelo de negocio 23

6. Buen gobierno 25

6.1 Naturaleza de la entidad 27
6.2 Estructura de Gobierno 28
6.3 Gestión de riesgos 34
6.4 Cumplimiento 37
6.5 Ética y transparencia 38

7. Pelayo en 2016 39

7.1 Resultados económicos y de negocio 40
7.2 Empleados, nuestro activo más importante para el crecimiento 51
7.3 Relación de calidad con colaboradores y proveedores 61
7.4 Orientación al Cliente, nuestra prioridad 73
7.5 Compromiso con la sociedad y el entorno 81
7.6 Hechos posteriores al cierre 93
7.7 Agradecimientos 93

8. Grupo Pelayo 95

8.1 Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E. 97
8.2 Agencia Central de Seguros, S.A. 98
8.3 Agropelayo 99
8.4 Pelayo Vida, S.A. 100
8.5 Nexia 24, S.A. 101

9. Indicadores GRI 103

10. Dirección Grupo Pelayo 107

11. Oficinas y Boutiques 111

1. Consejo de Administración

1 JOSÉ BOADA BRAVO (11/03/56)

Presidente (13/10/94)*
Licenciado Económicas y Empresariales
Actuario de Seguros

2 SEVERINO MARTÍNEZ IZQUIERDO (07/12/50)

Vicepresidente (25/06/96)*
Abogado. Asesor Fiscal

3 Mª MAR COGOLLOS PAJA (23/01/62)

Vocal Consejera 1ª (31/03/06)*
Licenciada Psicología

4 JOSÉ LUIS GUERRERO FERNÁNDEZ (13/07/56)

Vocal Consejero 2º (25/06/96)*
Ingeniero Agrónomo

5 PALOMA BEAMONTE PUGA (01/12/68)

Vocal Consejera 3ª (12/03/15)*
Licenciada Publicidad y Relaciones Públicas

6 ANNA M. BIRULÉS BERTRAN (28/06/54)

Vocal Consejera 4ª (22/04/10)*
Doctora Ciencias Económicas y Empresariales

7 SALVADOR SANCHIDRIÁN DÍAZ (24/02/57)

Vocal Consejero 5º (31/03/06)*
Licenciado Económicas y Empresariales
Auditor de Cuentas

8 CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL (21/02/62)

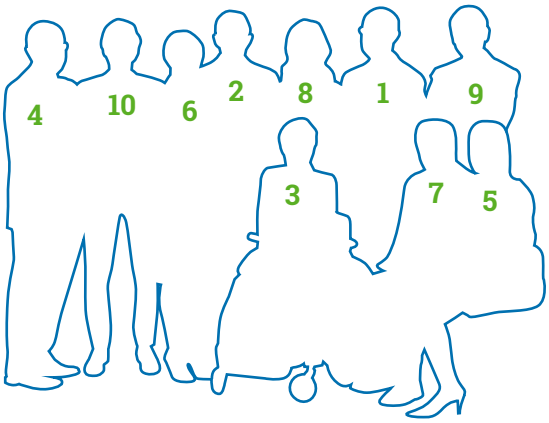
Vocal Consejera 6ª (29/04/13)*
Licenciada Ciencias Biológicas
Doctora Biología Molecular
MBA

9 FRANCISCO J. LARA MARTÍN (04/11/67)

Vocal Consejero 7º (15/03/16)*
Licenciado Económicas y Empresariales
Auditor de Cuentas

10 FRANCISCO HERNANDO DÍAZ-AMBRONA (13/04/66)

Secretario no Consejero (15/03/16)*
Abogado



* Fecha de incorporación al Consejo.

2. Pelayo de un vistazo

PERFIL

1.216
Empleados
Grupo

262
Puntos de venta
con imagen

933.222
Mutualistas

379,2
millones de €
Facturación Pelayo

515,8
millones de €
Facturación Grupo
Asegurador

26,5%
Zona Norte

24,5%
Zona Centro

25,2%
Zona Este

23,8%
Zona Sur

2,498
millones de €
Beneficio de Pelayo
(después de impuestos)

6,869
millones de €
Beneficio Grupo
(después de impuestos)

343,8
millones de €
Fondos propios
Pelayo

3,3
veces el capital
de solvencia exigido
Ratio de Solvencia Pelayo

OFERTA DE SERVICIOS DIFERENCIADORA

SEGUROS DE COCHE

SEGUROS DE HOGAR

SEGUROS AGRARIOS

VIDA Y OTROS SEGUROS

SERVICIOS A CLIENTES

PILARES ESTRATÉGICOS

CRECIMIENTO

RENTABILIDAD

DIVERSIFICACIÓN

CLIENTES

PRODUCTIVIDAD

INVERSIONES

CALIDAD

CLIENTES

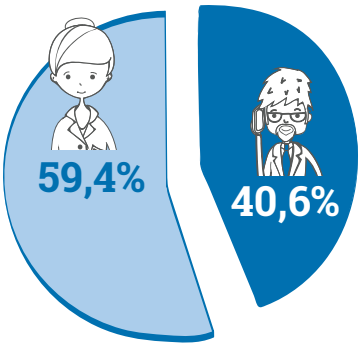
(Tomadores por ramos)

77,8%
Autos

29,0%
Hogar

6,1%
Otros

EMPLEADOS



23,55%
Mujeres directivas

0,6%
Índice de rotación

42,7 años
Edad media de la plantilla

91,5%
Tasa de empleo fijo

COLABORADORES

48,77%
Agentes

44,53%
Corredores

6,7%
Venta Directa

251.162
Siniestros Autos

105.269
Siniestros Hogar

< 30 días
Tiempo medio de pago a proveedores

SOCIEDAD

200.000 €
donados a su Fundación (un 6,4% de sus beneficios)

8
proyectos de ONG

21
proyectos de empleados

40.000 €
ayuda a damnificados en Siria

20.000 €
reconstrucción Ecuador

20.000 €
ayuda a damnificados huracán Matthew

Acciones de voluntariado
para empleados

Patrocinador
Selección Española de Fútbol

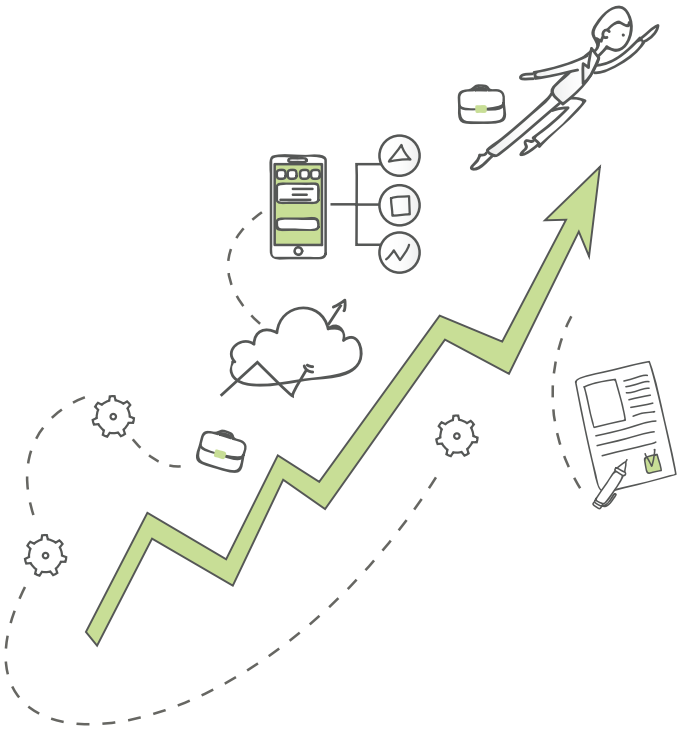
Patrocinador del
#Reto PelayoVida

88,97 mill/€
contribución fiscal (soportada y recaudada)

3. Conversación con el presidente

Por *Luis Vicente Muñoz*, CEO DE CAPITAL RADIO

El despacho de José Boada es transparente, como el resto de la oficina principal de Pelayo. Él mismo también lo es. Representa exactamente el sentido de una organización cuyo gran objetivo es cuidar y atender los riesgos de su (casi) millón de mutualistas. El mercado aún se duele de los efectos de la crisis: seguimos con tipos de interés muy bajos, al tiempo que la transformación digital también está cambiando nuestras empresas y nuestros hábitos como consumidores.

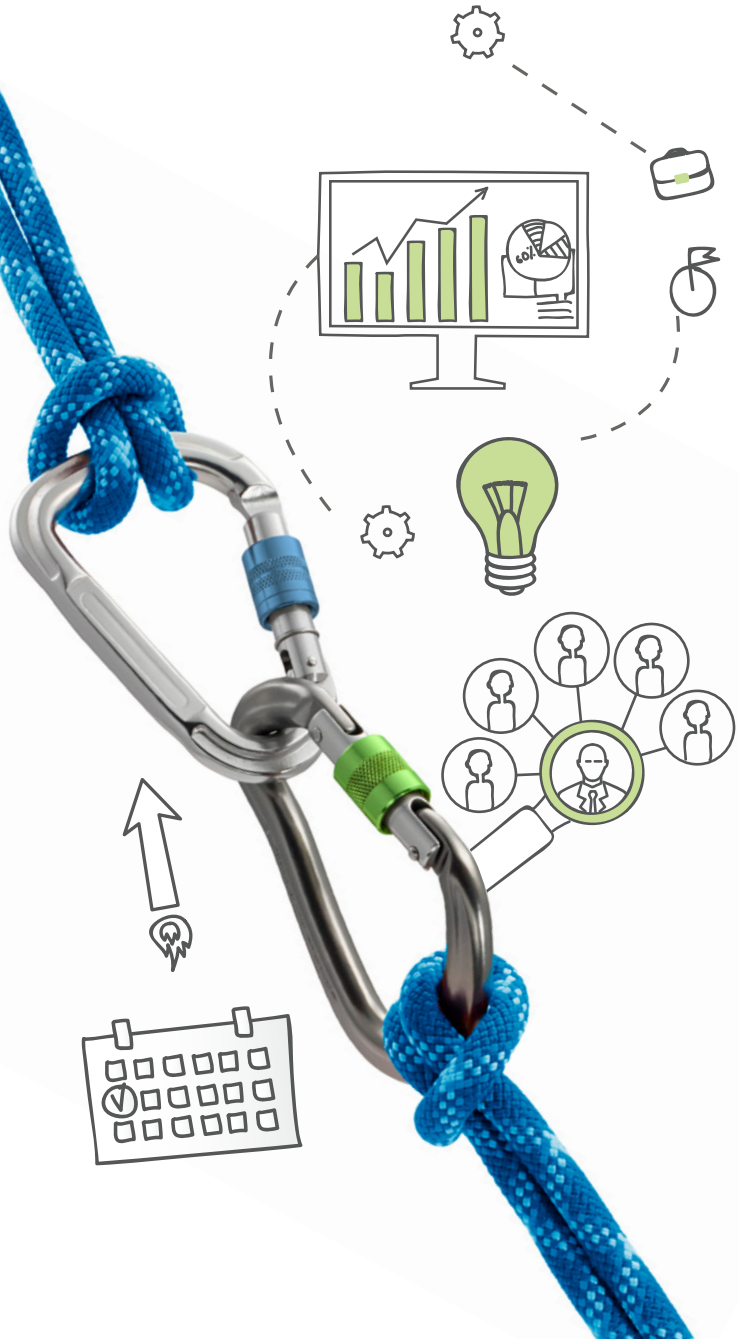


EN ESTE CONTEXTO DE RECUPERACIÓN ECONÓMICA INCOMPLETA, ¿CÓMO SE ESTÁ COMPORTANDO PELAYO?

Venimos de una larga crisis económica que aún no hemos superado, aunque los dos últimos ejercicios han supuesto una cierta reactivación de la economía. El sector asegurador ha terminado el año 2016, por primera vez desde que empezó la crisis, con una facturación superior a la del ejercicio 2008. Nosotros en todos estos años hemos visto como disminuían los márgenes del negocio y solo en 2016 hemos empezado a recuperarlos. Hemos aplicado políticas de precios muy segmentadas a cada grupo de clientes, según su rentabilidad, lo que, junto con una reducción de gastos, nos ha permitido mejorar el resultado técnico y aumentar ligeramente la facturación de nuestros ramos tradicionales. Además, en el nuevo negocio del seguro agrario este año hemos tenido un comportamiento excepcional, que ha hecho que el Grupo en su conjunto haya incrementado considerablemente su facturación y sus resultados.

Y, ¿CUÁLES SERÍAN LOS RETOS MÁS IMPORTANTES PARA 2017?

Para este ejercicio 2017 queremos seguir reforzando y mejorando nuestro margen técnico en todos los productos, paliando de esta forma el actual escenario de bajos tipos de interés. Seguiremos reduciendo gastos, hasta situarlos por debajo de la media del sector, para conseguir ganar en competitividad. Reforzaremos la línea de diversificación, con el lanzamiento de algunos nuevos productos y trabajando para incrementar el número de pólizas y coberturas por cliente. También aprovecharemos las fortalezas de nuestras dos filiales de vida y agrario para tener un negocio más equilibrado. Y, sobre todo, seguiremos mejorando la calidad, con un servicio más personalizado, cercano y comprometido, que lo perciban claramente los clientes, aumentando su fidelidad con la Entidad.



SIN EMBARGO, LA ORGANIZACIÓN ESTÁ EN MITAD DEL PLAN ESTRATÉGICO 2016-2018. EN ESTE CONTEXTO, EN EL QUE APARECEN NUEVAS INCERTIDUMBRES, ¿QUÉ ESTÁ HACIENDO LA DIRECCIÓN?

Cuando elaboramos la estrategia para el periodo 2016-2018 pusimos el foco en el cliente, con una serie de líneas de actuación que supusieran una mejora sustancial de la calidad y nos hicieran más competitivos, lo que a la larga redundaría en un crecimiento continuado, diversificado y rentable. Ello pasaba por incrementar la productividad y reducir los gastos, disminuir el ratio combinado del negocio por debajo del 100%, potenciar la diversificación hacia aquellos ramos con mayor rentabilidad, hacer una gestión de las inversiones más diversificada para compensar los bajos tipos de interés, incrementar los índices de satisfacción de los clientes y mejorar todos los procesos tecnológicos y de negocio de la empresa que dan soporte a esos objetivos estratégicos.

En medio de este Plan Estratégico hemos visto que los tipos de interés continúan por debajo de lo previsto, que la frecuencia y los costes del ramo de autos empiezan a repuntar, consecuencia de una mayor utilización del vehículo y de la aplicación del nuevo Baremo de indemnizaciones a los lesionados por accidentes de tráfico, y que las exigencias normativas, fundamentalmente las relativas a Solvencia II y a Distribución, son cada vez mayores.

Ante ello, hemos reformulado el mencionado Plan Trienal, elaborando uno nuevo que comprende los ejercicios 2017-2019, que manteniendo y reforzando las líneas estratégicas del anterior, tenga en consideración estos nuevos factores y nos permita afrontar con éxito los nuevos retos a los que nos enfrentamos.

POR AHONDAR UN POCO MÁS, ¿QUÉ ACONTECIMIENTOS IMPORTANTES PARA EL SECTOR SON ESPERADOS EN ESTE AÑO 2017?

Este año se presenta con importantes incógnitas en la marcha de la economía, por el devenir político nacional e internacional, muy influenciado por los movimientos proteccionistas y nacionalistas a ambos lados del Atlántico, lo que podría influir de manera negativa en la recuperación económica a la que estamos asistiendo.

Si nos centramos más concretamente en el sector asegurador, la continuidad del escenario de bajos tipos de interés va a seguir pesando en los resultados del sector.

Al igual que lo hará el incremento de la siniestralidad en prácticamente todos los ramos, como consecuencia de una mayor actividad económica. Si bien, un mayor crecimiento sectorial, bien gestionado, podrá compensar esas otras variables negativas.

También tendremos que estar muy atentos a los efectos de los últimos cambios normativos, en concreto a la implementación completa de Solvencia II, a las consecuencias del nuevo Baremo de indemnizaciones, a las nuevas exigencias del nuevo Reglamento europeo de Protección de Datos y a todo lo relacionado con la Directiva de Distribución de Seguros. Nosotros llevamos tiempo trabajando para adaptarnos a estos cambios, lo que nos hace vislumbrar el futuro con confianza.

SI TUVIERA QUE ELEGIR EL HITO MÁS IMPORTANTE DEL ÚLTIMO AÑO EN LA HISTORIA DE PELAYO, ¿CUÁL SERÍA?

Sin lugar a dudas el inicio de actividades de Agropelayo, sociedad filial que opera en el negocio agrario, que ha sido el resultado de la integración de los negocios de Pelayo y Agromutua en ese ramo. Este primer año de actividad conjunta hemos tenido unos resultados excelentes, alcanzando una cuota de mercado del 19,5%, que nos sitúa entre las dos primeras entidades del pool agrario.

SABEMOS QUE PELAYO PARTICIPA DEL PROGRAMA "GREAT PLACE TO WORK", Y DEL ESFUERZO POR FACILITAR LA CONCILIACIÓN A SUS EMPLEADOS. ¿QUÉ ES LO ÚLTIMO QUE ESTÁN HACIENDO PARA LOGRAR MAYOR BIENESTAR Y COMPROMISO DE SUS EMPLEADOS CON LA ORGANIZACIÓN?

Para cumplir nuestro Plan Estratégico contamos con las personas y con la tecnología. Y las personas son lo más importante, ellas construyen el futuro. Tenemos en marcha una serie de proyectos que van enfocados a las personas, a lograr profesionales cualificados, comprometidos, emprendedores, que les guste trabajar en nuestra empresa, que disfruten con su trabajo y que tengan una gran vocación de servicio al cliente. Estamos trabajando en temas como el liderazgo, la comunicación, el desarrollo profesional, los beneficios sociales, el reconocimiento, la conciliación o la diversidad. Acabamos de renovar dos importantes certificaciones, la de Empresa Familiarmente Responsable y el Sello Bequal Plus. Este último nos acredita como una empresa responsable en la incorporación de políticas inclusivas con las personas con discapacidad en nuestro modelo de negocio. Somos una empresa de personas que ayuda a las personas.

¿Y CON LOS CLIENTES? HEMOS ENTRADO EN UN ESCENARIO DE COMPETENCIA FEROZ, EN EL QUE BUENA PARTE DE LA RELACIÓN SE REALIZA DE MODO FRÍO A TRAVÉS DE INTERNET. ¿CÓMO ESTÁN TRABAJANDO PARA ATRAERLES, CUIDARLES Y FIDELIZARLES?

Los clientes, ya lo he dicho, son nuestro principal foco estratégico. Todo lo hacemos pensando en el cliente. Si algo no aporta valor para el cliente, mejor lo cambiamos o lo suprimimos. Estamos mejorando gran parte de nuestros procesos tecnológicos y de negocio para ofrecer al cliente una calidad superior, para que se beneficie de tener todos sus seguros con nosotros, para que encuentre siempre, de forma ágil y eficaz, una persona que se preocupe de resolver su problema, sea por teléfono, por intenet o de manera presencial, y estamos ampliando la gama de productos en los que nos comprometemos con él en que si nos equivocamos, además de resolver primero el problema, su seguro le saldrá gratis con nuestro Certificado de Garantía.

4. Acerca de este informe

Pelayo presenta por primera vez su Informe Integrado correspondiente al ejercicio 2016, siguiendo las directrices contenidas en el marco del Consejo Internacional de Informes Integrados (IIRC por sus siglas en inglés).

El objetivo de este Informe es presentar, de manera sencilla y transparente, cómo la estrategia de la Entidad contribuye a la creación de valor en el corto, medio y largo plazo, incidiendo tanto en el desempeño y los resultados como en los retos y oportunidades que pueden surgir en el contexto en el que Pelayo opera.

ALCANCE DE LA INFORMACIÓN

Los datos cuantitativos del Informe se circunscriben al **año 2016**, desde el 1 de enero de 2016 al 31 de diciembre de 2016. El alcance del Informe se limita a Pelayo Mutua de Seguros aunque algunos contenidos del Informe pueden abarcar información de Grupo Pelayo. El Grupo engloba las siguientes sociedades filiales: **Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E., Agencia Central de Seguros, S.A., Agropelayo, Pelayo Vida, S.A. y Nexia 24, S.A.** Para más información sobre las filiales del Grupo Pelayo ver apartado 8 del presente Informe.

Para facilitar la comprensión del negocio y evaluar el posicionamiento estratégico de Pelayo en la actualidad, se alude también a las cifras y hechos acontecidos en años anteriores, ofreciendo así una perspectiva de análisis más amplia. Siguiendo el principio de integración, el Informe presenta de forma concisa la capacidad de previsión, adaptación y generación de valor en su actividad.

La información a futuro que se ofrece en el presente Informe responde a un análisis del contexto actual y su evolución esperada, no comprometiendo dichos objetivos a su consecución.

La información incluida en el presente Informe se complementa con otros documentos corporativos que pueden ser de interés para ampliar información:

- * Cuentas Anuales 2016 (auditadas por EY).
- * Informe Anual de Gobierno Corporativo 2016.

ESTÁNDARES INTERNACIONALES

El presente Informe ha sido elaborado tomando como referencia las directrices establecidas en el **Marco IIRC *(International Integrated Report Council)*** para la elaboración de Informes Anuales integrados.

Además, ha sido elaborado sobre la base de las directrices establecidas en la **Guía *Global Reporting Initiative*** (Principios y contenidos básicos y Manual de aplicación) en su versión 4, de acuerdo a la opción de conformidad esencial. La selección de aspectos relevantes se ha llevado a cabo en base a los resultados del análisis de materialidad, explicado a continuación, realizado en 2015.

En la tabla de indicadores GRI de desempeño incluida al final del Informe se indican las páginas en las que se aporta la información relacionada.

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL INFORME

Para la elaboración de este Informe, Pelayo ha empleado los resultados del **análisis de materialidad** realizado en 2015 con el objetivo de identificar los asuntos de mayor relevancia para la Entidad y para sus grupos de interés.

Pelayo ha identificado una relación de asuntos a través del análisis de diversas fuentes de información, algunas de ellas específicas para el sector asegurador. Esos asuntos han sido posteriormente valorados en función de la relevancia para la Entidad (según su impacto en los objetivos de negocio, su capacidad de generar riesgos y oportunidades y el impacto en su marca y reputación) y para sus grupos de interés.

* Disponible en www.pelayo.com

Como resultado de la valoración de la relevancia de los diferentes asuntos, se han identificado los que presentan una mayor relevancia para Pelayo. En la siguiente tabla se muestra la relación entre estos asuntos y los aspectos considerados por la versión G4 de la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del ***Global Reporting Initiative:***

Aspectos relevantes para Pelayo	Aspectos G4
Calidad del servicio y satisfacción del cliente	Etiquetado de los productos y servicios Privacidad de los clientes
Relación con proveedores	Participación de los grupos de interés
Buen gobierno	Gobierno
Inclusión y diversidad	Diversidad e igualdad de oportunidades
Innovación y desarrollo de nuevos productos	Indicador(es) propio(s)
Impacto positivo en la sociedad	Comunidades locales
Ética y cumplimiento	Ética e integridad

Matriz de materialidad de Pelayo

5. El propósito de Pelayo

Desde la constitución, dado su carácter mutual, Pelayo Mutua de Seguros se inspira en los principios de solidaridad y ausencia de ánimo de lucro, pilares que permanecen inalterables para contribuir a la seguridad y bienestar de los clientes y mutualistas.

HITOS CLAVE 2016

En 2016 ha iniciado su actividad y consolidado sus cuentas en Grupo Pelayo la nueva sociedad Agropelayo Sociedad de Seguros S.A., fruto de la integración de los negocios agrarios de Pelayo y Agromutua para ser uno de los líderes en el sector agrario.

Pelayo Mutua de Seguros es una mutua a prima fija creada en 1933 y dedicada a la actividad aseguradora en España. Ofrece una amplia gama de productos aseguradores de los Ramos de Automóviles, Patrimoniales, Accidentes, Vida, Responsabilidad Civil, Asistencia Sanitaria y otros. Esta sociedad es la matriz del Grupo Pelayo.

5.1 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE PELAYO

El propósito de Pelayo surge de su misión y visión, sus valores, así como del entorno en el que opera. En el marco de ese propósito, Pelayo define su estrategia que ejecuta a través de su modelo de negocio.

MISIÓN

Contribuir a la seguridad y bienestar de sus clientes, sus familias y negocios, ofreciendo soluciones diferenciadoras e innovadoras, devolviendo a la sociedad parte de la riqueza económica generada en el negocio y ofreciendo a sus empleados un proyecto empresarial sólido y sostenible, donde puedan desarrollar unas carreras profesionales plenas.

VISIÓN

Ser el número 1 del sector asegurador en calidad percibida por los clientes.

VALORES

COMPROMETIDOS

Pelayo cumple lo que promete. Asume sus responsabilidades con determinación y resuelve con prontitud.

EMPRENDEDORES

Pelayo fomenta la creatividad, se adelanta a las necesidades de sus clientes y se plantea los cambios en el entorno como retos que transforma en oportunidades a través de soluciones innovadoras y originales.

CERCANOS

En Pelayo el trato es natural y sencillo. Le importa la perspectiva de sus interlocutores para generar relaciones basadas en la confianza, duraderas y con las que todos ganen.

5.2 UN ENTORNO DE MERCADO COMPLEJO EN CONTINUA EVOLUCIÓN

Pelayo continúa la senda del crecimiento en un entorno marcado por la volatilidad de los mercados y los bajos tipos de interés.

La incipiente recuperación económica vivida en el año 2015 se ha ido consolidando durante el año 2016 con un **crecimiento del 3,2%.** Se espera que dicho crecimiento siga durante 2017 aunque a un ritmo inferior (2,5%)*. Aun así, factores como los bajos tipos de interés, la alta volatilidad de los mercados debido a la situación de países emergentes y de la propia Unión Europea (elecciones en Alemania y Francia) y la inestable situación política en España continúan como factores de riesgo que seguirán durante el año 2017.

Respecto al sector asegurador en España, durante el año 2016 y según datos de **ICEA**, el **volumen de primas ha crecido un 12,24%** de media con un crecimiento del **5,98%** en el Ramo de **Seguros de Vida** y un **4,49%** en el Ramo de **Seguros de No Vida**. El Ramo de Automóviles ha tenido un crecimiento de un 5,11%.

Entre los aspectos más importantes en 2016 para el sector asegurador destacan la **entrada en vigor de la Directiva 2009/138/CE,** del Parlamento Europeo y del Consejo sobre el seguro de vida, el acceso a la actividad del seguro y reaseguro y su ejercicio **(Solvencia II).** Dicha normativa persigue mejorar la protección de los asegurados mediante una mayor sofisticación del análisis, la medición y la gestión del riesgo asegurador. Asimismo, el nuevo **baremo de valoración de las indemnizaciones** a pagar a las víctimas de accidentes de tráfico, que supone considerables incrementos en las indemnizaciones por fallecimiento y por lesiones graves con secuelas, ha conllevado una revisión de tarifas con una variación del 3% y un ajuste de costes en el Ramo de Automóviles.

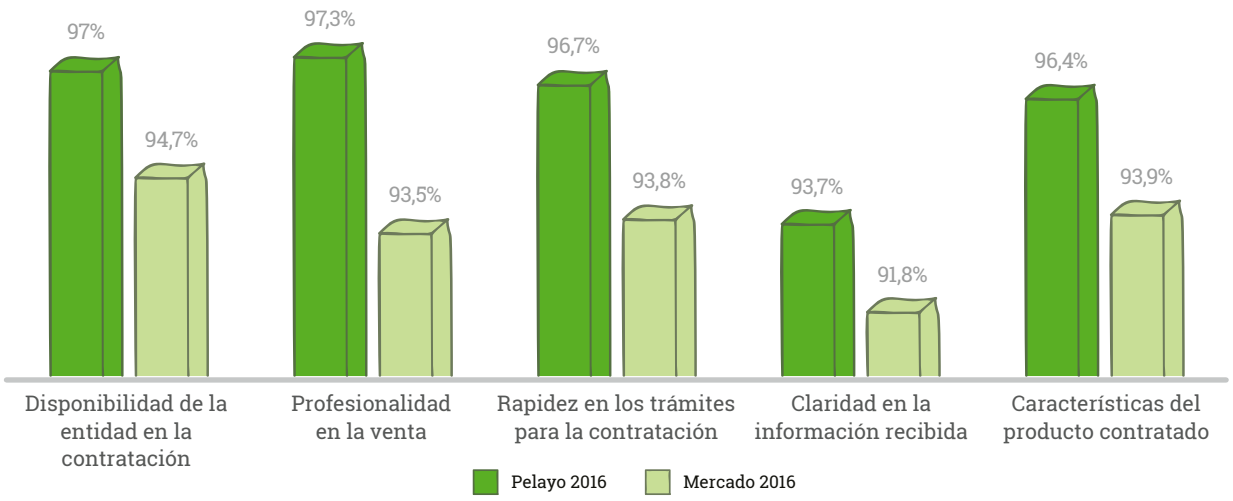
El **precio continúa siendo el principal factor de decisión por parte de los clientes**. Esto mismo, junto a la existencia de diversos portales de comparación de precios fácilmente accesibles, ha hecho que en el sector de los seguros exista una alta rotación de clientes. En este contexto, Pelayo lleva años trabajando en la **fidelización de sus clientes** con excelentes resultados.

* Fuente: Banco de España: Informe de proyecciones de la economía española (dic-2016)

La satisfacción de los clientes es un indicador de gran relevancia para medir la calidad del servicio prestado y la fidelización de los clientes. A continuación, se muestran los altos niveles de satisfacción de clientes obtenidos por Grupo Pelayo y del sector asegurador en su conjunto.

Indicadores de satisfacción de nuevos clientes

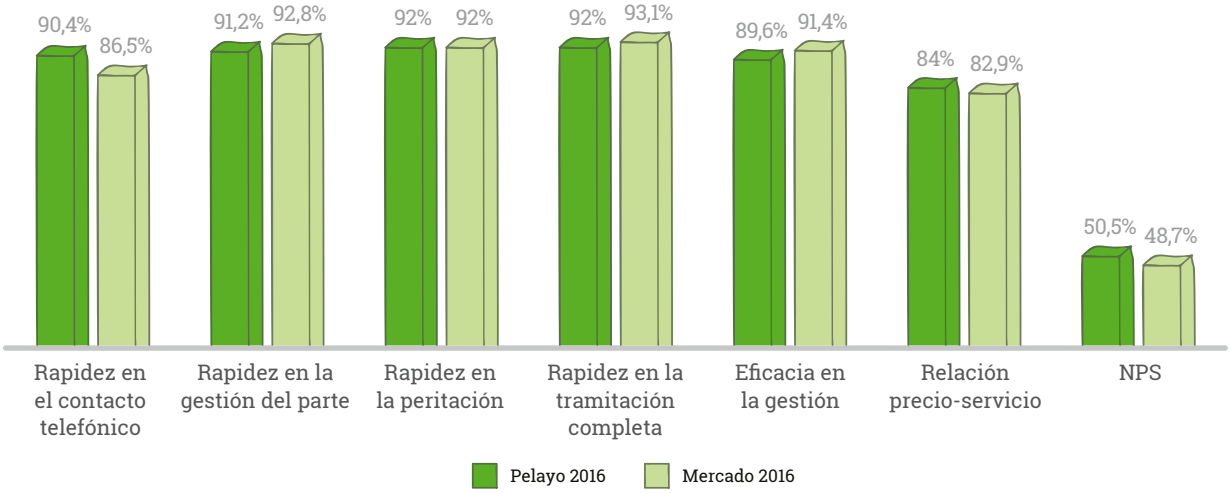
Fuente: ICEA



Como se observa en la tabla, en todos los atributos relacionados con la satisfacción, Pelayo está siempre por encima de la media de mercado. La profesionalidad es uno de los puntos fuertes de Pelayo, y así lo afirma el 97,3% de los clientes de reciente contratación (93,5% en el mercado). Los clientes consideran que el personal de venta de Pelayo está disponible (97%), actúa con agilidad en los trámites de contratación (96,7%) y es claro al exponer al cliente la información (93,7%).

Indicadores de satisfacción de clientes existentes

Fuente: ICEA



Los clientes de Pelayo que han tenido un siniestro en el último año también se encuentran satisfechos con el servicio. En comparación con el año anterior, Pelayo mejora en todos los atributos relacionados con la rapidez.

La rapidez en el contacto telefónico es el atributo que mejor evolución ha tenido en 2016. En este sentido Pelayo ha mejorado en 10 puntos porcentuales la satisfacción de los clientes, ofreciéndoles una solución rápida en uno de los momentos claves de su relación con Pelayo. Como consecuencia, mejoran notablemente su percepción de la relación precio servicio y su fidelidad.

Así se refleja en el aumento del 83,7% al 87,2% de clientes que asegura que renovará su seguro con Pelayo en 2017, situando a Pelayo ligeramente por encima del mercado (87,1%). Además, el NPS ***(Net Promotor Score)*** de Pelayo ha experimentado un crecimiento interanual de casi 14 puntos porcentuales (del 36,9% al 50,5%), debido al mayor número de clientes que se declaran promotores de Pelayo. Es también la primera vez que se sitúa este indicador por encima de la media de mercado (48,7%).

5.3 NUESTRA ESTRATEGIA COMO ELEMENTO DE CONSOLIDACIÓN Y RESILIENCIA

La estrategia de Pelayo se asienta en siete pilares de éxito para garantizar el crecimiento sostenible de la Entidad en un entorno de grandes cambios.

El 2016 ha sido fundamentalmente un año de **consolidación empresarial** para el Grupo Pelayo. Destacando la mejora en el margen técnico del negocio, los avances en la visión única del cliente y la consolidación de Agropelayo que se ha convertido en uno de los referentes en el sector de los seguros agrarios en España con una cuota de mercado próxima al 19,5% en el ramo.

Durante este periodo, el Grupo Pelayo también ha trabajado en fortalecer su capacidad de crecimiento a largo plazo. El Grupo ha **consolidado fortaleza patrimonial y su nivel de solvencia económica**, el cual es **más de tres veces superior** al exigido por la normativa vigente en el marco de Solvencia II, lo que le permite hacer frente de forma sólida a los compromisos adquiridos con sus mutualistas. Aun así, es fundamental mantener el alto ratio de cobertura de exigencia de capital en el futuro, para afrontar los riesgos asumidos y seguir garantizando el alto nivel de servicio a los clientes.

En los próximos años, se vislumbran **grandes cambios en la industria aseguradora**: en los productos y servicios demandados, en la personalización de la oferta, en las formas de tarificación y evaluación de los riesgos, y en los medios y formas de entrar en contacto con los clientes. Todo ello va a exigir **adaptación y desarrollo de nuevas formas** de hacer las cosas. Por ello, una parte importante de las inversiones del Grupo Pelayo se centran en disponer de un equipo de personas del talento y conocimiento necesarios para afrontar con éxito este futuro de transformación.

La estrategia del Grupo Pelayo es ofrecer los servicios de **mayor calidad y a los precios más adecuados** a cada cliente, logrando una relación duradera con un planteamiento de facilidad, sencillez y cercanía. Para ello es necesario seguir avanzando en la mejora de los modos de contacto con el cliente, canales y herramientas de comunicación (oficinas, teléfono, internet, redes sociales), de manera que el cliente se pueda relacionar con la Entidad de forma bidireccional con sencillez y facilidad.

Con el objetivo de fidelizar a los clientes, el Grupo Pelayo tiene la intención de seguir trabajando en las **siguientes líneas:**

- Continuar desarrollando un **catálogo de productos y servicios** de alta calidad que satisfagan las necesidades de los consumidores de la manera más adecuada para los diferentes segmentos a los que se enfoca la Entidad**.**
- Desarrollar **herramientas específicas de fidelización**, vía política de precios en las renovaciones, ajustadas a los diferentes segmentos de clientes, así como programas de fidelización y servicios de valor añadido para los clientes con mayor nivel de vinculación.
- Desarrollar **tarifas** competitivas para los segmentos más interesantes en términos de siniestralidad y perfiles de consumidor, de manera que a dichos segmentos se les proporcionen los precios más atractivos posibles.

El Grupo Pelayo invierte de forma intensa, y lo seguirá haciendo en el futuro, en **nuevas tecnologías e innovación** para poder gestionar de forma adecuada las **tendencias crecientes,** que ofrecen ventajas competitivas: la digitalización y la explotación eficiente del ***Big Data.***

DIGITALIZACIÓN

El Grupo Pelayo es consciente de que la sociedad está cambiando y que estamos ante un nuevo cliente y ante una nueva forma de relacionarse con él. Los clientes gracias a nuevas plataformas ***on-line*** buscan, comparan, analizan

las opciones de compra eligiendo un servicio de calidad a un precio competitivo. Adaptarse a sus necesidades y a su forma de informarse y consumir es fundamental para su fidelización.

La digitalización de los procesos es fundamental para conocer las necesidades de los clientes, ajustar las tarifas a los perfiles de riesgo y mejorar la experiencia de los asegurados. Por todo ello, el Grupo Pelayo está inmerso en un Plan Director de Proyectos, que persigue la transformación digital de la Entidad.

BIG DATA

Las nuevas formas de analizar las necesidades del cliente, basadas en los comportamientos, tanto en términos de conducta como asegurado y como consumidor, proporcionan a Pelayo una información real sobre las necesidades del mercado que, adecuadamente modelizadas, suponen una base que permite optimizar las tarifas de una manera más eficaz. El *Big Data* es parte fundamental de la estrategia de negocio de Pelayo, facilitando que las decisiones se tomen teniendo en cuenta datos robustos y consistentes.

Los futuros desarrollos en ***Big Data*** ayudarán a impactar de manera más eficiente en los clientes consiguiendo una comunicación más atractiva, coherente y efectiva.

El Grupo Pelayo aborda el año 2017 con optimismo y con el objetivo de crecer en los diferentes ramos de actividad. No obstante, a pesar de los resultados positivos del año 2016, la Entidad es prudente en un contexto que afronta desafíos globales. Para hacerles frente y aprovechar las oportunidades que se presentan, Pelayo mantendrá una estrategia centrada en el crecimiento rentable y sostenido, apoyado en las siguientes **líneas estratégicas**:

CRECIMIENTO

Para garantizar el **crecimiento continuado** de la Mutua se han definido **planes de negocio** específicos para el Canal Agentes y el Canal de Venta Directa, con el objetivo de llegar mejor a los clientes a través de las oficinas y agentes y del teléfono e internet respectivamente. Además, la Mutua busca mejorar su **presencia** y **posicionamiento** en determinadas provincias con menor cuota actual de mercado a través de una oferta y un servicio basado en la capilaridad en todo el territorio español. Asimismo, en el Canal Corredores se está trabajando en la estrategia de segmentación no solo por volumen, sino también incorporando la **diversificación** y **rentabilidad**, para alcanzar un **crecimiento rentable.** Esto viene reforzado por la generación de planes de acción personalizados "*ad hoc*", consiguiendo aumentar la oferta de valor, y por tanto, la densidad media de productos por corredor.

Los **hitos** más relevantes en **2016**, en línea con el Plan Trienal 2016-2018, se han centrado en el significativo avance del **Plan de expansión de la Red de Agentes Representantes**, así como en la aplicación práctica de la **segmentación de clientes**, consiguiendo importantes mejoras en la rentabilidad y diversificación.

RENTABILIDAD

El objetivo fundamental consiste en **mejorar el margen técnico**, mediante la adecuación de las tarifas, la selección de buenos riesgos, la creación de una relación duradera con los mejores clientes y la innovación en la oferta de productos y servicios.

El **hito** más relevante en **2016,** en línea con el objetivo del eje estratégico, ha sido la **mejora del margen técnico** alcanzado por la Mutua. Para conseguirlo, se han implementado líneas de actuación orientadas a la calidad de la producción y de la cartera, que han permitido a Pelayo romper tendencias y alcanzar mejoras en la prima media y en la frecuencia de daños personales, así como líneas de mejora de los costes medios y del ratio de gastos con resultados muy positivos sobre el margen. Asimismo, la estrategia de la Mutua busca el equilibrio técnico en los distintos segmentos, por lo que se han definido e implementado los planes de acción necesarios para reconducir los segmentos deficitarios a medio plazo.

DIVERSIFICACIÓN

La Mutua está trabajando continuamente por **mejorar su cartera de productos** y adaptarla a las expectativas de los asegurados en los diferentes ramos de seguros (automoción, hogar, vida, salud, explotaciones agrarias, etc.) y lograr su fidelización.

Los **hitos** más relevantes en **2016**, en línea con la estrategia de diversificación de la Mutua, han girado en torno a las importantes mejoras en el producto **"Hogar Compromiso".** También cabe destacar la tasa de crecimiento por encima del 15% alcanzada en el negocio de **"Vida Riesgo".** Asimismo, se ha continuado con el desarrollo de la **Cuenta Seguros Pelayo (CSP),** llegando a casi 50.000 clientes dados de alta en la misma; sin duda una herramienta clave para alcanzar el objetivo de diversificación de la Entidad.

CLIENTES

La razón de ser de la Mutua son sus mutualistas y por eso tiene como objetivo que Pelayo tenga una **clara orientación al cliente**. Se han definido una serie de iniciativas encaminadas a aumentar la **fidelización** y **vinculación** de los clientes, para que perciban un mayor valor añadido, tanto en los productos como en los servicios.

El **hito** más relevante en **2016**, ha sido el lanzamiento del **Plan de Fidelización** para los clientes de mayor valor para Pelayo, incorporando una serie de ventajas adicionales al precio que contribuyan a aumentar su satisfacción con la Mutua. Asimismo, se ha dado el primer paso para tener una visión integral del cliente con la puesta en marcha del **Maestro de Clientes**.

PRODUCTIVIDAD

El objetivo fundamental consiste en **mejorar la eficiencia** reduciendo gastos generales que no tengan un impacto en la **calidad de los productos y servicios** ofrecidos a los asegurados. En este sentido Pelayo está trabajando en la puesta en marcha de diversas medidas enfocadas a **mejorar la productividad** de la Mutua mediante la **eficiencia** y la **contención** de las partidas de **gastos**.

Los **hitos** más relevantes de **2016**, en relación a la mejora de la productividad de la Mutua, han girado en torno a la adecuación de los **ratios de gastos imputables** a prestaciones a nivel sectorial y la puesta en marcha de los procesos analíticos en la **Agrupación de Interés Económico del Grupo**, donde se han definido un catálogo de servicios a prestar a los diferentes miembros de la Agrupación, con la adecuada imputación de costes y el aplicativo tecnológico. Asimismo, cabe destacar la implantación de un **sistema de gestión de gerencias comerciales** que garantice una gestión eficiente de las mismas y el diseño y puesta en marcha del **Plan de Continuidad de Negocio** que garantice el sostenimiento de los procesos críticos ante una posible contingencia externa.

INVERSIONES

La política de inversiones de la Mutua mantiene **criterios de inversión conservadores**. Las inversiones no sólo buscan maximizar la aportación de ingresos, sino también garantizar una cobertura sólida a las obligaciones con los mutualistas. Para mantener la rentabilidad de las inversiones en un complejo entorno de mercado se ha optado por diversificar la cartera de inversión, fijando una combinación óptima de rentabilidad y riesgo, y con un sistema de control que permite gestionar adecuadamente los riesgos asumidos y los requerimientos de solvencia derivados.

Entre los **hitos** más relevantes en **2016**, destaca el avance significativo en la **reducción** del peso específico del volumen de **activos poco rentables**, tanto participaciones financieras como inmuebles, en la cartera de inversiones en su conjunto. Por otro lado, se ha incrementado la proporción de activos con mayor rentabilidad, estableciendo mecanismos de control adecuados de los riesgos asumidos.

CALIDAD

Los **clientes** representan una de las líneas estratégicas de la Mutua y, por ello, Pelayo está implementando las acciones necesarias para cumplir todos los compromisos con sus clientes para lograr su **máxima fidelización y satisfacción percibida** en los momentos clave. Pelayo garantiza el cumplimiento de las Cláusulas Compromiso en autos (1:24:72) y el Compromiso a Tiempo en hogar. Asimismo, impulsa la coordinación y mejora en los procesos de comunicación entre clientes, corredores y gestores especializados en la Mutua, fomentando una mayor agilidad y resolución de los contactos, aspecto fundamental en la excelencia de los servicios prestados.

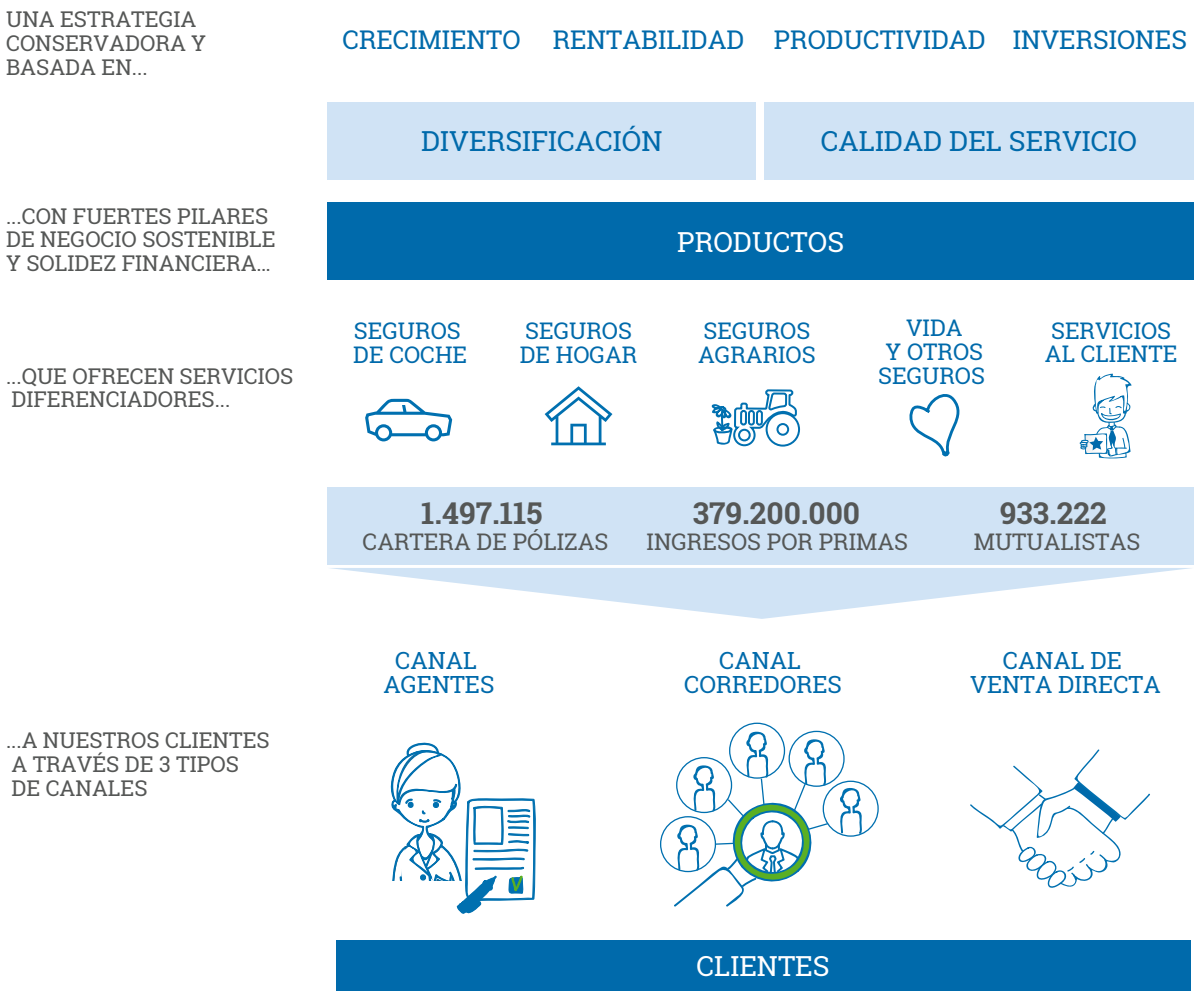
Entre los **hitos** más relevantes de **2016**, destaca el sólido avance con una metodología y sistemática de las líneas más relevantes en la calidad del servicio, destacando el grado de cumplimiento de las mismas. Se han implementado diversos **modelos relacionales y de comunicación** entre clientes, tramitadores y corredores en la gestión de siniestros, y se han incluido **sistemas de trazabilidad y medición en tiempo real** en las Cláusulas Compromiso en autos (1:24:72) y en el Compromiso a Tiempo en hogar, lo cual ha permitido seguir mejorando en el rigor de los procesos.

5.4 MODELO DE NEGOCIO

Pelayo Mutua de Seguros fue fundada por un grupo de industriales que dedicaban sus vehículos al servicio público. El 7 de abril de 1933 se reunieron para constituir una sociedad a la que denominaron La Mutua de Automóviles de Alquiler de Madrid.

Desde entonces el **modelo de negocio** de Pelayo ha evolucionado hacia una permanente búsqueda de la **excelencia** y **diferenciación** para desarrollar **nuevos productos** y **servicios** gracias a la aplicación de **nuevas tecnologías.**

Desde su constitución, hace más de 80 años, el modelo de negocio de Pelayo ha evolucionado adaptándose a los requerimientos de sus grupos de interés, garantizando así su capacidad de crecer rentablemente en un entorno cada vez más complejo.



La Mutua ofrece una **extensa cartera de productos y servicios aseguradores** de valor añadido, con soluciones diversificadas que dan respuesta al amplio espectro de necesidades de los clientes. La gama de productos de Pelayo no sólo contempla los seguros de automóviles y de hogar sino que se extiende a una gran variedad de soluciones aseguradoras.

A estos productos se unen los de comercio y oficinas, PYMES, comunidades, vida, pensiones y ahorro, así como accidentes individuales o colectivos. Pelayo dispone también de seguros de responsabilidad civil general, del cazador o pescador, así como seguros de salud y asistencia familiar, a raíz de los acuerdos con DKV y Santalucía.

SEGUROS DE COCHE Y MOTO

La Mutua ofrece distintas modalidades de seguros de coche y moto que cubren desde las garantías más básicas hasta las más innovadoras:

- Para coche: a terceros básico, a terceros luna, a terceros combinado, a todo riesgo con franquicia y a todo riesgo.
- Para moto: moto básico, seguro de moto junto con incendio y robo y seguros para ciclomotores.

SEGUROS DE HOGAR

La Mutua ofrece una amplia gama de seguros de hogar adaptándose a las necesidades de los clientes según habiten en viviendas propias o de alquiler.

Las diferentes opciones pueden incluir coberturas como: averías de electrodomésticos, asistencia informática, garantía de responsabilidad civil o asistencia veterinaria de animales domésticos, entre otros.

SEGUROS AGRARIOS

La Mutua, a través de su filial Agropelayo, ofrece seguros agrarios que permiten reducir la incertidumbre de agricultores y ganaderos, garantizando la continuidad de sus explotaciones a través de coberturas en situaciones de daños producidos por variaciones de agentes naturales.

VIDA Y OTROS SEGUROS

La Mutua ofrece seguros de vida y pensiones adaptados a las necesidades de los clientes para proteger a las personas que éstos tienen a su cargo.

Además, la Mutua cuenta con un amplio catálogo de seguros de salud, caza y pesca, comercios y oficinas, animales domésticos, accidentes, comunidades y planes de ahorro e inversión, entre otros.

Para llegar a los clientes y ofrecerles un servicio de calidad, la Mutua sigue una **estrategia de multicanalidad**, contando con **diferentes canales de comercialización y comunicación**:

pelayo

CANAL AGENTES

Un agente es un mediador con una vinculación exclusiva a la entidad aseguradora. Por ello, las comunicaciones y los pagos de primas realizados por el tomador del seguro al agente surten los mismos efectos que si se hubiesen realizado directamente a la entidad aseguradora. Este canal representa el 48,77% del negocio total de la Mutua, gracias a la aportación de:

- Agencia Central de Seguros: 71 tiendas operativas.
- Agentes con imagen: 191 tiendas (136 agentes).
- Agentes sin imagen: 312 agentes.

CANAL CORREDORES

Los corredores, a diferencia de los agentes, son quienes directamente mantienen el contacto, facilitan la oferta y en última instancia contratan con el cliente final. Los pagos de primas realizados al corredor no se entienden como realizados a la entidad aseguradora.
Este canal representa el 44,53% del negocio total de la Mutua.

CANAL DE VENTA DIRECTA

A través de este canal se articula la comercialización no presencial de la entidad aseguradora, vía telefónica o bien por internet.
Este canal representa el 6,70% del negocio total de la Mutua.

CLIENTES

6. Buen gobierno

El modelo de gobierno respalda el compromiso de Pelayo de crear valor a largo plazo aportando ética, transparencia y cumplimiento de la normativa reguladora en su gestión diaria.

HITOS CLAVE 2016

Durante 2016 se ha incorporado Francisco Lara Martín como consejero ejecutivo y Francisco Hernando Díaz-Ambrona como secretario del Consejo.

Las prácticas de gobierno corporativo de Pelayo se orientan a la **creación de valor** económico y social sostenido en el tiempo. Su objetivo principal es salvaguardar el interés de los mutualistas, optimizando el impacto positivo sobre el conjunto de la sociedad.

Datos clave 2016

123.553.896 €
FONDO MUTUAL

933.222
MUTUALISTAS

365.036.162 €
PATRIMONIO PROPIO

933.222
DERECHOS DE VOTO

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

33% Miembros ejecutivos

67% Miembros no ejecutivos

44,5% Mujeres

COMISIONES DELEGADAS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Comisión Ejecutiva	Comisión de Inversiones	Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo	Comisión de Retribuciones y Nombramientos
Reuniones: 11	Reuniones: 11	Reuniones: 7	Reuniones: 4
Miembros ejecutivos: 3	Miembros ejecutivos: 3	Miembros ejecutivos: —	Miembros ejecutivos: —
Miembros no ejecutivos: 3	Miembros no ejecutivos: 2	Miembros no ejecutivos: 4	Miembros no ejecutivos: 3
Asistentes 2	Asistentes 3	Asistentes 4	Asistentes 3

Pelayo continúa trabajando de manera voluntaria en su adaptación a las exigencias de la nueva **Ley de Sociedades de Capital** y las recomendaciones contenidas en el **nuevo Código de Buen Gobierno** de las Sociedades Cotizadas de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Toda la información contenida en el capítulo de Buen Gobierno del presente Informe queda recogida y ampliada en el Informe Anual de Gobierno Corporativo que Pelayo tiene disponible a través de su página web corporativa www.pelayo.com

El **modelo de Gobierno Corporativo de Pelayo Mutua de Seguros:**

- Cuenta con un Consejo de Administración como órgano superior de decisión de la Entidad, que participa activamente en la vida de la Mutua y que mantiene reuniones periódicas, adopta y asume decisiones ejecutivas, y mantiene un contacto constante con el equipo directivo.
- Garantiza la mejor administración de la Mutua, consolidando un modelo de gobierno social, ético, transparente y eficaz basado en el estricto respeto y el cumplimiento a la ley, los estatutos y las disposiciones de los Reglamentos del Consejo de Administración y de la Asamblea General.
- Informa de su gestión en materia de Gobierno Corporativo de forma transparente a sus diferentes grupos de interés.
- Está comprometido con la constitución, la puesta en funcionamiento y el desarrollo de competencias de las diferentes Comisiones Delegadas de Control del Consejo de Administración.
- Aplica las buenas prácticas de Gobierno Corporativo de empresas cotizadas o de otras empresas líderes en la materia, yendo más allá del estricto cumplimiento normativo.

6.1 NATURALEZA DE LA ENTIDAD

Pelayo, es una **mutua aseguradora,** una **sociedad mercantil sin ánimo de lucro** cuyo principal objeto se basa en la cobertura a los socios de los riesgos asegurados, a cambio del pago de una prima fija al comienzo del periodo del riesgo.

La Mutua no dispone de un **capital social** representado en títulos o acciones, sino de un **fondo mutual** constituido por las aportaciones exigidas por la ley, realizadas por los socios, además de aquellos otros constituidos con el excedente de los ejercicios sociales.

Fondo Mutual (€)	Patrimonio propio (€)	Número de mutualistas	Número de derechos de voto
123.553.896	365.036.162	933.222	933.222

6.2 ESTRUCTURA DE GOBIERNO

ASAMBLEA GENERAL DE MUTUALISTAS

Tienen derecho de asistencia a las Asambleas Generales todos los mutualistas que acrediten dicha condición, se encuentren al corriente de pago de sus obligaciones y así lo soliciten. Los mutualistas podrán hacerse representar por medio de otro mutualista con derecho de asistencia (con un máximo de tres representaciones por mutualista).

Con el fin de promover la asistencia y la participación en las asambleas se han puesto en marcha diferentes iniciativas telemáticas como el Foro Electrónico de Mutualistas (canal de comunicación previo a la celebración de las Asambleas, a través del cual presentan propuestas para incluir en el orden del día) o el voto electrónico.

La Asamblea General puede ser ordinaria o extraordinaria, y tendrá lugar necesariamente en Madrid. Éstas serán convocadas por el Consejo de Administración con al menos un mes de antelación mediante anuncio en la página web de la Mutua. El anuncio deberá indicar la fecha, hora y lugar de la reunión, así como los asuntos incluidos en el orden del día. Además, se incluirán todos los detalles necesarios sobre los servicios de información al mutualista (número de teléfono, dirección de correo electrónico, oficina y horarios de atención).

El funcionamiento de la Asamblea General está regulado según lo establecido en los **Estatutos Sociales** y el **Reglamento de la Asamblea,** ambos modificados en 2015.

Todos los códigos y manuales se encuentran disponibles en la página web corporativa www.pelayo.com

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA:

La Asamblea General se reunirá en sesión ordinaria una vez al año. Las competencias reservadas a la Asamblea General Ordinaria son las siguientes:

- Fijar el número mínimo y máximo de los miembros del Consejo de Administración, así como su nombramiento y revocación.
- Censurar la gestión social, aprobar el Informe de Gestión, las cuentas anuales, la distribución y aplicación de los resultados y el Informe de Gobierno Corporativo.
- Acordar nuevas aportaciones obligatorias al Fondo Mutual y el reintegro de las mismas en las condiciones previstas en los Estatutos.
- Nombrar y revocar a los auditores de cuentas.
- Fijar la retribución anual global del Consejo de Administración y los conceptos de la misma.

ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA:

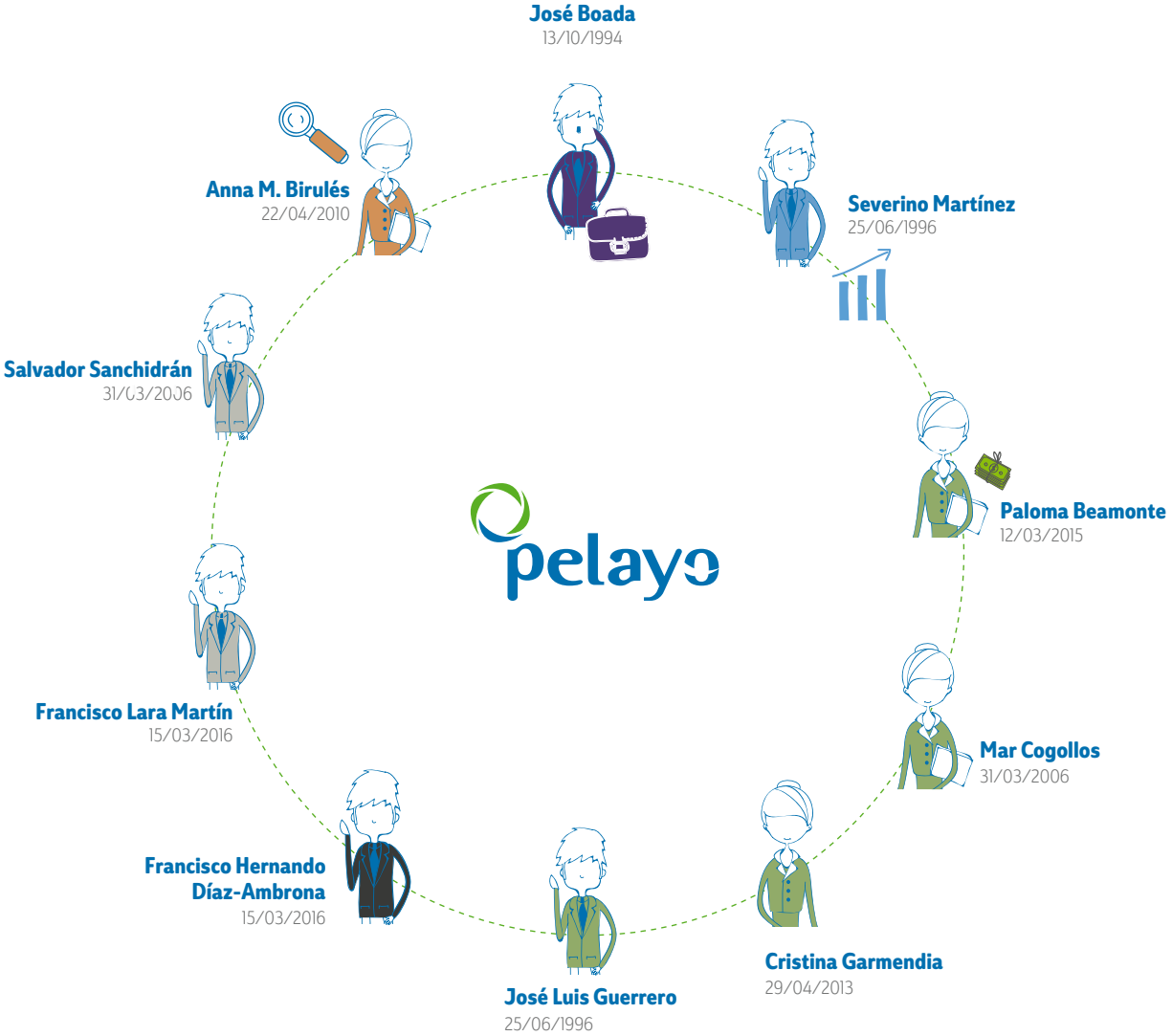
Para abordar los asuntos que no se incluyen dentro del ámbito definido para la Asamblea General Ordinaria, se requerirá de la convocatoria de Asamblea General Extraordinaria. Ésta tendrá, entre otras competencias, la aprobación y modificación de los Estatutos y adopción de acuerdos que representen transacciones superiores al 25% de los activos de la Entidad.

CONSEJERO COORDINADOR

En su propósito de mejorar el funcionamiento de los órganos que tienen atribuidas las competencias en materia de Gobierno Corporativo, Pelayo ha comenzado su adaptación, a pesar de no ser obligatorio para las mutuas, a la última Ley de Sociedades de Capital y al nuevo Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas.

En este contexto, Pelayo nombró en 2015 a Anna M. Birulés Consejera Coordinadora no ejecutiva, atribuyendo a ese cargo las siguientes competencias:

- Solicitar la convocatoria del Consejo de Administración o la inclusión de nuevos puntos del orden del día de un Consejo ya convocado.
- Coordinar y reunir a los consejeros no ejecutivos.
- Establecer, en su caso, la evaluación periódica del Presidente del Consejo.



LEYENDA:

- Presidente – Ejecutivo
- Vicepresidente – No ejecutivo
- Consejero coordinador – No ejecutivo
- Consejero – Ejecutivo
- Consejero/a – No ejecutivo
- Secretario no Consejero

- Presidente de la Comisión Ejecutiva
- Presidente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo
- Presidente de la Comisión de Retribuciones y Nombramientos
- Presidente de la Comisión de Inversiones

El Consejo de Administración ostenta las **facultades de representación, dirección y supervisión** de la Mutua que le atribuyen los Estatutos y la ley. Entre sus **competencias esenciales** cabe destacar:

- La delegación permanente de facultades en la Comisión Ejecutiva o en cualquiera de los consejeros.
- El nombramiento de consejeros por cooptación.
- La apreciación de las causas de cese de los consejeros y la aceptación de la dimisión de los mismos.
- El nombramiento, reelección y separación de los Asesores del Consejo y de los consejeros como vocales de las distintas Comisiones del Consejo.
- La convocatoria de las Asambleas Generales de mutualistas, la fijación de su orden del día y la formulación de propuestas de acuerdos.
- La formulación de las cuentas anuales e Informes a elevar a la Asamblea y su presentación y propuesta a la Asamblea General.
- La regulación del funcionamiento interno del Consejo y de la organización general de la Mutua.
- La aprobación del régimen de remuneración de los consejeros.
- La evaluación del funcionamiento de las Comisiones Delegadas, la gestión del Presidente y los consejeros, del primer ejecutivo y del propio Consejo (el Informe resultante se incluye en el Informe de Gobierno Corporativo).

Además del ejercicio de las competencias esenciales, se le atribuyen las siguientes **funciones generales** entre otras:

- Impulsar el compromiso ético de la Mutua en toda la organización.
- Observar y garantizar en todo momento los principios de Responsabilidad Social Corporativa que hubiera adoptado la Mutua.
- Determinar los objetivos económicos, planes y presupuestos de la Mutua y del Grupo.
- Aprobar las estrategias generales de la Mutua y asegurar la continuidad de la empresa en el largo plazo.
- Supervisar y controlar los resultados, la gestión de los negocios y la eficiencia de los gastos de la Mutua.
- Identificar los principales riesgos de la Mutua y supervisar los sistemas de control e información de tales riesgos.
- Aprobar los resultados trimestrales, semestrales y anuales provisionales de la Mutua y del Grupo.

NOMBRAMIENTO Y CESE DE CONSEJEROS

La **Comisión de Retribuciones y Nombramientos** propondrá el nombramiento, reelección y cese de los consejeros. Una vez la decisión ha pasado por el Consejo, ésta se elevará a la Asamblea General. Es condición esencial para acceder al Consejo de Administración de Pelayo, ya sea en calidad de Vocal, Presidente, Vicepresidente y Secretario ostentar la condición de mutualista en los términos establecidos en los Estatutos Sociales.

Tanto dicha Comisión como el Consejo velará porque hombres y mujeres tengan **igualdad de oportunidades** y haya candidatos de ambos sexos siempre y cuando todos ellos reúnan el perfil profesional necesario.

Todos los consejeros deben ser personas de **reconocida honorabilidad comercial y profesional**, **competencia y solvencia**. Además, deben contar con **experiencia y conocimiento sobre diversas materias** como mercado financiero y de seguro, análisis financiero y actuarial y marco regulatorio, entre otros.

Los consejeros cesarán en el cargo cuando haya transcurrido el mandato estatutario para el que fueron nombrados y automáticamente al alcanzar la edad de 65 años para los consejeros ejecutivos y 70 años para los no ejecutivos.

REUNIONES

El Consejo de Administración aprobará, antes del inicio de cada ejercicio social, el programa de sesiones del año siguiente, si bien el calendario podrá ser modificado por acuerdo del propio Consejo o por decisión del Presidente. El número **mínimo** de reuniones es de **doce al año**.

La convocatoria de las sesiones ordinarias se efectuará por carta, telefax, telegrama, correo electrónico o cualquier otro medio válido del que quede constancia y estará autorizada con la firma del Presidente, o por la del Secretario por orden del Presidente. La convocatoria se cursará, salvo caso de urgencia o necesidad, con antelación suficiente a la fecha de la sesión, recogiendo el orden del día a tratar en la sesión.

En el ejercicio 2016, el Consejo de Administración se ha reunido en doce ocasiones (todas con la asistencia del Presidente). Durante el desarrollo de dichas reuniones se trataron temas como la aprobación de las Cuentas Anuales individuales y consolidadas de Pelayo para el ejercicio 2016 y la aprobación del Informe de Gestión y de Gobierno Corporativo.

DELEGACIÓN DE VOTO

Los consejeros que excusen su asistencia a las sesiones del Consejo podrán delegar su representación y su derecho de voto en el Presidente u otro miembro para cada reunión por medio de carta, telefax, telegrama, correo electrónico o cualquier otro medio válido. Ahora bien, dicha delegación deberá ser siempre por escrito indicando claramente las instrucciones que el representado solicita de su representante, especialmente en el ejercicio del derecho de voto.

ADOPCIÓN DE ACUERDOS

Los acuerdos del Consejo de Administración se adoptarán por mayoría de los consejeros asistentes, presentes o representados en la reunión, excepto en los supuestos en los que se requiera una mayoría superior.

RETRIBUCIÓN

La Comisión de Retribuciones y Nombramientos, se encarga de la elaboración de un Informe sobre la Retribución de los Consejeros elevándolo al Consejo de Administración y posteriormente sometiéndolo a consideración en la Asamblea General Ordinaria. El sistema de retribución de consejeros considera una asignación fija y otra variable, dietas de asistencia, y una aportación a un fondo de pensiones, entre otros aspectos. La retribución debe ser siempre proporcional a la situación económica y tamaño de la Mutua y debe tener en cuenta las funciones y responsabilidades atribuidas a cada consejero.

COMISIONES DELEGADAS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

En línea con la adaptación a la nueva Ley de Sociedades de Capital y al nuevo Código de Buen Gobierno, Pelayo en 2016, en respuesta a la petición realizada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), informó de todos los cambios introducidos en la composición y funciones de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo, de conformidad con lo exigido por la disposición adicional tercera de la Ley 22/2015 de 20 de julio de Auditoría de Cuentas, que ordena a las entidades aseguradoras disponer de comisiones de auditoría en los términos establecidos por el artículo 529 quaterdecies de la Ley de Sociedades de Capital.

El funcionamiento de las Comisiones delegadas está regulado según lo establecido en el **Reglamento del Consejo**, modificado en 2015 y disponible en la página web corporativa www.pelayo.com

COMISIÓN EJECUTIVA

Es el **órgano delegado** del Consejo para **determinados asuntos y operaciones.** La **delegación permanente de facultades** por parte del Consejo de Administración podrá comprender todas las facultades del Consejo, salvo las indelegables.

EN 2016

11	3	3	2
Reuniones	Miembros ejecutivos	Miembros no ejecutivos	Asistentes

COMISIÓN DE INVERSIONES

Es el órgano delegado del Consejo para **controlar y vigilar las inversiones realizadas** y que estas cumplan con las políticas, códigos y buenas prácticas. El Presidente de esta comisión no puede ser un miembro ejecutivo de la Mutua. Además, tiene asignadas, entre otras, las siguientes **funciones:**.

- Vigilar que se respeten los Códigos de Inversiones Financieras.
- Promover la modificación y adaptación de los Códigos de Conducta.
- Fijar la política de riesgos de mercado de la Mutua y su correcta gestión y seguimiento.

EN 2016

11	3	2	3
Reuniones	Miembros ejecutivos	Miembros no ejecutivos	Asistentes

COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Es el órgano delegado del Consejo para la **supervisión** y **control** de la actividad de la Mutua, la **veracidad**, **objetividad** y **transparencia** de la contabilidad social, de la información económica y financiera y del **cumplimiento** de las disposiciones legales y reglamentarias a que está sometida la Mutua. El Presidente de esta comisión no puede ser un miembro ejecutivo de la Mutua. Además, tiene asignadas, entre otras, las siguientes **funciones**:

- Informar en la Asamblea General sobre las cuestiones que en ella planteen los mutualistas en materias de la competencia de la comisión.
- Proponer al Consejo de Administración el nombramiento, reelección o sustitución de los auditores de cuentas externos.
- Supervisar los servicios de auditoría interna de la Mutua.
- Establecer y supervisar los trabajos a realizar por la Función Actuarial.
- Promover la modificación y adaptación de los Códigos de Conducta.
- Fijar la política de riesgos de inversión de la Mutua y su correcta gestión y seguimiento.

EN 2016

7	0	4	4
Reuniones	Miembros ejecutivos	Miembros no ejecutivos	Asistentes

COMISIÓN DE RETRIBUCIONES Y NOMBRAMIENTOS

Es el órgano delegado del Consejo en todo lo relacionado con el **nombramiento, evaluación y retribución de consejeros**. El Presidente de esta comisión no puede ser un miembro ejecutivo de la Mutua. Además, tiene asignadas, entre otras, las siguientes **funciones**:

- Proponer el nombramiento, reelección y cese de los consejeros, Secretario del Consejo, altos Directivos, Asesores del Consejo y Vocales de las Comisiones del Consejo de Administración.
- Planificar y ordenar la sucesión del Presidente, del Vicepresidente y del primer ejecutivo, cuando procedan.
- Informar sobre el régimen de retribuciones de los consejeros, y de los Asesores del Consejo.
- Proponer el régimen de retribuciones del Presidente y de los consejeros que ostenten la condición de ejecutivos de la Mutua, e informar sobre los contratos de los altos Directivos.
- Evaluar anualmente a los consejeros de las Comisiones.

EN 2016

4	0	3	3
Reuniones	Miembros ejecutivos	Miembros no ejecutivos	Asistentes

Durante 2016 ha entrado en vigor la nueva Ley de Auditoría de Cuentas 22/2015 que incluye nuevos requisitos en cuanto a las competencias de los consejeros y a los miembros ejecutivos en el Consejo de Administración de la Entidad matriz del Grupo.

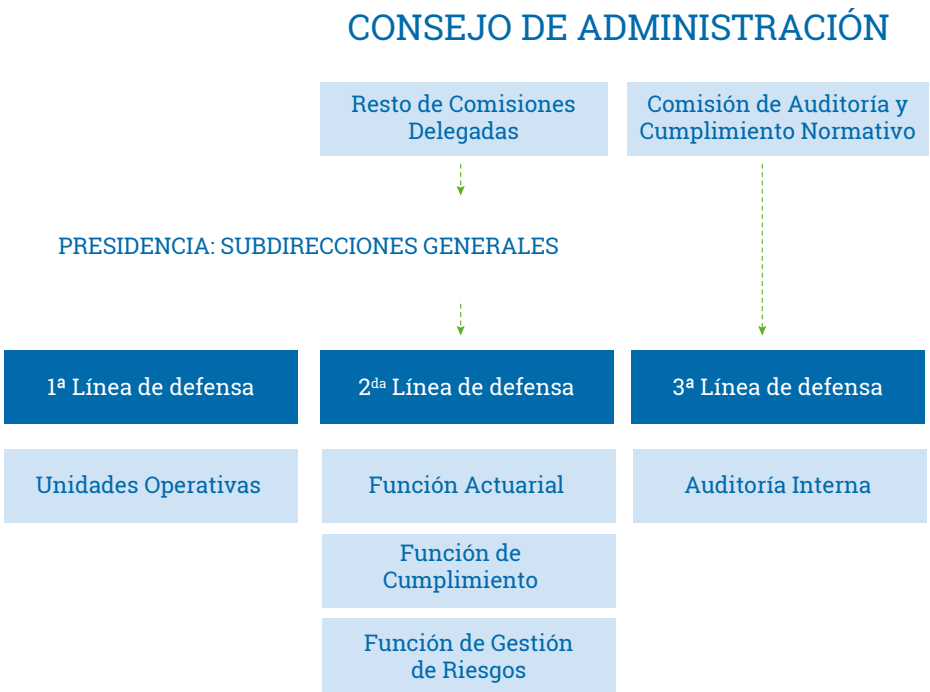
6.3 GESTIÓN DE RIESGOS

Con motivo de la entrada en vigor de la **Directiva 2009/138/CE**, del Parlamento Europeo y del Consejo sobre el seguro de vida, el acceso a la actividad del seguro y reaseguro y su ejercicio (Solvencia II), Grupo Pelayo ha mejorado la seguridad de sus asegurados y beneficiarios e incrementado la transparencia del Grupo en sus comunicaciones.

Dicha normativa persigue mejorar la protección de los asegurados mediante una mayor sofisticación del análisis, la medición y la gestión del riesgo asegurador. Los tres pilares en los que se basa la nueva normativa son los siguientes:

- **Análisis cuantitativo:** Se han creado nuevas reglas para el cálculo y revisión de seis indicadores: valoración de activos y pasivos, provisiones técnicas, fondos propios, requerimientos de capital de solvencia, requerimientos de capital mínimo e inversiones.
- **Supervisión:** La nueva normativa establece nuevos requisitos en cuanto al control interno, gestión de riesgos y los sistemas de gobierno de las entidades seguradoras. En este sentido el Grupo Pelayo ya cumplía con dichos requisitos en el momento de la aprobación de la normativa.
- **Revelación de información:** Se incrementa la información que las entidades aseguradoras deben enviar a los reguladores y la información que debe hacerse pública. En este sentido, Pelayo publicará en el mes de mayo, de conformidad con los plazos establecidos en la legislación, en su página web un Informe sobre la situación financiera y de solvencia, referido al ejercicio 2016 (el del Grupo estará disponible a partir del mes de junio), en el que se incluirá información detallada sobre la gestión y el control de cada uno de los riesgos a los que la sociedad está expuesta.

El Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo Pelayo es un sistema basado en la gestión conjunta de todos los procesos de negocio y áreas de soporte, y en la adecuación del nivel de riesgo a los objetivos estratégicos, integrado en la estructura organizativa y en el proceso de toma de decisiones. El modelo de gobierno adoptado por el Grupo en la gestión de riesgos y control interno está soportado en el **"Modelo de las tres líneas de defensa"**. En él, los órganos de gobierno (Consejo de Administración y Comisiones Delegadas) tienen la responsabilidad última de garantizar la eficacia del sistema, de establecer el perfil de riesgo y los límites de tolerancia, así como de aprobar las principales estrategias y políticas de gestión de riesgos. Además, este modelo lo constituyen tres líneas de defensa cuyas funciones son la identificación, control, mitigación y supervisión de los riesgos.



La **primera línea de defensa** la constituyen las unidades operativas de cada uno de los departamentos, que son responsables de la identificación de los riesgos en cada una de las actividades diarias para el cumplimiento de sus objetivos, así como de la realización de actividades de control para la mitigación de los mismos.

En **la segunda línea de defensa** las funciones incluidas refuerzan los procedimientos de control asociados a la actividad diaria. La Función de Gestión de Riesgos tiene como tarea fundamental la implantación y administración del sistema de gestión de riesgos. Es responsable de establecer mecanismos de vigilancia y monitorización para la mitigación de la exposición al riesgo, vigilar el cumplimiento del marco (incluyendo Políticas), y prevenir la asunción de riesgos incoherente con el apetito y la tolerancia definidos por el Consejo de Administración mediante la aprobación de la Estrategia de Riesgos. La Función de Cumplimiento Normativo contribuirá a unas prácticas de negocio responsables y sólidas, y a la integridad de los productos y servicios suministrados. La Función Actuarial coordina y revisa el cálculo de provisiones y ejerce otras funciones de control relacionadas con las Políticas de Suscripción y constitución de reservas, Reaseguro y Calidad del Dato.

La **tercera línea de defensa** la constituye la Función de Auditoría Interna, que asume la responsabilidad de la comprobación de la adecuación y eficacia del Sistema de Control Interno y de Gestión de Riesgos y de otros elementos del sistema de gobierno.

La **gestión de riesgos** no constituye estrictamente un proceso en serie, donde cada componente afecta sólo al siguiente, sino un **proceso multidireccional** en el que casi cualquier componente puede influir en otro. La Mutua dispone de una **metodología estandarizada** para llevar a cabo la gestión de cada uno de los riesgos:

1. **Identificación y categorización de riesgos**: identificación de los riesgos, así como de las causas que los han originado; clasificándolos según la naturaleza del riesgo, en línea con lo establecido en la normativa de Solvencia II, con el fin de homogeneizarlos, estandarizarlos y gestionarlos de forma conjunta.

2. **Medición de riesgos/Valoración:** cuantificación de cada tipología de riesgos para la correspondiente elaboración de una matriz de impacto/probabilidad de riesgo inherente y definición del nivel a partir del cual el riesgo es considerado "crítico", para sobre dichos riesgos identificar y evaluar los controles y así obtener la valoración del riesgo residual.

3. **Identificación y valoración de la efectividad de los controles:** identificación de controles que mitiguen los riesgos identificados para proceder a la valoración de su efectividad. El resultado es la valoración de la exposición al riesgo residual, sobre el que a su vez se ha establecido un nivel de criticidad con el fin de obtener el inventario de riesgos residuales.

4. **Monitorización y seguimiento**: definición de "indicadores de riesgo" o parámetros de referencia, para llevar a cabo un adecuado seguimiento y control de los riesgos, así como una priorización ordenada de los planes de acción.

5. **Planes de acción:** acciones a desarrollar para implementar las respuestas al riesgo seleccionadas por la Dirección con el fin de alinearlos con la tolerancia establecida.

6. **Elaboración y comunicación de Informes:** La información relevante sobre riesgos es capturada, procesada y comunicada a los órganos de gobierno de la Entidad a través una serie de Informes.

Como resultado del proceso anterior se han identificado una serie de riesgos significativos que quedan resumidos a continuación:

Riesgos identificados	Fuentes del riesgo	Estrategias de mitigación
De mercado	• Volatilidad de los tipos de interés. • Volatilidad de los mercados de renta variable. • Incremento de los diferenciales de crédito. • Concentración en un número reducido de emisores. • Volatilidad del mercado inmobiliario.	• Aceptación expresa de las inversiones por parte del Consejo de Administración tras propuesta de la Comisión de Inversiones. **INVERSIONES FINANCIERAS:** • Gestión prudente de las inversiones (elevado peso de renta fija y limitación en valores de renta cotizados en mercados regulados). • Diversificación de las inversiones. • Control y seguimiento trimestral por parte de la Comisión de Inversiones de las medidas de exposición al riesgo establecidas (mapas de flujos de caja, duración modificada y convexidad, técnicas del valor en riesgo, análisis de sensibilidad, seguimientos de los *spreads* de crédito, cálculo de la pérdida esperada por riesgo de crédito y análisis de la exposición al riesgo de concentración por tipo de activo, sector, *rating*, emisor o grupo emisor y país). **INVERSIONES INMOBILIARIAS:** • Manual de inversiones inmobiliarias aprobado por el Consejo de Administración.
De suscripción no vida/técnico	• Fluctuaciones en relación con el momento de la ocurrencia, la frecuencia y la gravedad de los sucesos asegurados. • Fluctuaciones en el momento y el importe de la liquidación de siniestros. • Incertidumbre en las hipótesis de tarificación y constitución de provisiones correspondientes a sucesos extremos o excepcionales.	• Reaseguro. • Seguimiento y control del riesgo: – Análisis de productos para determinar la suficiencia de la prima. – Control del cumplimiento de las normas de suscripción por todos los canales de distribución. – Revisión y coordinación del cálculo de las provisiones técnicas y calidad de datos utilizados en modelos. – Seguimiento de la evolución de las provisiones por tipología de siniestro y año de ocurrencia. – Análisis de contratos de reaseguro para determinar su consistencia con la normativa de suscripción de riesgos y su idoneidad para una transferencia efectiva del riesgo. – Definición de indicadores clave para el seguimiento de riesgos asociados al riesgo de suscripción y reservas. – Análisis del cuadro de indicadores utilizados en la gestión del negocio.
De liquidez	• Insuficiencia de flujos de caja futuros. • Reducción en el valor de realización de un activo financiero por riesgo de crédito o mercado. • Desajuste en el calendario de los flujos de efectivo relacionados con el activo, pasivos u otras partidas fuera del balance. • Insuficiencia de fondos disponibles o falta de financiación alternativa.	• Establecimiento de directrices de inversión específicas en virtud del perfil de liquidez de los pasivos. • Seguimiento de la liquidez disponible y requerida en la Entidad, incluyendo las necesidades de efectivo a corto plazo y medio plazo. • Generación de informes adecuados y escalabilidad de las cuestiones relativas a la liquidez. • Planes de contingencia diferenciados en función de la naturaleza y factores de riesgos específicos.
De contraparte	• Deterioro del *rating*/ratio de solvencia de las reaseguradoras (reaseguro). • Situación de insolvencia de tomadores de seguros y mediadores.	• Política de reaseguro (necesidad de contratar reaseguradoras de alta calificación crediticia) y otras técnicas de mitigación aprobada por el Consejo de Administración. • Seguimiento periódico y análisis de los saldos (tomadores y mediadores).
Operacional	• Fallos en el diseño de procesos. • Fallos de sistemas. • Fraude externo. • Fraude interno. • Gestión inadecuada del conocimiento.	• Manuales internos de proceso. • Política de riesgo operacional. • Manual del proceso de gestión de riesgo operacional (metodología cualitativa de valoración). • Base de datos de eventos de pérdida por riesgo operacional.
Estratégico y reputacional	• Posibilidad de sufrir pérdidas derivadas de cambios en el entorno de negocio, de decisiones de negocio erróneamente tomadas o incorrectamente ejecutadas, o de la falta de respuesta eficaz ante dichos cambios en el entorno (riesgo estratégico). • Posibilidad de sufrir pérdidas como consecuencia de una percepción negativa de la imagen corporativa por parte de clientes, inversores o supervisores (riesgo reputacional).	• Metodologías cualitativas de valoración. • Análisis de escenarios.
De cumplimiento normativo	• Incumplimientos de la legislación vigente o imposibilidad de ejercitar defensa jurídica.	• Política de la Función de Cumplimiento Normativo. • Códigos y manuales que establecen el marco de actuación (Manual de Prevención de Riesgos Penales, prevención de blanqueo de capitales, comportamientos contrarios a la ley de competencia).

6.4 CUMPLIMIENTO

Pelayo cuenta con una **Política de Cumplimiento**, que tiene como finalidad principal definir los medios y procedimientos de prevención y control necesarios para evitar la posibilidad de aparición de un riesgo (sanciones legales o regulatorias, pérdida financiera o reputacional como consecuencia del incumplimiento de leyes, regulaciones, normativas, normas de autogobierno o requerimientos administrativos que resulten aplicables).

Entre los principales **códigos y manuales** a través de los cuales Pelayo articula lo establecido en su Política de Cumplimiento y establece el **marco de actuación** para la **mitigación** de dichos riesgos, caben destacar los siguientes:

- **Manual de Prevención de Riesgos Penales:**
  Establece las políticas, los comportamientos y las formas de actuación que deben regir la actividad de la Entidad, y define los sistemas de control que se han establecido para prevenir la comisión de aquellos delitos tipificados en el Código Penal, cuya responsabilidad puede atribuirse a las personas jurídicas. En 2015 se actualizó su contenido de acuerdo a la reforma del Código Penal que entró en vigor en fecha 1 de julio de 2015. Asimismo, en la matriz de riesgos legales desarrollada por la Entidad figura un mapa de riesgos penales, identificando las actividades en cuyo ámbito pueden ser cometidos los delitos que deben ser prevenidos. Periódicamente se imparten sesiones formativas sobre responsabilidad penal corporativa a los miembros del Consejo de Administración.

- **Manual de Prevención de Blanqueo de Capitales:**
  Desarrolla el contenido de la normativa vigente en materia de prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo, y su aplicación a Pelayo. Contiene los procedimientos y medidas dirigidos a prevenir y dificultar estas actuaciones.

- **Manual de comportamientos contrarios a la Ley de Competencia:**
  Recoge los comportamientos sujetos a sanción e identifica las sanciones aplicables a quienes cometan este tipo de actos. Además, en él se describen y desarrollan los procedimientos a seguir en el caso de detectar una posible contingencia fundada en una posible violación de las normas de defensa de la competencia.

Además, como se ha mencionado con anterioridad, el **Código Ético** establece las pautas generales que deben regir la conducta de la Entidad y de todo su personal.

Todos los **códigos y manuales** se encuentran disponibles en la **página web corporativa www.pelayo.com**

6.5 ÉTICA Y TRANSPARENCIA

El **Código Ético** de Pelayo fue aprobado por el Consejo de Administración el 23 de diciembre de 2009 y es actualmente de aplicación a todos los empleados, directivos, consejeros y profesionales del Grupo Pelayo, quedando recogidos en el mismo los principios de actuación de la Mutua en el marco de la solidaridad y la ausencia del ánimo de lucro bajo su condición de mutua.

El Código Ético pretende establecer las pautas generales que deben regir la conducta de Pelayo y de todo su personal, desarrollando los fundamentos de comportamiento ético que el Consejo de Administración entiende que han de aplicarse a los negocios y actividades del Grupo Pelayo. En este contexto, se distinguen cinco ámbitos de aplicación de los principios y normas de conducta profesional: empleados y profesionales, clientes, colaboradores externos y/o proveedores, competencia y sociedad.

El seguimiento y control de la aplicación del Código Ético es competencia de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo.

Pelayo cuenta con un canal de denuncias confidencial a través del cual reportar comportamientos **contrarios** al Código Ético, o bien **realizar consultas** sobre su interpretación. Durante 2016 no se ha recibido ninguna denuncia por presuntas infracciones del Código Ético.

Principios éticos básicos:

- Respeto a la legalidad.
- Respeto a los Derechos Humanos.
- Responsabilidad Corporativa.
- Integridad.
- Transparencia.
- Austeridad.

7. Pelayo en 2016

HITOS CLAVE 2016

La Mutua ha consolidado la senda del crecimiento, con un incremento de la facturación de un 0,55% sobre el ejercicio anterior.

El negocio del ramo agrario ha sido cedido a la empresa filial Agropelayo, entidad constituida junto al Grupo Agromutua.

7.1 RESULTADOS ECONÓMICOS Y DE NEGOCIO

A cierre del ejercicio 2016, la Mutua ha continuado con la senda de crecimiento y consolidación financiera iniciada en el contexto de la recuperación económica

En el ejercicio 2016 la Mutua ha obtenido un beneficio después de impuestos de **2.498 miles de euros**, lo que supone un decremento del 19,62% respecto a 2015. La reducción del resultado neto es consecuencia de un aumento del gasto por impuesto de sociedades, provocado por un cambio legislativo referente a la tributación de los resultados de las empresas filiales anteriores al año 2013. El resultado antes de impuestos de la Mutua asciende a 9.890 miles de euros frente a 4.363 miles de euros obtenido en 2015. Este incremento, proviene principalmente de una reversión parcial de la provisión por deterioro de la participación en la filial Agencia Central de Seguros S.A., fruto de una consolidación de los resultados positivos de la misma en los últimos ejercicios.

Los **ingresos totales por primas** han alcanzado los **379,2 millones de euros**, lo que supone un decremento del 9,22% sobre el ejercicio anterior. Esta disminución es consecuencia de la cesión del ramo agrario a la empresa filial Agropelayo S.A. Sin tener en cuenta este ramo cedido, los ingresos por primas se han incrementado un 0,55% sobre el ejercicio anterior.

Datos clave 2016

BENEFICIOS DESPUÉS DE IMPUESTOS

2,498
Millones de euros

INGRESOS PRIMAS

379,2
Millones de euros

FONDOS PROPIOS

343,8
Millones de euros

CARTERA DE PÓLIZAS

1.497.115

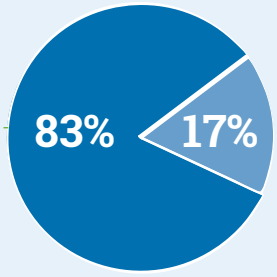
RATIO DE SOLVENCIA

3,3 veces el capital de solvencia exigido

Facturación por ramos

RAMO DE AUTOMÓVILES

315,8
Millones de euros



RAMOS PATRIMONIALES, ACCIDENTES, VIDA, RESPONSABILIDAD CIVIL Y OTROS

63,4
Millones de euros

Durante el ejercicio 2016 el **ramo de automóviles** ha experimentado una positiva evolución, con un crecimiento del 0,78% con respecto a 2015. Este crecimiento se explica por:

- Mejora en la selección de riesgos.
- Recuperación de la prima media de nueva producción.
- Mejora en la gestión de los precios a través de una mayor segmentación.
- Mejora en la gestión de las bajas de cartera fruto de la apuesta de la Mutua por la fidelización de sus clientes.

La facturación de los **ramos de patrimoniales, accidentes, vida, responsabilidad civil y otros** ha experimentado una evolución similar a la registrada en 2015 (63,37 millones de euros). Por último, **el ramo de seguro agrario,** que fue incorporado en abril de 2014 a la Mutua, ha sido traspasado a la nueva sociedad Agropelayo S.A., entidad participada por la Mutua en un 50,003% y por el Grupo Agromutua en un 49,997%, presentando una facturación al cierre de ejercicio de 136,7 millones de euros, frente a los 40,9 millones de euros - sólo Pelayo Mutua - registrados en el ejercicio anterior.

PRINCIPALES MAGNITUDES

	2014	2015	2016
Mutualistas	978.968	967.902	933.222
Pólizas de cartera	1.495.240	1.521.421	1.497.115
Primas emitidas*	401.557	417.708	379.183
Resultado*	3.821	3.108	2.498
Fondos propios*	347.502	349.905	343.812

* Miles de euros

PÓLIZAS

El ejercicio 2016 ha cerrado con un volumen total de pólizas de **1.497.115 unidades** frente a las **1.496.705 unidades** obtenidas en el ejercicio 2015 sin tener en cuenta el ramo agrario. Un adecuado nivel de producción del ejercicio junto a una consolidación del ratio de bajas de cartera, ya iniciada en ejercicios anteriores, ha permitido cerrar el ejercicio con este mantenimiento de cartera.

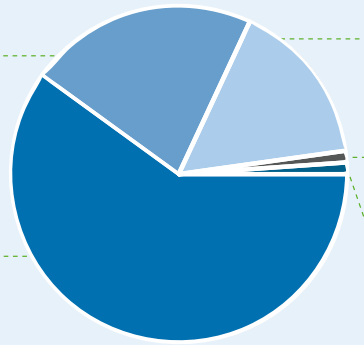
Volumen de cartera por ramo*

RAMO DE PATRIMONIALES

22% de la cartera
327.484 pólizas
1% de crecimiento

RAMO DE AUTOMÓVILES

60% de la cartera
894.210 pólizas
2% de crecimiento



RAMO DE VIDA

16% de la cartera **239.031** pólizas **13%** de crecimiento

RAMO DE ACCIDENTES

1% de la cartera **17.625** pólizas **7%** de crecimiento

RAMO RESPONSABILIDAD CIVIL

1% de la cartera **10.673** pólizas **2%** recesión

En cuanto a la nueva producción, a cierre de 2016 el número de pólizas sumaba **256.649 unidades**, lo que representa un 14,49% menos que en 2015. Este porcentaje recoge una menor producción en el Ramo de Automóviles, acorde con la estrategia de la Mutua de controlar la frecuencia siniestral, apostando más por la retención que por el nuevo negocio. En los Ramos de Hogar y Vida la Mutua ha alcanzado un volumen de producción en línea con el ejercicio 2015.

La producción ha estado acompañada por una **política de prudencia** a la hora de establecer criterios de contratación, con un exhaustivo **control de riesgos**.

* El resto de ramos de seguro representan un acumulado del 1% de la cartera.

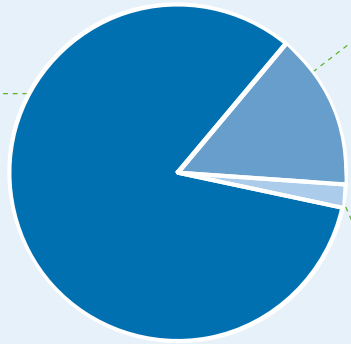
PRIMAS

El volumen total de primas sin tener en cuenta el negocio agrario traspasado ha ascendido a 379.183 miles de euros, un 0,55% superior al ejercicio 2015.

Volumen de primas por ramo

RAMO DE AUTOMÓVILES

83% de la facturación
315.823 miles de euros
0,78% más que en 2015



RAMO DE PATRIMONIALES

15% de la facturación
57.479 miles de euros
0,63% menos que en 2015

OTRAS MODALIDADES DE SEGUROS*

2% de la facturación
5.881 miles de euros

* Ramos de Accidentes, Responsabilidad Civil, Vida y otras modalidades.

El modelo de negocio de Pelayo y su desempeño se alinean con indicadores cuantitativos y aspectos como la siniestralidad, los costes medios, la provisión para prestaciones, la tasa de siniestralidad y los gastos de gestión.

SINIESTRALIDAD

Pelayo apuesta por una dinámica de contratación conservadora con el objetivo de contar con una **cartera equilibrada**. Esta gestión permite eludir la compensación de pérdidas desproporcionadas en determinados segmentos, lo que podría resultar en un incremento de la tarifa en el resto. La apuesta de la Mutua por una cartera de calidad ha obligado a la Entidad a establecer procedimientos selectivos habiendo quedado demostrado el éxito de los mismos.

2016 ha estado marcado por un mantenimiento de la frecuencia de daños personales y materiales. La frecuencia por ramos en el año 2016 es la siguiente:

Ramo de automóviles

25,55% frecuencia de daños materiales — ↑ **25,52%** en 2015

2,81% frecuencia de daños personales — ↓ **2,83%** en 2015

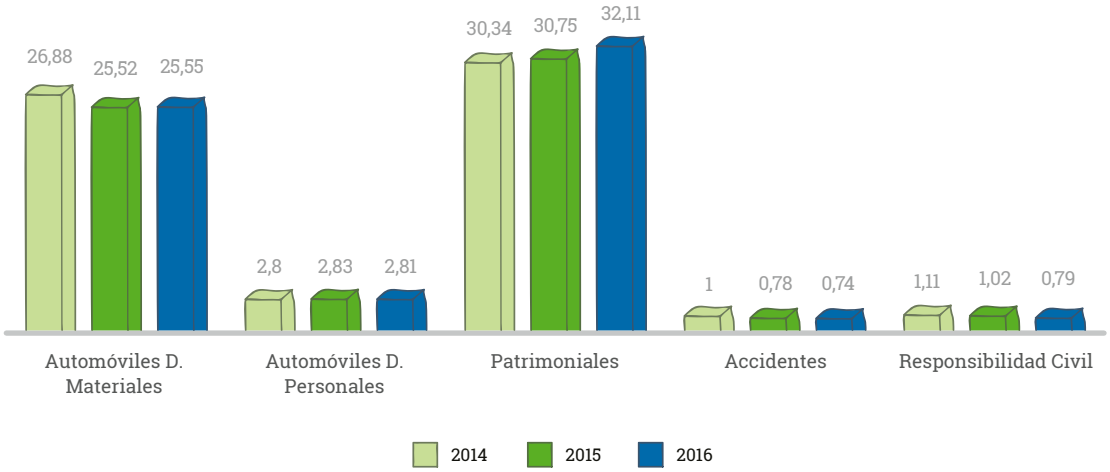
Ramos diversos

32,11% patrimoniales — ↑ **30,75%** en 2015

0,74% accidentes — ↓ **0,78%** en 2015

0,79% responsabilidad civil — ↓ **1,02%** en 2015

Evolución temporal de la frecuencia en los ramos de automóviles y diversos



BUENA PRÁCTICA

En este ejercicio 2016, para los principales ramos, se ha consolidado el realizar consultas en ficheros de solvencia patrimonial, al identificarse esta variable como muy relevante a la hora de segmentar los riesgos, conforme a estudios ya generalizados en el sector.

COSTES MEDIOS

Los costes medios van asociados a aspectos como la tipología de lesionados y la gestión en la tramitación de los mismos. En su objetivo por reducirlos en la medida de lo posible, la Mutua ha seguido trabajando durante 2016 en la **consolidación de su red de colaboradores** a nivel nacional y en el **seguimiento exhaustivo de la tramitación de los expedientes.**

Durante 2016 se ha experimentado una disminución en los costes medios totales de los siniestros, situándose en **816 euros** frente a los 830 euros del año 2015. Esta tendencia, que se centra en daños materiales, compensa el ligero incremento de daños personales y es fruto de **una gestión adecuada en la tramitación de siniestros**. La distribución de los costes medios por ramos en el año 2016 es la siguiente:

Ramo de automóviles

433 € en daños materiales — ↓ **24 €** sobre 2015

4.296 € en daños personales — ↑ **105 €** sobre 2015

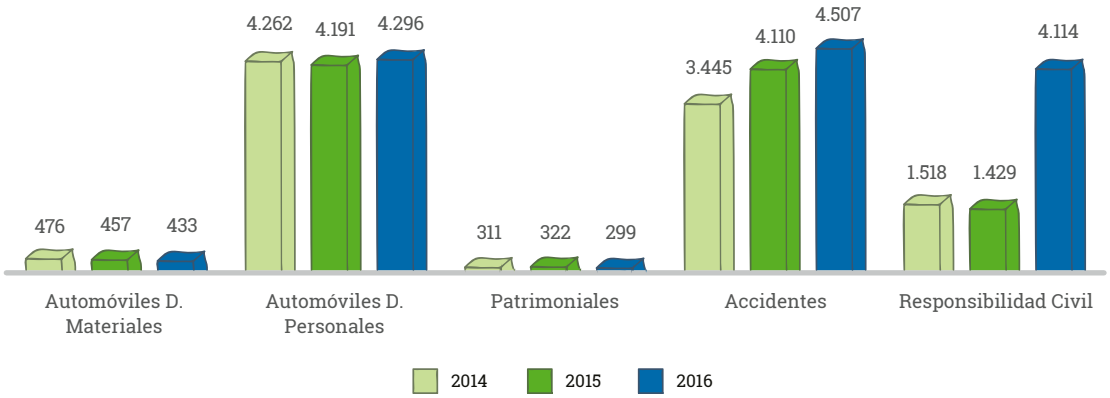
Ramos diversos

299 € en patrimoniales — ↓ **23 €** sobre 2015

4.507 € en accidentes — ↑ **397 €** sobre 2015

4.114 € en responsabilidad civil — ↑ **2.685 €** sobre 2015

Evolución temporal del coste medio en los ramos de automóviles y diversos



BUENA PRÁCTICA

La **lucha contra el fraude** es uno de los puntos clave para el control de los costes medios. En este sentido, la Mutua ha consolidado un equipo de especialistas en verificación técnica y ha centrado sus líneas de acción en la mejora de eficiencia a través de tres ejes:

- **Detección**, implementando un nuevo modelo de alarmas con reglas de negocio flexibles y versátiles.
- **Gestión del fraude**, con un proceso adaptado al alcance y complejidad de cada caso.
- **Mejora del modelo de datos**, como pieza clave para el análisis del fraude y su prevención.

Se han actualizado y mejorado los procesos de gestión especializada, incidiendo mucho en la lucha contra el fraude en los siniestros de baja intensidad.

Sectorialmente la Mutua se sitúa como referente en la lucha contra el fraude, liderando los distintos Comités y Comisiones especializadas que participan de las decisiones en este ámbito, tanto en UNESPA, ICEA, Centro Zaragoza, etc., y colaborando con Tirea en el desarrollo e implementación de herramientas y bases de datos que permitan identificar y gestionar de manera más eficaz los elementos que confluyen en el fraude de siniestros.

Ahorro medio por siniestro

Año	Presunción (expedientes)	Confirmación (expedientes)	Confirmación/ Presunción	Ahorro (miles de euros)	Ahorro medio por siniestro
2014	18.212	12.297	67,52	22.410	1.822,36
2015	19.870	13.499	67,94	32.209	2.835,96
2016	17.626	12.843	72,87	19.459	1.521,20

La valoración de los siniestros pendientes en Pelayo se realiza siguiendo criterios prudentes y conservadores. Los sistemas de control para el cálculo de las provisiones para prestaciones pendientes, en los que cada imputación individual es revisada por distintas personas, permiten garantizar con mayor seguridad la correcta valoración de cada dotación realizada.

Los resultados positivos logrados en el ejercicio han permitido alcanzar un superávit en el estado de cobertura de provisiones técnicas de 391,2 millones de euros, que garantizan el cumplimiento de los compromisos de la Mutua con sus mutualistas y terceros perjudicados.

151,31

millones de euros de provision para prestaciones pendientes en el Ramo de Automóviles.

Desde el ejercicio 2007 la Mutua está autorizada por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones a utilizar métodos estadísticos para el cálculo de esta provisión en el Ramo de Automóviles.

En el Ramo de Automóviles se toma como referencia para las lesiones el Baremo de la **Ley 30/95 de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados y sus correspondientes actualizaciones anuales**.

TASA DE SINIESTRALIDAD

La tasa de siniestralidad relaciona variables como las primas, la frecuencia y los costes medios. La tasa de siniestralidad total es el resultado de las tasas de siniestralidad para siniestros ocurridos en el ejercicio y la evolución de aquellos ocurridos en ejercicios anteriores.

Durante 2016 se ha producido una mejora de la tasa de siniestralidad total, al situarse en el 70,67%, frente al 71,30% registrado en 2015, fruto de la evolución de las variables siniestrales (frecuencia y coste medio) comentadas con anterioridad. La distribución de la tasa de siniestralidad por ramos en el año 2016 es la siguiente:

Ramo de automóviles

68,77 % euros en automóviles ↓ 71,36 % en 2015

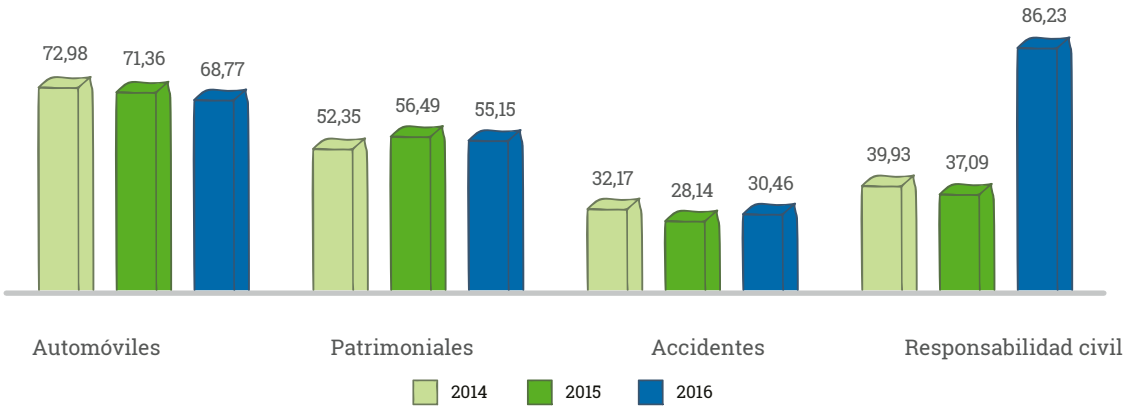
Ramos diversos

55,15 % patrimoniales ↓ 56,49 % en 2015

30,46 % accidentes ↑ 28,14 % en 2015

86,23 % responsabilidad civil ↑ 37,09 % en 2015

Evolución temporal de la tasa de siniestralidad en los ramos de automóviles y diversos



Tasa de siniestralidad total (miles de euros)

	2014	2015	2016
Primas imputadas	412.985	415.094	376.243
Siniestralidad total	289.364	295.966	265.894
Tasa de siniestralidad	70,07%	71,30%	70,67%

REASEGURO CEDIDO

En lo relativo al reaseguro cedido, la Mutua mantiene sus contratos con algunas de las principales y más solventes reaseguradoras mundiales que operan en España; contratos de los que queda excluida la cobertura de asistencia en viaje prestada directamente por la Mutua.

En cuanto a la cobertura y prioridad de los contratos de reaseguro en el ramo de automóviles, se ha establecido una cobertura en exceso de 750.000 euros. El siguiente cuadro recoge la evolución de los principales epígrafes del reaseguro cedido, integrando en 2014 y 2015 los correspondientes al negocio agrario.

Reaseguro cedido no vida (euros)

	2014	2015	2016
Prestaciones pagadas	2.455.636,00	2.609.807,29	1.863.312,59
Provisión para prestaciones	7.749.335,44	5.923.563,37	6.562.780,48
Primas de reaseguro	6.535.516,11	9.076.662,46	8.746.804,04

GASTOS DE GESTIÓN

La Mutua ha consagrado como actuaciones prioritarias la contención de gastos y la estabilidad presupuestaria, para afrontar la agresiva competencia en precios. En el marco de esta política de austeridad, la Mutua estableció un riguroso control presupuestario, aprobado a principios del ejercicio por el Consejo de Administración.

Los gastos de gestión reales en 2016 ascendieron a 126,67 millones de euros, frente a los 134,95 millones de euros reflejados el año 2015, produciéndose un cumplimiento en prácticamente todos los epígrafes de gastos del presupuesto establecido, el cual ya figura minorado por los planes de ahorro desplegados en el ejercicio con

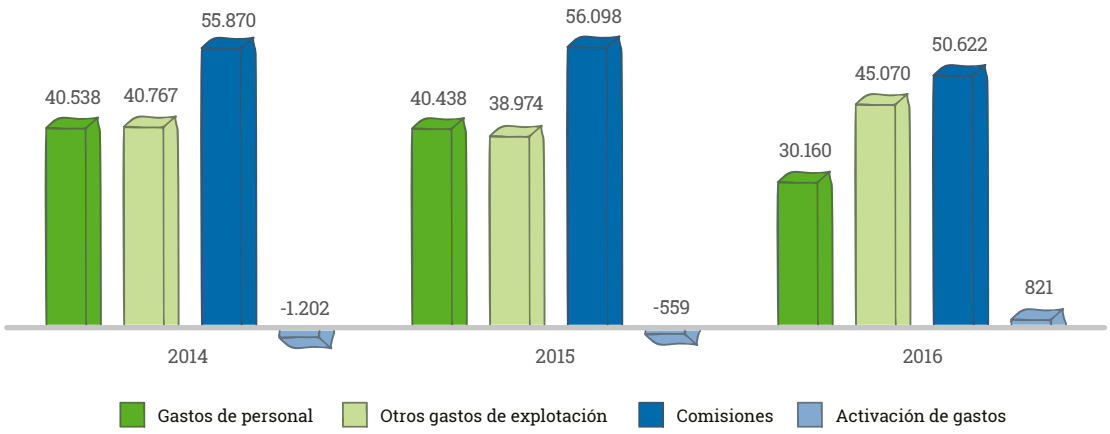
el objetivo de paliar el efecto de reducción de ingresos en estos últimos años.

En referencia a la naturaleza del gasto, es un hecho relevante el traspaso de los servicios centrales de la Mutua a Pelayo Servicios Auxiliares AIE en el ejercicio 2016. Este hecho explica la disminución de gastos de personal y el incremento de otros gastos de explotación, donde se recoge la prestación de servicios de la Agrupación a la Mutua. La evolución experimentada ha sido la siguiente:

BUENA PRÁCTICA

La disminución experimentada durante 2016 en los gastos de gestión es consecuencia del despliegue de planes y políticas de ahorro para adecuar la estructura de costes a la de ingresos, diseñada en años anteriores, la cual se está cumpliendo según lo planificado, provocando impactos positivos en el ratio de gastos.

Naturaleza del gasto (en miles de euros)



En su conjunto el ratio combinado de la Entidad, que engloba la siniestralidad más los gastos de gestión, se ha situado en el 104,34%, superior al 103,81% obtenido un año antes. Este incremento ha sido motivado por un incremento en el ratio de gastos. Este aumento es consecuencia de la disminución de primas totales por la cesión del negocio agrario a Agropelayo, S.A., ya que, como se decía con anterioridad, la cifra nominal de gastos se ha reducido en este ejercicio en 8,3 millones de euros. Del mismo modo, una menor activación de los gastos, vinculado con la disminución de la prima periodificada, completan la explicación a este aumento en el ratio.

Evolución del ratio combinado total

	2014	2015	2016
Siniestralidad	70,07%	71,30%	70,67%
Gastos de gestión	32,92%	32,51%	33,67%
Ratio combinado	102,99%	103,81%	104,34%

INVERSIONES

La Mutua ha seguido manteniendo en 2016 criterios conservadores de inversión. Las inversiones cumplen no sólo un fin de rentabilidad, sino también de cobertura del cumplimiento de las obligaciones con los mutualistas.

El Consejo de Administración debe aprobar las políticas y estrategias de inversión, presentadas por la Comisión de Inversiones*.

Esta Comisión contempla con carácter agregado y conjunto la gestión de todas las inversiones de la Mutua, bien sean inmobiliarias o financieras.

La Mutua mantiene actualizados los dos Códigos de Conducta de Inversiones, aprobados por el Consejo de Administración y la Asamblea de Mutualistas y el Manual de Política de Gestión del Riesgo de Inversión, Liquidez

y Activos y Pasivos (ALM), que recoge tanto las políticas y estrategias de inversión como los procedimientos de inversión. Su adecuación y cumplimiento son evaluados por la Comisión de Inversiones y el departamento de Auditoría Interna.

Todos los **códigos y manuales** se encuentran disponibles en la **página web corporativa** www.pelayo.com

* Para más información sobre el funcionamiento de los órganos de gobierno, en el apartado de Buen Gobierno del presente Informe se complementa la información sobre estos aspectos institucionales.

Evolución y distribución de la cartera de inversiones

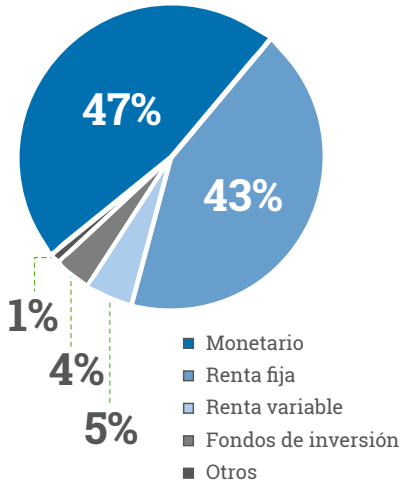
	2014			2015			2016		
	Valor de mercado	%	Plusvalías/ Minusvalías	Valor de mercado	%	Plusvalías/ Minusvalías	Valor de mercado	%	Plusvalías/ Minusvalías
Monetario	144,24	23,92	–	137,63	22,68	–	299,26	47,04	–
Renta fija	408,23	67,70	47,36	407,95	67,25	35,46	269,80	42,41	27,57
Renta variable	27,37	4,54	–	27,21	4,49	-0,10	32,21	5,06	–
Fondos de inversión	12,95	2,15	–	24,02	3,96	–	27,39	4,31	0,64
Otros	10,17	1,69	–	9,85	1,62	-1,53	7,5	1,18	–
Total Inv. Financieras	**602,96**	**100**	**47,36**	**606,66**	**100**	**33,45**	**636,16**	**100**	**28,21**
Total Inv. Materiales	**137,21**		**39,50**	**124,07**	**–**	**41,45**	**139,37**	**–**	**48,03**

INVERSIONES FINANCIERAS

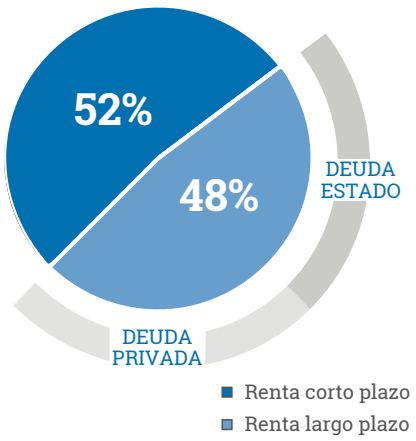
La duración de la cartera financiera en el ejercicio 2016 se ha situado entre 2,39 y 3,92 años; duraciones menores que las mantenidas en el ejercicio anterior, con niveles entre el 3,42 y 3,91.

Desde una óptica temporal más amplia, los cuadros y gráficos siguientes reflejan la evolución de las inversiones financieras de la Mutua a valor de mercado.

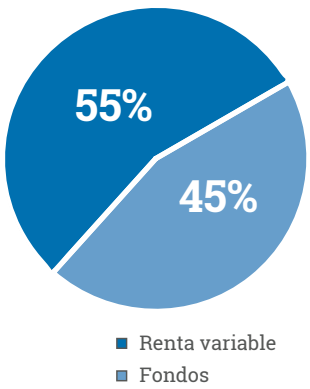
Distribución de inversiones financieras



Distribución renta fija



Distribución renta variable y fondos

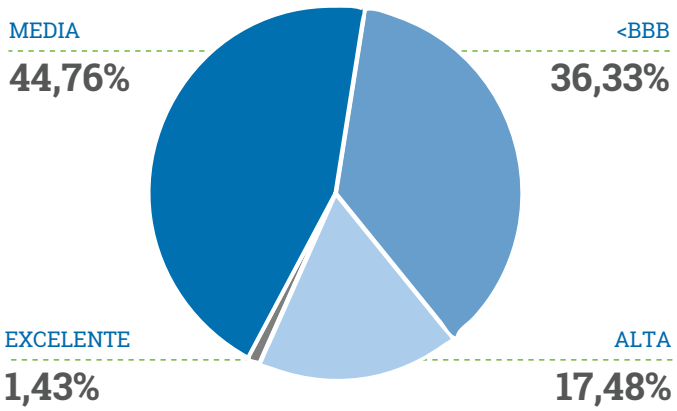


La evolución de la rentabilidad de las inversiones de la Mutua para cada Grupo de inversión a 31 de diciembre de cada ejercicio, comparada con la de los mercados de referencia, se refleja en el cuadro siguiente:

Descripción			2014	2015	2016
Corto plazo	Euribor	Semana	0,01%	-0,25%	-0,50%
		Mes	0,07%	-0,19%	-0,37%
	Mutua		1,61%	0,81%	0,32%
Renta Fija	Deuda Estado	5 años	0,78%	0,71%	0,30%
		10 años	1,60%	1,73%	1,38%
	Mutua		5,53%	5,03%	8,42%
Renta Variable	IBEX		3,65%	-7,16%	-0,02%
	Mutua		-12,65%	10,86%	7,18%

La Mutua ha mantenido el nivel de rating medio en BBB- con respecto al del año anterior.

Distribución de la cartera de renta fija por calificación



SOLVENCIA

El Grupo Pelayo cuenta con una solvencia tres veces superior a la exigida por la nueva normativa Solvencia II. Los datos anuales referidos al ejercicio 2016 serán publicados en la página web en el mes de junio (los referidos a Pelayo serán publicados en el mes de mayo), una vez que se disponga de los datos definitivos, a través de la publicación del "Informe sobre la situación financiera y de solvencia" de carácter anual, exigido por la nueva normativa Solvencia II. A fecha de publicación de este Informe los datos disponibles se refieren al tercer trimestre de 2016.

	2015 *	2016 (T3)
Ratio de Solvencia Grupo Pelayo	315%	295%
Ratio de Solvencia Pelayo	331%	333%

* El ratio de solvencia en 2015 no coincide con el publicado en anteriores Informes debido a que, con el fin de facilitar la comparabilidad, el dato incluido ha sido calculado con los criterios de la nueva normativa Solvencia II.

RESULTADOS Y FONDOS PROPIOS

El resultado de este ejercicio después de impuestos ha sido de **2.498 miles de euros**, lo que supone un decremento del 19,62% respecto a 2015. Como se explicaba con anterioridad, la reducción del resultado neto es consecuencia de un aumento del gasto por impuesto de sociedades, provocado por un cambio legislativo referente a la tributación de los resultados de las empresas filiales anteriores al año 2013. El resultado antes de impuestos de la Mutua asciende a 9.890 miles de euros frente a 4.363 miles de euros obtenido en 2015. Este incremento, proviene principalmente de una reversión parcial de la provisión por deterioro de la participación en la filial Agencia Central de Seguros S.A., fruto de una consolidación de los resultados positivos de la misma en los últimos ejercicios.

Al cierre de 2016 el volumen de **fondos propios** sumaba **343,8 millones de euros**, lo que significa un **decremento** frente al ejercicio anterior del **1,7 %**.

Esta disminución viene provocada por el traspaso del negocio agrario a Agropelayo que ha supuesto la cesión de reservas de estabilización de este ramo.

Los fondos propios de la Mutua representan el 40,98% del total de sus pasivos, frente al 11,42% del sector (según datos de ICEA).

Principales resultados 2016

	2014	2015	2016
Resultado neto*	3.821	3.108	2.498
Fondos Propios*	347.502	349.905	343.812
Total Pasivo*	909.613	882.500	840.014
% FP/Pasivo	38,20%	39,65%	40,93%
Rentabilidad s/FP	1,10%	0,89%	0,73%

* Miles de euros

HITOS CLAVE 2016

En 2016 se ha creado la Agrupación de Interés Económico que ha influido de forma muy significativa en la optimización de la calidad de los servicios prestados y la mejora de la eficiencia en la gestión de las personas y su organización.
En 2016 se ha creado Agropelayo, empresa del Grupo líder en el sector agrario, en la que se ha integrado parte de la plantilla de Pelayo Mutua.

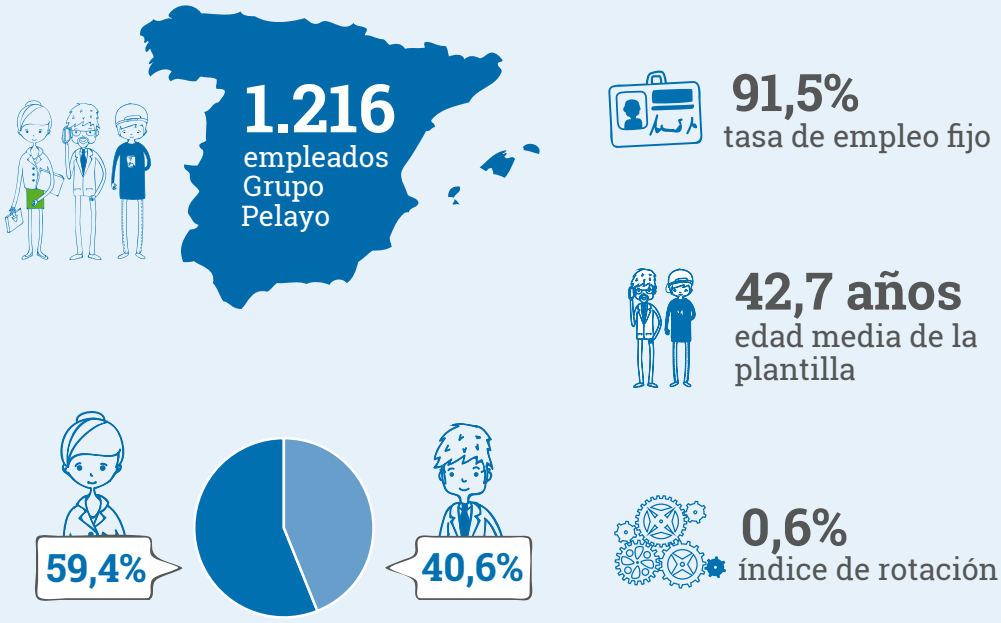
7.2 EMPLEADOS, NUESTRO ACTIVO MÁS IMPORTANTE PARA EL CRECIMIENTO

Pelayo considera que su activo más importante son las personas que trabajan en la empresa y dedica gran parte de sus esfuerzos a la gestión de las mismas, apoyando la formación y el desarrollo de los empleados, favoreciendo la igualdad de oportunidades y fomentando la conciliación de la vida personal y laboral

En el contexto del Plan Estratégico, **el desarrollo del talento** de las personas que forman parte de Pelayo es una de sus prioridades, entendiendo que sólo así será posible la máxima contribución a los objetivos.

La gestión de personas, por lo tanto, busca apoyar la **formación y el desarrollo de los empleados**, favoreciendo la **igualdad de oportunidades** y fomentando la **conciliación de la vida personal y laboral.**

Datos clave 2016



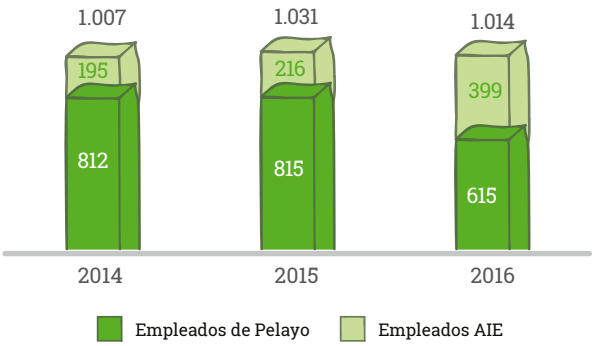
7.2.1 EVOLUCIÓN DE LA PLANTILLA

En 2016 el equipo humano de Pelayo ha estado formado por 615 empleados, de los que un **59,4%** son **mujeres** y un **40,6%** son **hombres**. En el año 2016 las mujeres han ocupado el 23,55% de los puestos directivos en Pelayo.

El descenso de la plantilla de Pelayo, respecto al año anterior se debe a la reubicación de gran parte de estos empleados a las nuevas sociedades constituidas de Agropelayo y de la Agrupación de Interés Económico "Pelayo Servicios Auxiliares".

En cuanto a la distribución de la plantilla por edad, la edad media de la plantilla se sitúa en 43,8 años, frente a los 42,8 años en 2015.

Evolución de la plantilla



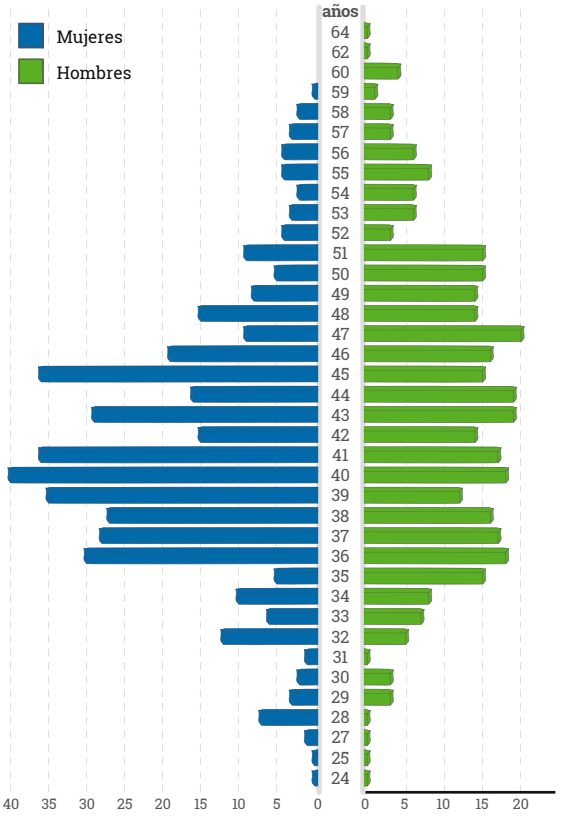
7.2.2 SELECCIÓN DE PROFESIONALES

Un equipo humano motivado, cualificado y diverso es garantía de éxito para alcanzar los objetivos estratégicos de Pelayo. Por este motivo se presta especial atención al **proceso de reclutamiento y selección de los profesionales** que entran a formar parte de Pelayo, compatibilizando la selección externa de los mejores talentos con la promoción interna y el desarrollo profesional de los empleados. Los principios que rigen todo proceso de selección son los siguientes:

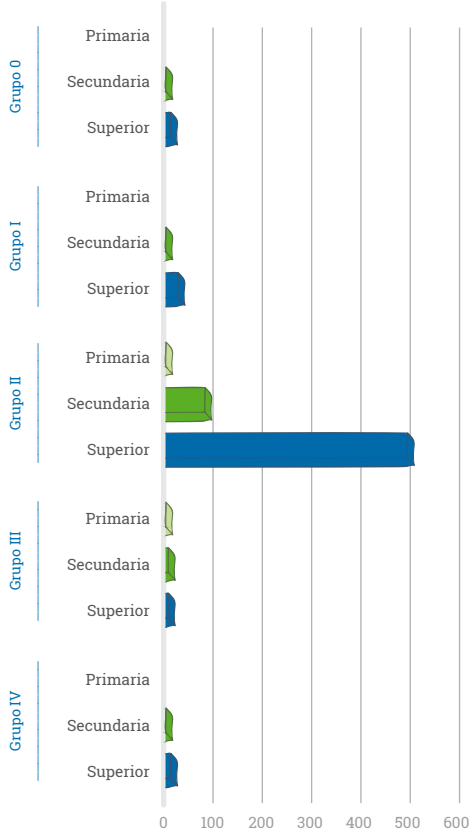
SELECCIÓN DEL TALENTO

- **Respeto** por la igualdad de oportunidades y la no discriminación, garantizando la participación en los procesos de selección que realice la empresa a todos los profesionales que se ajusten al perfil de competencias requerido.
- **Seguridad** de que la selección se realiza atendiendo exclusivamente a criterios de mérito y capacidad, garantizando máxima objetividad en el tratamiento de todas las candidaturas.
- **Cumplimiento** de la legislación vigente en materia de protección de datos, garantizando a todos los candidatos la máxima confidencialidad en el proceso.
- **Desarrollo** y aplicación de los procedimientos y metodologías que permitan identificar y evaluar a los candidatos ideales en función de las competencias y los conocimientos requeridos para los distintos puestos.

Pirámide demográfica



Distribución de empleados por grupos profesionales y nivel de estudios



En la búsqueda de personas para cubrir un determinado puesto en Pelayo, se evalúa su adaptación a las competencias deseadas (orientación al cliente, orientación a resultados, calidad, innovación y creatividad, espíritu emprendedor, liderazgo y visión, entre otros).

Como elemento esencial de desarrollo y motivación de los empleados, durante 2016 se han cubierto **21 puestos de manera interna**. La promoción interna debe ser estimulada por todos los directores, responsables y gerentes con el fin de facilitar que sus colaboradores puedan alcanzar su máximo potencial en Pelayo.

En el marco de la estabilidad y el crecimiento que busca Pelayo en relación a la **creación de empleo a nivel Grupo**, durante este año el **índice de rotación** no deseada se ha situado en el **0,6%.** Este año la **tasa de empleo fijo** ha sido del **91,5%.** El tiempo medio para el cierre de un proceso de selección se ha situado en 19,8 días.

También cabe destacar el trabajo realizado por Pelayo en lo relativo a la promoción de prácticas dirigidas a becarios universitarios y a alumnos de institutos de FP, para lo que hay firmados acuerdos con más de 80 centros de enseñanza.

OBSERVATORIO DE INNOVACIÓN EN EL EMPLEO (OIE)

Pelayo participa, junto con otras 24 grandes empresas de España, en el Observatorio de Innovación en el Empleo promovido por Adecco, que nace en febrero de 2014 con la visión común de acercar a los jóvenes al mundo empresarial.

Durante su primera etapa se ha analizado el desempleo juvenil para aportar soluciones tangibles gracias a la participación de los responsables de recursos humanos de los miembros que comparten buenas prácticas y buscan nuevas fórmulas para poner en valor el talento de los jóvenes.

7.2.3 IGUALDAD Y DIVERSIDAD

Pelayo es una empresa comprometida con la no discriminación y la igualdad de género, siendo prueba de ello la reciente renovación que se ha llevado a cabo de los Planes de Igualdad de Pelayo Mutua de Seguros, Agencia Central de Seguros y Pelayo Servicios Auxiliares. Los **Planes de Igualdad** tienen como finalidad la de integrar la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres en la cultura de empresa, encaminándose a lograr, de forma progresiva, el equilibrio en materias tales como promoción interna, modelo retributivo y política de conciliación, entre otras.

La apuesta por la diversidad de Pelayo se ha focalizado especialmente en la **inserción laboral de personas con discapacidad**, a través de acciones de sensibilización con la dirección, acuerdos con centros especiales de empleo y subvenciones otorgadas a través de la Fundación Pelayo a aquellos proyectos propuestos por empleados, orientados a favorecer la inserción social de este colectivo.

En este sentido, **Pelayo colabora con importantes Organizaciones** vinculadas al mundo de la discapacidad, como Fundación ONCE, Fundación Juan XXIII, Fundación Adecco, Fundación Ranstad, Fundación San José, Fundación Carmen Pardo-Valcarce, entre otros.

PROGRAMA INSERTA

En 2012 se realizó la firma del Convenio con Inserta, entidad especializada en la inserción laboral de personas con discapacidad y de asesoramiento especializado. A lo largo de estos cinco años se han contratado 37 personas, 5 de ellas durante 2016.

CHARTER DE LA DIVERSIDAD

En 2016 Pelayo se ha suscrito al Charter de la Diversidad, iniciativa promovida por la Fundación Diversidad en la que más de 800 empresas se han adherido al código y carta de compromiso para respetar los principios fundamentales de la igualdad y la no discriminación, fomentando su compromiso hacia:

- Principios fundamentales de igualdad.
- Comportamiento de respeto al derecho de la inclusión de todas las personas, independientemente de sus perfiles diversos, en el entorno laboral y en la sociedad.
- Reconocimiento de los beneficios que brinda la inclusión de la diversidad cultural, demográfica y social en la organización.
- Implementación de políticas concretas para favorecer un entorno laboral libre de prejuicios en materia de empleo, formación y promoción.
- Fomento de programas de no discriminación hacia grupos desfavorecidos.

INSERCIÓN LABORAL

En diciembre se ha renovado la certificación según la norma UNE 170001-2:2007 de AENOR, mediante la cual se aplica el **Sistema de gestión de la Accesibilidad Universal,** en los centros del Contact Center de Ávila y C/ Rufino González de Madrid. Además se ha ampliado el alcance de la certificación al edificio de las oficinas centrales de Madrid.

Los **principales resultados de la auditoría** resaltan la implicación del equipo de trabajo multidisciplinar para afrontar el reto de la mejora continua en materia de accesibilidad y la progresiva inclusión de trabajadores con discapacidad.

Además, se ha renovado en el mes de diciembre el **certificado en el Sello Bequal Plus**, de Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E., que acredita las mejores prácticas de las empresas en la incorporación de la discapacidad en su modelo de negocio.

7.2.4 FORMACIÓN

La formación es considerada dentro de Pelayo como una **herramienta clave** para conseguir el éxito, el compromiso con el cambio y la innovación. La Mutua sigue haciendo un esfuerzo por ofertar a sus empleados la formación necesaria para mejorar su desarrollo profesional, teniendo muy presentes criterios de calidad, eficacia y eficiencia en la ejecución de su plan de formación anual, dentro del Plan Estratégico previsto.

Los objetivos de la formación en Pelayo son:

Adquirir **conocimientos** y **habilidades específicas** para el desempeño de cada función o puesto.	Cambiar actitudes estimulando el **crecimiento** y **desarrollo profesional**, fomentando la retención de talento.	Incrementar la **eficacia** y la **competitividad** en la organización.
Ser **agente de cambio** e instrumento de motivación.	Ser vehículo de **transmisión** y **refuerzo de la cultura organizativa**.	Generar una **mejor relación** y **comunicación** con los trabajadores.

La **identificación de necesidades formativas** se lleva a cabo por los directores, responsables y colaboradores basándose en las demandas y objetivos estratégicos planeados anualmente por la organización. Con base en las necesidades identificadas, se elabora un Plan de Formación Anual, en el que se planifican, detallan y conforman las iniciativas formativas a abordar durante el ejercicio. En el diseño de estas iniciativas se tienen en cuenta diferentes criterios como el de adecuación a los objetivos estratégicos y a los requisitos de los puestos, y el de eficacia, teniendo en cuenta aspectos logísticos, económicos y de duración. Además, es necesario el compromiso de los directores y gerentes en la detección de necesidades y la implantación y seguimiento del Plan de Formación.

La formación impartida a los empleados es específica y depende del puesto de trabajo a cubrir y de las necesidades de capacitación identificadas. A grandes rasgos, la temática formativa se desarrolla en tres ámbitos:

- **Formación de integración**: dirigida a formar a las distintas personas en el momento de su **incorporación o adaptación desde otras funciones**.
- **Formación para el puesto**: la que se ofrece con el objetivo de aumentar y/o actualizar el nivel de conocimientos, competencias y funcionalidades necesarios para el puesto de trabajo.
- **Formación estratégica-marco**: permite la adaptación a las necesidades del futuro de la empresa, nuevos proyectos/productos, personal clave, planes de desarrollo, etc.

PROGRAMA CONOCE TU EMPRESA

Este programa ofrece a los empleados de la Mutua la posibilidad de participar en una iniciativa de **rotación transitoria** en la que se comparten días de trabajo con diferentes áreas de Pelayo. Esto permite, entre otros beneficios, promover el traspaso de conocimientos y mejores prácticas, dotar a los empleados de una experiencia multifuncional, ampliar la visión del negocio y mejorar su conocimiento operativo y funcional.

En este programa consolidado en 2016, tras tres años desde su comienzo como proyecto piloto, han participado 49 empleados, lo que supone el 4% de la plantilla.

La **inversión económica** que se ha destinado en 2016 a **formación** al Grupo asciende a **260.000 euros.**

Durante 2016, los empleados de la Mutua han participado en **81 cursos** de distinta tipología, que han supuesto la ejecución de **148 sesiones** formativas. Estos datos demuestran la persistencia de Pelayo por seguir desarrollando a sus empleados, ofreciendo de media un 25% más de horas formativas por empleado. El **grado de satisfacción** general ha sido de 3,65 sobre 4 (3,60 en 2015).

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN MATERIA DE FORMACIÓN

La Mutua, como empresa innovadora, sigue apostando por las últimas tendencias en materia de formación, a través de la utilización de la plataforma de formación online *eCampus* y el diseño de cursos con metodologías dinámicas, de corta duración y gran impacto.

Del total de horas de formación realizadas, **un 30%** se han realizado a través de la plataforma de formación online *eCampus*, lo que ha permitido formar a todos los empleados de la Mutua en sus puestos de trabajo, realizando cursos tan diversos como Atención de Llamadas Conflictivas, Plan de Fidelización, Gestión Documental, o el programa comercial La Voz Pelayo, así como otros cursos con metodología mixta como los del Nuevo Baremo.

Como proyectos a destacar, mencionar, entre otros, la formación realizada en Solvencia II y sobre el Nuevo Baremo de Lesiones, motivado por la reforma del Sistema Legal de Valoración del Daño Personal como consecuencia de accidentes de tráfico, ya iniciada el año pasado, Programa de Fidelización o Habilidades de Negociación para tramitadores. El Equipo Directivo ha asistido a jornadas con ejecutivos de otras compañías con los que ha podido compartir experiencias exitosas de gestión y estrategia empresarial.

7.2.5 DESARROLLO DEL TALENTO

El éxito de la actividad llevada a cabo por la Mutua depende fundamentalmente del desempeño de sus trabajadores, y éste de su satisfacción y motivación. Es por esta razón por la que regularmente se llevan a cabo iniciativas encaminadas al **desarrollo profesional** de los empleados y su satisfacción.

Por lo que respecta a la **estrategia retributiva** de la Entidad, se ha implantado un modelo que favorece la meritocracia y la retención del talento, promoviendo asimismo la equidad interna y la competitividad externa.

Con la colaboración del Instituto *Great Place To Work*, Pelayo lleva a cabo de forma bianual la **Encuesta GPTW** en la que se analiza la **satisfacción de los empleados** mediante la evaluación de cinco características fundamentales, que miden el grado de confianza de los empleados hacia la organización: credibilidad, respeto, trato justo, orgullo y compañerismo. En 2016, el nivel de participación en dicha encuesta alcanzó el **87,65%** sobre el total de la plantilla, aproximadamente **10 puntos más** que en 2014.

Por lo que respecta al **Índice de Satisfacción** de los empleados, el resultado obtenido en la encuesta en 2016 es del **66%,** siendo éste 1 punto superior al *trust index* de la edición anterior y 3 puntos superior al promedio de la última edición. Conocer y evaluar la percepción de los empleados sobre la organización, permite a Pelayo elaborar los correspondientes planes de acción para la implantación continua de mejoras.

Además, se lleva a cabo un proceso anual de **evaluación del desempeño** y rendimiento de los empleados, para fomentar la mejora continua de sus conocimientos, habilidades y actitudes. Esta herramienta al servicio de los gerentes, permite identificar las fortalezas y aspectos de mejora de los equipos, para compartirlos con ellos y ad-

quirir compromisos de trabajo y progreso. Este proceso permite obtener información sobre diferentes aspectos como son la orientación al cliente, resultados, autonomía y gestión de personas, además de medir la adecuación de cada empleado a su puesto de trabajo.

Durante el ejercicio 2016, se han incorporado mejoras en el proceso de evaluación resultado de las aportaciones trasladadas por los empleados tras los resultados de la encuesta de clima previa. Entre las medidas a desarrollar, Pelayo quiere fomentar este sistema como una herramienta de comunicación y desarrollo, así como aumentar la participación de los empleados en el proceso que demuestre la implicación de éstos en su propio desarrollo profesional.

En 2015, el 84,4% de los empleados han completado su proceso de evaluación. Además, el modelo de evaluación incluye un sistema de evaluación 360° para directivos.

En 2015, 117 gerentes han sido evaluados por sus colaboradores, lo que supone el 84,2% de personas con equipo a su cargo.

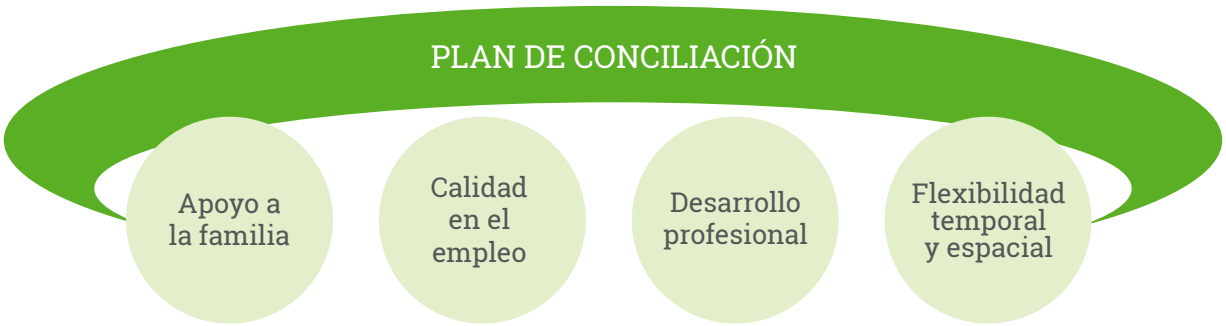
MODELO DE LIDERAZGO

En 2016, se ha creado un mapa con 8 competencias directivas, con un catálogo de comportamientos asociados que van a permitir a los directores y responsables tener claves para gestionar eficazmente a los equipos y cumplir los retos de negocio.

7.2.6 CONCILIACIÓN Y BENEFICIOS SOCIALES

Anualmente son aprobados por el Consejo de Administración de Pelayo las **medidas y beneficios sociales** que forman parte del Plan de Conciliación. La continuidad del **Plan de Conciliación** durante los últimos años ha supuesto un aspecto muy valorado tanto interna como externamente frente a muchas otras empresas que han recortado su oferta en medidas y beneficios. La inversión realizada para la gestión del Plan de Conciliación ha sido aproximadamente de **1.175.000 euros**, de los cuales cerca de 600.000 corresponden a la Mutua, siendo la principal partida el seguro de salud DKV, con un coste del 50% del total.

El Plan de Conciliación y el Plan de Igualdad se desarrollan bajo el paraguas del Programa PROTAGONIZA TU VIDA, que nace con el objetivo de facilitar el acceso a la información relacionada con las medidas de conciliación y beneficios sociales.



EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE (EFR)

En 2016, se ha gestionado a través de Calidad de Vida del Empleado el mantenimiento anual del Certificado EFR, el cual se obtuvo en 2008 y Pelayo se mantiene en la categoría de Empresa PROACTIVA B+.
El Certificado EFR reconoce a Pelayo como Entidad que fomenta una adecuada correspondencia entre la obtención de resultados y la conciliación de la vida personal y profesional de su plantilla.

7.2.7 RELACIONES LABORALES

La totalidad de la plantilla de Pelayo está cubierta por alguno de los siguientes **Convenios Colectivos**, de aplicación a las distintas sociedades que conforman el Grupo:

- **Convenio Colectivo de seguros, reaseguros y mutuas de accidentes 2012-2015** de aplicación a Pelayo Mutua de Seguros, Pelayo Servicios Auxiliares y Agropelayo. **Actualmente se encuentra en negociación**.
- **Convenio Colectivo del sector de la mediación y de seguros privados 2016-2018** de aplicación a Agencia Central de Seguros.

7.2.8 COMPROMISO CON LOS EMPLEADOS

En 2016, la Mutua ha definido un modelo de comunicación interna como herramienta para transmitir toda la información relevante y de interés para todos los empleados. Asimismo, Pelayo lleva a cabo multitud de **iniciativas y actividades con los empleados** enmarcadas en distintos ámbitos y en línea con la misión, visión y valores de Pelayo. Las iniciativas desarrolladas en Pelayo con los empleados pueden ser clasificadas fundamentalmente en **dos ámbitos de actuación:**

COMUNICACIÓN INTERNA	
	Portal del empleado: Se trata de un portal online donde los empleados pueden consultar la información más relevante sobre Pelayo como información institucional (códigos y reglamentos, estructura organizativa, Informes publicados, etc.), información de actualidad (noticias, eventos, etc.), información sobre los diferentes departamentos, información de formación, ofertas de empleo, medidas de conciliación, convenios colectivos, etc. y herramientas de trabajo y otras utilidades (aplicaciones, vacaciones, gastos, etc.).
	Canal Calidad de Vida: Calidad de Vida del empleado es uno de los principales canales de comunicación entre los empleados y la empresa. Su principal objetivo es el de ofrecer un apoyo concreto, tangible e individual al empleado que lo requiera, tanto sobre temas estrictamente profesionales, como sobre situaciones personales que de forma directa o indirecta pueda interferir en el desarrollo de la actividad laboral. Las comunicaciones realizadas tienen un carácter estrictamente confidencial, garantizando la privacidad de la información recibida.
	Desayunos con el Presidente: A lo largo del año el Presidente celebra varios desayunos con empleados de distintas zonas para conocer sus inquietudes y conocer aspectos de mejora.
	Jornada de formación Equipo Dirección: Con una periodicidad trimestral se celebran jornadas en las que ponentes externos hacen una ponencia sobre el modelo de gestión de la empresa que representan. A estas jornadas asisten los miembros del Consejo Administración, los Directores y algunos responsables de área.
	Jornada Directores: Una vez al año se celebra una jornada dirigida a Directores y responsables de área para explicar las líneas estratégicas que se van a seguir a lo largo del año.
	Convenciones Mediadores y Corredores: Se celebra una vez al año una convención dirigida a mediadores y corredores, donde se da a conocer la aplicación del Plan Estratégico en su actividad.
	Jornadas comerciales Responsables: Una vez al año se celebra una jornada con Gerentes y Responsables comerciales para establecer las directrices del año y fomentar el trabajo en equipo.
	Jornadas comerciales "Programa incentivos": Una vez al año se celebran jornadas con los comerciales que mejores resultados han obtenido, donde se comparten actividades en equipo.

IMPLICACIÓN DE LOS EMPLEADOS

Premios anuales Cultura de Empresa: En la Jornada anual de Directivos previa a la Asamblea General de Mutualistas, celebrada cada año en el mes de marzo, se hace entrega de los Premios de Cultura de Empresa por el Consejo de Administración de Pelayo. Esta convocatoria fue creada con el objetivo de reconocer el mérito de aquellos empleados, o equipos, que de manera especial y durante el año se han distinguido por representar los valores de la empresa, denotando un estilo personal que los ejemplifica y sirve como referente para el resto de la plantilla. Los premios quedan repartidos en tres modalidades que se corresponden a su vez con los valores de la Mutua. En marzo de 2016 se entregaron los premios de la convocatoria de 2015, como resultado de la valoración de las 75 candidaturas presentadas. Asimismo, se reconoce la implicación solidaria durante el año de uno de los empleados del Grupo en las acciones llevadas a cabo por Fundación Pelayo.

Premio Compromiso	Premio Cercanía	Premio Carácter Emprendedor	Premio Solidario Fundación
Ana Mª Meana González	Cristina del Cerro Martín	Sandra Sánchez Domingo	Ana Isabel Santamaría Hernández

OTRAS INICIATIVAS:

- **Campus Vicente del Bosque:** anualmente Pelayo ofrece la oportunidad de disfrutar de 8 plazas gratuitas en el Campus Deportivo Vicente del Bosque a hijos/as de empleados de Pelayo.

- **"Una noche que nunca olvidarán":** en junio en Getafe, niños cercanos a Pelayo, principalmente hijos y sobrinos de empleados, tuvieron la oportunidad de vivir una experiencia única acompañando en su salida al campo a los jugadores de la Selección Española y de la Selección contraria.

- **"Pelayo con La Roja":** Pelayo ha acompañado a la Selección Española de Fútbol tanto Absoluta, como Femenina y Sub-21, en diferentes puntos de la geografía española, con presencia de empleados, mediadores y otros contactos de Pelayo.

- **Concurso #EstarEnamorado:** Apoyando la Campaña de Marketing #EstarEnamorado, que contó con la colaboración de Raphael y su tema **"Estar Enamorado es"** y apoyando el lanzamiento del spot de Pelayo 2016, tuvo lugar un concurso interno en el que los empleados tenían que emular algunas de las escenas del spot. El concurso resultó todo un éxito, recibiendo en poco más de 15 días 56 piezas para el concurso, resultando ganadora la fotografía del equipo "Logística Fútbol Club".

- **"Entrenando con La Roja":** medio centenar de personas, entre empleados y familiares, tuvieron la oportunidad de presenciar uno de los entrenamientos que la Selección realizó en La Ciudad del Fútbol de Las Rozas en su camino de preparación para la Eurocopa de Francia. Entre los asistentes al entrenamiento, un pequeño grupo de 6 niños fue seleccionado para hacerse fotos con sus ídolos, fotografías que posteriormente se utilizaron en la campaña de marketing 2016.

- **Concurso "Tengo una pregunta para el Seleccionador Nacional":** uno de los empleados de Pelayo resultó ganador del concurso interno "Tengo una pregunta para el Seleccionador Nacional" y tuvo la oportunidad de acudir a entrevistar en persona a Vicente del Bosque, entrevista que posteriormente se difundió tanto internamente como en redes sociales.

  Este concurso, una vez más, ha resultado todo un éxito, con más de 200 preguntas recibidas y contando con la participación de empleados a nivel nacional.

IMPLICACIÓN DE LOS EMPLEADOS

- **Entrevistamos a Iker Casillas, embajador de la Campaña #EstarEnamorado:** Iker Casillas ha sido embajador de la campaña de marketing de Pelayo. Como refuerzo de esta acción en redes sociales, hijos de algunos empleados grabaron un vídeo hablando de la figura del portero de la Selección Nacional y le trasladaron una serie de preguntas que posteriormente Iker respondió desde Oporto, dirigiéndose en primera persona a cada uno de los niños participantes.
- **"Pelayo se viste de rojo":** Previo al comienzo de la Eurocopa 2016, Pelayo vistió de rojo y lució la pulsera de apoyo a la Selección. Desde todos los puntos de la geografía nacional se recibieron fotografías de compañeros luciendo su camiseta roja y su pulsera; los primeros, el Equipo de Dirección al completo.
- **"La Peña Pelayo viaja a Niza":** Un grupo de 50 personas, entre ellos 25 empleados de Pelayo a nivel nacional, convocados por diferentes motivos (ganadores del concurso "Tengo una pregunta para…", los mejores comerciales ganadores del programa incentivo-formativo "La Voz de la Peña Pelayo", etc.) viajaron a Niza en el autobús de La Peña Pelayo, para presenciar el segundo partido de la Fase de grupos que ha enfrentado a España y a la Selección de Turquía.

7.2.9 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y PROMOCIÓN EN LA SALUD

Pelayo cuenta con un Servicio de Prevención de Riesgos Laborales que más allá de cumplir con la legislación vigente en la materia, promueve la mejora continua de las actuaciones, siempre con el objetivo de asegurar un entorno de trabajo adecuado para todos los empleados, tanto en lo referente a las condiciones materiales, como ergonómicas y psicosociales. Este servicio establece la estructura organizativa, las responsabilidades, las prácticas, procedimientos y procesos en materia de Prevención de Riesgos Laborales. Las principales actuaciones abordadas durante 2016 en esta materia han sido, entre otras:

- Evaluación de los riesgos, existentes y potenciales, de todos los centros de trabajo de Pelayo atendiendo a las dimensiones de área, equipo y puesto de trabajo.
- Corrección de las deficiencias detectadas.
- Información a todos los empleados de los riesgos existentes en su puesto de trabajo y de las medidas preventivas para paliarlos.
- Elaboración de Planes de Emergencia, Evacuación y Primeros Auxilios de todos los centros.
- Formación de todos los empleados en materia de Prevención de Riesgos Laborales.
- Control y seguimiento de las condiciones de trabajo de cara a garantizar la seguridad y salud de todos los empleados.
- Exámenes de salud periódicos de los empleados.

La **promoción de la salud** en la empresa es uno de los grandes objetivos definidos en el Plan de Acción Mundial de la Organización Mundial de la Salud. Por este motivo, Pelayo, a través de Pelayo Salud se compromete con la idea de crear un entorno empresarial que promueva la salud en todos sus ámbitos, no solo en el laboral, aportando información y herramientas a los empleados que les permitan mejorar su salud.

La **formación** es un aspecto clave en la Prevención de Riesgos Laborales. En 2016 se **han impartido 162 horas de formación a 15 participantes**. Entre estas iniciativas cabe destacar los talleres de reeducación postural o *mindfullness*, con el objetivo de minimizar los riesgos asociados a esos puestos de trabajo.

PELAYO SALUD

En 2016, la actividad de Pelayo Salud se ha centrado en la promoción de los hábitos saludables de vida, principalmente a través de la dieta saludable, con recomendaciones de productos de temporada, recetas semanales, y menús especiales dirigidos a personas con colesterol, sobrepeso, obesidad o diabetes.

HITOS CLAVE 2016

Integrabilidad con los procesos de los proveedores y colaboradores.

Procedimientos de adquisición de bienes y servicios consolidados.

Compras en las mejores condiciones de coste y calidad.

Aprobación del Código de Buenas Prácticas y Conducta Profesional para Colaboradores y Proveedores.

Compromisos ofrecidos por los proveedores en los servicios prestados a los clientes.

7.3 RELACIÓN DE CALIDAD CON COLABORADORES Y PROVEEDORES

La Mutua continúa con la misma línea de equidad, rigor y cercanía, estableciendo relaciones a medio y largo plazo como base de los compromisos que tiene con todos sus clientes

Datos clave 2016

CANALES A TRAVÉS DE LOS CUALES SE CONTRATAN LOS SERVICIOS

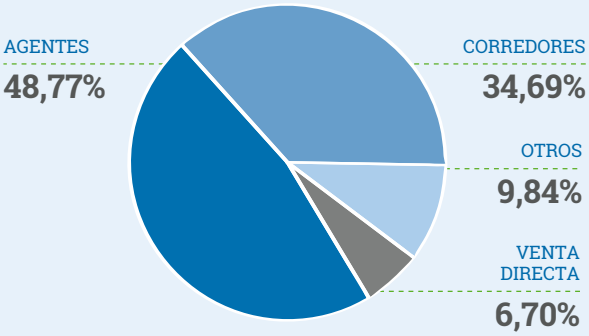
Canal Agentes

Canal Corredores

Canal de Venta Directa

<30 días
El tiempo medio de pago a proveedores

DISTRIBUCIÓN DE LA CARTERA POR CANALES



356.431
siniestros atendidos
(Autos y Hogar)

PROVEEDORES Y COLABORADORES QUE PRESTAN SERVICIO A CLIENTES

2.516 colaboradores
de asistencia de viaje

19.601 talleres
de reparación de vehículos

175 reparadores
para la asistencia en hogar

262 peritos
para seguros de hogar y autos

103 médicos
para facilitar la curación y/o estabilización de las lesiones

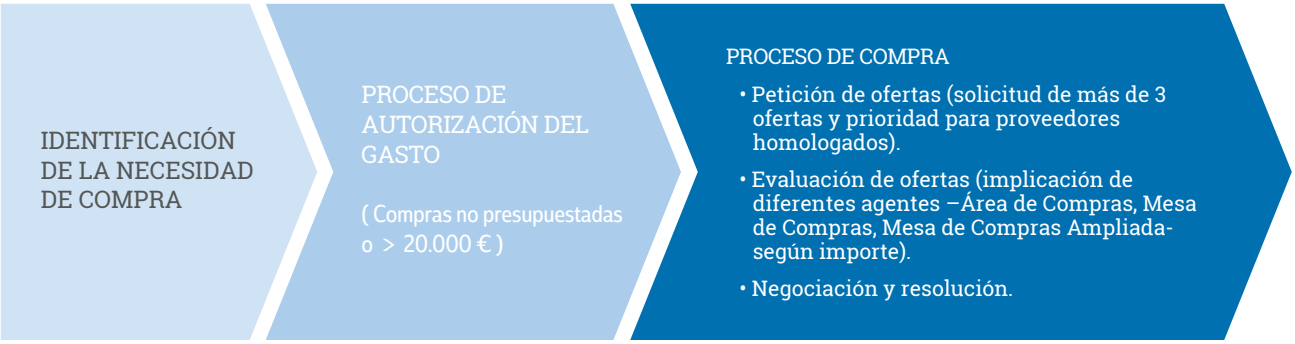
1.220 colaboradores jurídicos
para la resolución judicial de las reclamaciones

Entre los colaboradores y proveedores con los que la Mutua trabaja cabe diferenciar a los **colaboradores** a través de los cuales ofrece sus productos a los clientes (agentes y corredores), a los **prestadores de servicios** relacionados con los seguros contratados por los clientes (proveedores de servicios de asistencia en viaje como grúas, taxis, corresponsales y empresas de alquiler de vehículos, los talleres, los reparadores y los peritos) y el resto de **proveedores de otros productos y servicios** que la Mutua necesita para el desarrollo de su actividad.

Para promover un diálogo cercano y abierto la Mutua cuenta con distintos **canales de comunicación** que se adaptan a las necesidades de cada categoría de proveedor, lo que permite el intercambio de información de una forma **bidireccional y a todos los niveles**, y la actuación coordinada, teniendo siempre como objetivo la **satisfacción de las necesidades del asegurado.**

7.3.1 ASPECTOS GENERALES DE LA RELACIÓN CON COLABORADORES Y PROVEEDORES

En la relación con sus proveedores, la Mutua fomenta la **transparencia y la igualdad de oportunidades**. Con esta intención se definió el Protocolo de los procesos de gasto y compra de bienes y servicios, así como la Política de homologación de proveedores, donde se establece la **forma de actuar y los principios** que se deben respetar en todo proceso de compras.



Pelayo tiene en cuenta diferentes **criterios en la selección** de sus proveedores para asegurarse de la **calidad y la responsabilidad** asumida en la prestación de servicios o el suministro de productos. Pelayo además busca establecer **relaciones a largo plazo** en las que la colaboración suponga beneficios para ambas partes. **La mejora continua, la eficiencia y la buena gestión** son elementos que deben definir a los proveedores de la Mutua, además de su compromiso con la conciliación de la vida laboral y personal.

La **homologación de proveedores** tiene como objetivo asegurarse del **cumplimiento** de una serie de **requisitos** legales, financieros y de solvencia, fiscales, técnicos y de Responsabilidad Social Corporativa (que hacen referencia a los diez principios indicados en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y que quedan igualmente reflejados en el Código Ético de la Mutua). Como resultado del proceso de homologación, la Mutua pretende cumplir con los objetivos de **garantía de suministro, verificación de la calidad** técnica y económica y con el **cumplimiento de los principios y códigos de conducta** asumidos por Pelayo.

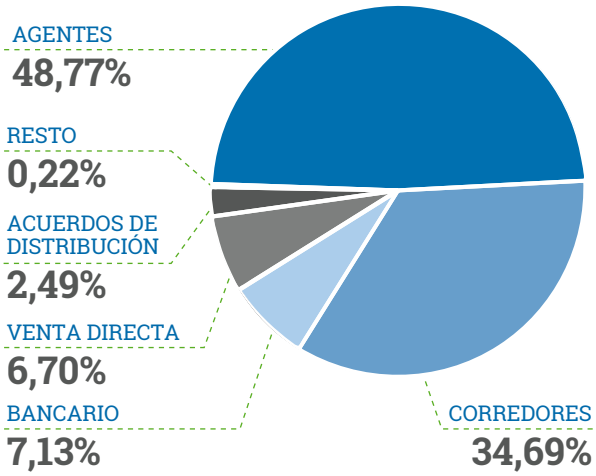
Los **diez principios del Pacto Mundial** de las Naciones Unidas pueden consultarse en la **página web www.pactomundial.org**

7.3.2 DISTRIBUIDORES

La Mutua continúa con la misma línea de flexibilidad en la distribución comercial fijada en años anteriores, dentro de la estrategia de multicanalidad, que permite ofrecer sus productos a los clientes donde estos los demanden y por el canal que los soliciten.

Los distribuidores representan una pieza fundamental en la Mutua, ya que son **el principal punto de contacto** con los asegurados y los potenciales clientes. Por ello, su relación debe ser dinámica y activa, fomentándose a través de distintos canales de comunicación, y debe buscar el beneficio mutuo. Mientras que los distribuidores generan negocio para la Mutua, ésta favorece el desarrollo profesional de los mismos.

Distribución de cartera por canales



AGENTES

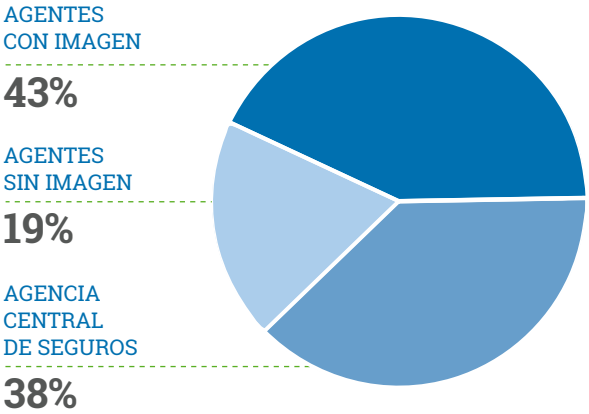
Una estrategia de desarrollo de negocio basada en el desarrollo del cliente implica disponer de un canal con un alto conocimiento y gran cercanía al cliente, señas de identidad del canal agencial. El Canal Agentes representa el 48,7% del negocio total de Pelayo gracias a la aportación de un total de 519 agentes (31/12/2016).

En 2016, el Canal de Agentes ha focalizado sus esfuerzos en la mejora de la rentabilidad del negocio aportado y en el desarrollo del negocio con los clientes y, en esta línea, se ha demostrado esencial el papel de la Cuenta de Seguros Pelayo.

También se ha trabajado en la mejora de los ratios de diversificación del negocio, elevando el peso de las ventas de No Autos del 25% al 28% en 2016.

Con el fin de optimizar la rentabilidad y eficiencia, se ha seguido profundizando en la tarea de externalización de puntos de venta de la filial ACS, con la cesión de un total de 79 tiendas a cierre de 2016. Las tiendas cedidas siguen funcionando bajo el formato de Agentes Representantes.

Volumen de primas según tipo de mediador



El Canal ha seguido mejorando los ratios de productividad, consiguiendo una facturación superior (1,4%) con una plataforma de agentes más pequeña (519 vs 541 en 2015).

Puntos de venta con imagen de marca

	2014	2015	2016
Agencia Central	99	87	71
Agentes representantes	131	150	191
Total	230	237	262

La red de agentes distribuidores está gestionada por cuatro **direcciones territoriales** dentro del territorio español, cada una de ellas con un equipo de personas cuya responsabilidad consiste **en incentivar y establecer relaciones de apoyo** a los distintos agentes en cualquier necesidad que puedan desarrollar. Además, existe un gran número de **herramientas y canales de comunicación** a disposición de los agentes, con multitud de funcionalidades relacionadas con el acceso a los aplicativos transaccionales de los distintos productos, acceso a formación a través del portal *e-learning*, noticias y otros contenidos:

- Portal del Empleado para Agencia Central de Seguros.
- Portal del Mediador para agentes con imagen y sin imagen.

Además de la comunicación cotidiana que se produce en el día a día de la gestión, Pelayo articula una serie de medidas para reforzar los vínculos con sus agentes:

CONVENCIÓN ANUAL

En el mes de febrero los mejores agentes fueron convocados (unos 100) a una jornada de trabajo en la que, además de presentar los resultados y proyectos de la Mutua, se presentaron las novedades del año en productos, promociones, herramientas… Este año el foco se ha colocado en las palancas a desarrollar para tangibilizar la orientación al cliente de Pelayo.

Adicionalmente se entregaron los premios a los mejores distribuidores y se reforzaron los lazos de cercanía entre la Mutua y sus agentes.

OBSERVATORIOS

Dos veces al año se convoca una sesión por territorial con un número variable de agentes, entre seis y ocho, con el objetivo de plantear posibles mejoras en la gestión del Canal Agentes. Las conclusiones son objeto de planes de acción a implementar en un espacio temporal inferior al año. En 2016, las sesiones fueron enfocadas a analizar los programas de fidelización de clientes y las necesidades de una agenda comercial más integrada en las rutinas.

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Cada año Pelayo encarga a ICEA la realización de una encuesta telefónica de satisfacción de sus agentes sobre aspectos relacionados con la oferta de valor que pone a su disposición: formación, producto, herramientas…

Esta encuesta se realizó sobre la red de otras 14 compañías, suponiendo alrededor del 80% del sector, y los resultados fueron ponderados con el resto, dando lugar a planes de acción específicos de mejora de los aspectos peor percibidos por los agentes.

Los procesos de captación y contratación de nuevos agentes son realizados teniendo en cuenta criterios como el potencial comercial del candidato, el riguroso cumplimiento de la normativa marcada por la Dirección General de Seguros y la adecuación del perfil del agente a la misión, visión y valores de Pelayo. En este proceso se busca cumplir con el objetivo de cobertura poblacional, aumentando la capilaridad del canal para llegar al máximo número de potenciales clientes. En su apuesta por la calidad, Pelayo prioriza la captación de agentes con imagen, que, además de su capacidad comercial, ofrecen a todos los clientes un mejor servicio y tangibilizan los valores de la imagen de marca.

Cada año se realizan unas 300 auditorías de compras a los agentes con imagen, en las que, además de comprobar el uso de la marca, se analiza la adecuación de las rutinas comerciales al modelo de Pelayo.

CORREDORES

A diferencia de los otros canales de distribución, los corredores **trabajan con diferentes aseguradoras** y son ellos los que directamente mantienen el contacto, facilitan la oferta y en última instancia contratan con el cliente.

Los corredores comercializan los productos de Pelayo bien a través de un **aplicativo propio**, o bien a través de los **multitarificadores**, donde la oferta de Pelayo está presente en virtud de los desarrollos ad hoc con cada uno de ellos. Mediante este canal la Mutua busca una estrategia de **capilaridad** con el objetivo de llegar a potenciales clientes que por otros canales puedan quedar fuera de su alcance.

Durante el ejercicio 2016 se ha consolidado la **estrategia del Canal de Corredores** basada en tres pilares básicos: **rentabilidad, diversificación y crecimiento.** La positiva evolución de esta estrategia viene fundamentada por la segmentación de la plataforma de corredores, que permite aplicar de forma personalizada las diferentes palancas de una manera más eficiente y así optimizar la evolución adecuada de cada segmento, con el fin de garantizar un desarrollo rentable del mismo.

En 2016, fruto del desarrollo estratégico, se ha optimizado la plataforma de corredores, mejorando sensiblemente la capilaridad y rentabilidad del negocio que se comparte.

La cercanía y profesionalidad de la Red Comercial de Gerentes junto con los cada vez más afianzados valores de Calidad y Compromiso de Pelayo, están consolidando y fidelizando la plataforma que supera los **1.000 Corredores.**

VENTA DIRECTA

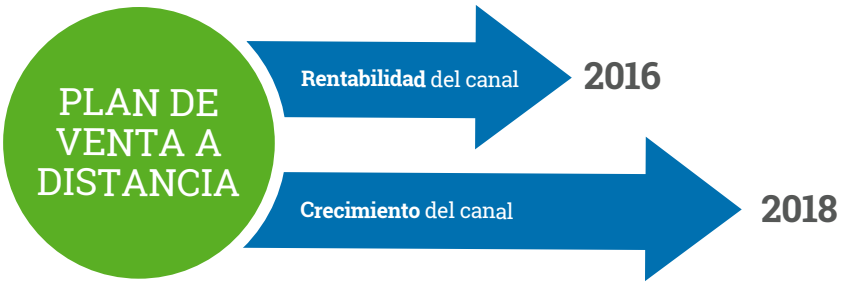
En 2016, se ha comenzado a desplegar con éxito el Plan Estratégico Trienal de Venta a Distancia en su primera parte, produciéndose una mejora de la rentabilidad específica del canal muy importante. Este plan contemplaba para 2016 una mejora de la rentabilidad del canal, que permitiría abordar la segunda fase del mismo en 2017 y 2018, años en los cuales, el canal de Venta a Distancia, debe de convertirse en un canal de crecimiento de la Entidad, y para lo cual se apoyará en una transformación de las tecnologías de contratación y relación con los clientes en el entorno digital.

Igualmente, se ha continuado con una relevante depuración de las carteras no rentables a lo largo del ejercicio, iniciada ya en ejercicios anteriores. Por ello, la totalidad del canal de Venta a Distancia ha decrecido en la comercialización de autos en 2016 un 33,4%.

Sin embargo, la prima media en el canal de Venta a Distancia ha crecido en un 6,4% en autos, con un incremento de 19,56 euros sobre 2015, y en un 11,2% en hogar, con un incremento de 18,17 euros en el canal.

Es importante destacar la continuidad con el trabajo de mejora en generación y trazabilidad del tráfico, así como con la mejora en la aplicación de las técnicas de venta y modelo comercial en el equipo de ventas telefónicas. Ejemplo de ello es el mantenimiento de los ratios de actividad y conversión a niveles razonables, a pesar del incremento de la prima media producido en la contratación, y de la mayor selección que se ha producido en los perfiles de contracción, en la búsqueda de una mejora en la calidad de la contratación como antes se indicaba.

La Entidad ha continuado durante 2016 con un modelo específico de gestión de los comparadores, dichos modelos cada vez tienen más importancia en el sector asegurador y requieren un modelo de gestión específico.



ACUERDOS DE DISTRIBUCIÓN Y GRANDES CUENTAS

Respecto a los Acuerdos de Distribución, la Entidad ha seguido potenciando los acuerdos existentes con notable éxito, como es el caso de Santalucía, DKV, Aviva, Mutua de Propietarios, Mutua de Pamplona, Seguros El Corte Inglés y Caja Rural Castilla La Mancha.

En cuanto a las Grandes Cuentas, se continúa con el objetivo de incremento de la diversificación en producto en acuerdos relevantes como son el RACE, Seguros-Broker, RSM, El Corte Inglés y Proyectos y Seguros.

En automóviles, se mantiene el acuerdo alcanzado con Hyundai, siendo el proveedor de seguros de la marca. Además, se ha alcanzado un nuevo acuerdo de distribución con Honda.

Se consolida la relación con las principales Asociaciones del sector, tanto a nivel institucional, Adecose y Fecor; como con aquellas que tienen un carácter más mercantil, como son Apromes, E2000 Asociación, Centerbrok, E2K, Espabrok o Cojebro, apreciándose un importante incremento de negocio y diversificación.

7.3.3 PRESTADORES DE SERVICIO

La Mutua ofrece a sus asegurados un amplio servicio de profesionales colaboradores, que facilitan las necesidades de los mutualistas en caso de accidente o avería. Estos profesionales son médicos, clínicas, abogados y procuradores, reparadores, grúas y talleres, que están preparados para subsanar el daño material o resarcir el daño personal producido, así como los diversos perjuicios.

Para poder prestar un **servicio de calidad** a los asegurados es imprescindible contar con los **mejores prestadores de servicios**. Por ello, se ha fijado un procedimiento de selección, mantenimiento y seguimiento bastante similar al que opera con los proveedores, ya que los principales criterios que son tenidos en cuenta son requisitos legales, financieros, fiscales y técnicos, trabajando solamente con prestadores de servicio homologados.

El objetivo principal de este proceso de selección es mantener la **red dimensionada** con el fin de ofrecer un **servicio excepcional** a los clientes, contando con una **amplia cobertura** en todo el territorio nacional y disponiendo de los medios necesarios fuera de España siempre en base a los compromisos de calidad y coste. Asimismo, impulsa relaciones estables a medio y largo plazo como base del compromiso mutuo que la Entidad requiere de cara al servicio prestado al cliente.

Además de la selección, se llevan a cabo **actuaciones de seguimiento y evaluación de los proveedores** en los que se tienen en cuenta **indicadores** tanto cualitativos como cuantitativos a través de la información recogida, y siendo específicos para cada tipo de colaborador.

PERITOS

Los peritos tienen atribuidas **diferentes funciones** en la Mutua. Por un lado, se encargan de realizar **tasaciones** de cualquier tipo de daño o siniestro y, por otro lado, tienen una **función de control y seguimiento**, ya que se encargan de garantizar el cumplimiento de los indicadores específicos de cada prestador de servicio descritos con anterioridad.

Pelayo ha contado en 2016 con **200 peritos** para los seguros de coche y moto y **62 peritos** para los seguros de hogar. Nuevamente, Pelayo busca una red de peritos con amplia cobertura territorial con el fin de facilitar un fácil acceso al servicio por parte de los asegurados, evitando las esperas que derivan de su traslado de un sitio a otro. Además, se lleva a cabo un proceso de **seguimiento continuo** en el que se tienen en cuenta indicadores con criterios de **eficiencia** (coste medio y tiempos de actuación, entre otros) y **calidad**, relacionado con el número de incidencias abiertas.

Para una **mejor comunicación** con los peritos, y con el objetivo de superar la barrera del continuo desplazamiento de los mismos, se ha puesto en marcha un **nuevo aplicativo** que funciona a través de una conexión a internet en cualquier tipo de dispositivo móvil. En él, el perito dispone de distintas funcionalidades donde puede consultar los siniestros y encargos, así como su calendario y la agenda programada de servicios.

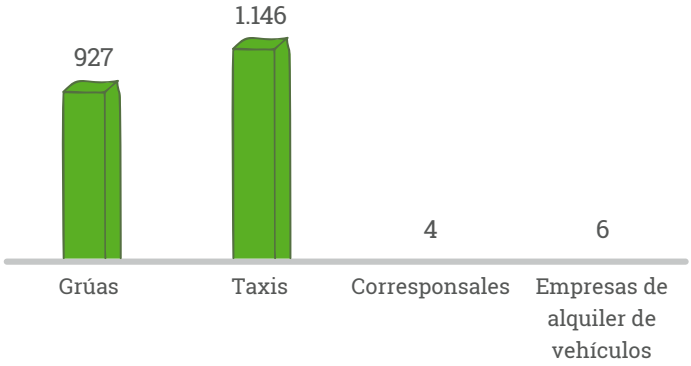
EQUIPO JURÍDICO

La Entidad trata de obtener una resolución por vía amistosa con el perjudicado en accidente de carretera o siniestro en el hogar y lo obtiene en un 95% de los casos, pero si esto no fuera posible, dispone de un equipo jurídico formado por 186 letrados especializados y 1.034 procuradores para la resolución judicial de las reclamaciones. Los pagos a estos colaboradores han ascendido a 3,65 millones de euros.

SEGUROS DE COCHE Y MOTO

Asistencia en viaje

La Entidad ofrece los servicios de **Asistencia en Viaje** solicitados por los clientes de Pelayo mediante **2.516 colaboradores**, como son grúas, taxis, corresponsales, empresas de alquiler de vehículos, cadenas hoteleras, etc. El servicio de asistencia de traslado del coche en grúa continúa siendo el más solicitado, contando con la colaboración de **927 empresas de grúas** y otros servicios que han prestado ayuda en **300.539 ocasiones**, con un coste de **20,97 millones de euros.**



GRÚAS

Prestan servicios para el traslado de vehículos, remolque, reparaciones de urgencia o rescate de vehículos asegurados

En muchas ocasiones, el primer contacto que reciben los asegurados con la Mutua es el del servicio de grúas. Por ello, es de gran importancia que éstas cumplan con los requisitos de calidad, eficiencia, buen trato e imagen. Con el objetivo de garantizar que el servicio es prestado de la manera adecuada, se llevan a cabo procesos de seguimiento y evaluación de indicadores de calidad que tienen en cuenta criterios generales, que van desde el número de incidencias reportadas en un periodo de tiempo determinado, al trato dado al cliente y la imagen de las grúas, y en cuyo proceso participa la red de peritos de Pelayo. Asimismo, se valoran las encuestas efectuadas y las reclamaciones o quejas recibidas de los clientes. Durante el ejercicio se ha producido un importante avance en la integración de protocolos de comunicación con flotas de grúas para dar un servicio más ágil a la vez que mantiene a sus clientes debidamente informados.

TAXIS

Prestan servicio para el traslado de viajeros, teniendo acuerdos tanto a nivel individual como con asociaciones

Con el fin de conocer el nivel de servicio prestado de taxis y empresas de taxis, se valoran las encuestas efectuadas y las reclamaciones o quejas recibidas de los clientes. Existen multitud de indicadores cualitativos y cuantitativos que quedan agrupados en tres ámbitos: incidencias en servicios de asistencia para traslados de asegurados (imposibilidad de contacto, tiempo de espera elevado, rehúse de servicio después de la asignación, entre otros), incidencias en verificaciones de vehículos (número de incidencias acumuladas tanto a nivel de provincia como de proveedor) e incidencias de trato.

CORRESPONSALES

Prestan servicio en el extranjero tanto a los vehículos como a las personas (grúas, taxis, ambulancias, hospitales, intérpretes, etc.)

Además de prestar un buen servicio en el ámbito nacional, es necesario que los asegurados cuenten con la tranquilidad de saber que, estén donde estén, van a poder disponer de la asistencia que necesiten en cualquier momento. Por ello, desde la Mutua se trabaja con corresponsales fuera de España, realizándose, al igual que en los casos anteriores, un seguimiento periódico con el fin de cumplir con los requisitos de calidad exigidos.

EMPRESAS DE ALQUILER DE VEHÍCULOS

Prestan servicio con el fin de proporcionar a los asegurados un vehículo para continuar su viaje o durante un periodo más largo en función de su cobertura

Las empresas de alquiler de vehículos prestan servicio a aquellos asegurados que, en el caso de haber sufrido una incidencia, se vean en la necesidad de utilizar un vehículo de sustitución. En este caso, anualmente se revisan los acuerdos de las tarifas pactadas, además de las posibles quejas y reclamaciones que los clientes hayan interpuesto contra este servicio.

REPRESENTANTES EN EL EXTRANJERO

Prestan servicio en los países que integran la Unión Europea y los países adheridos al Sistema de Carta Verde

La cobertura del seguro de automóviles de Pelayo se circunscribe a los accidentes ocurridos en los países que integran la Unión Europea y los adheridos al Sistema de Carta Verde, mediante representantes que prestan sus servicios allí. Continúa el acuerdo de colaboración con Dekra Claim Services como representante en Marruecos, Rumanía y Portugal, así como los acuerdos de representación en Turquía, Bélgica y Reino Unido con Van Ameyde. Además, Pelayo cuenta con corresponsalías en Alemania, Austria y países de su entorno a través de CED y Becier en Andorra.

Para el proceso de seguimiento y evaluación de los proveedores de grúas también se llevan a cabo **encuestas de satisfacción** automáticas. En las mismas se realizan una serie de preguntas para valorar la **calidad del servicio** prestado, la **satisfacción** del cliente y la **profesionalidad y trato** del proveedor. Posteriormente, toda la información es contrastada y valorada y en función de los resultados obtenidos se identifican posibles acciones a acometer.

Todas las modificaciones que puedan derivar de este proceso serán actualizadas en la base de datos de Pelayo en una labor de mantenimiento de la **red de proveedores** que permitirá identificar necesidades e ineficiencias, dando comienzo nuevamente al proceso de selección. En 2016, se han realizado **48.522 encuestas**, obteniendo una **puntuación media de 8,05 (sobre 9)**, siendo especialmente bien valorado el **trato, profesionalidad y amabilidad** del personal de la grúa. El **97,7%** de los encuestados recomendarían el servicio de Pelayo.

Código de buenas prácticas y conducta profesional para colaboradores y proveedores de Pelayo

La Entidad ha aprobado en 2016, un código de conducta para colaboradores y proveedores basado en comportamientos concretos que deben cumplirse, relacionados con:

- Ética empresarial.
- Cumplimiento de la legalidad.
- Lealtad en la competencia e integridad profesional.
- Relaciones laborales y respeto a los derechos humanos.
- Respeto a los datos confidenciales y la propiedad intelectual e industrial.
- Buenas prácticas ambientales.
- Calidad en los servicios prestados (capacidad técnica y empresarial) y cuidado en la atención al cliente.
- Objetividad e independencia.

En cada uno de los principios, se detallan los valores éticos que son fundamentales y deben guiarnos en todas las acciones realizadas. Los colaboradores y proveedores de Pelayo deberán no solo conocer y respetar este código de conducta profesional, sino también aceptarlo y vigilar su cumplimiento.

Talleres

Pelayo trabaja con una extensa red de talleres relacionados con la reparación de siniestros de automóviles, aunque predomina el colectivo de talleres especializados en reparaciones de chapa y pintura. En total emplea 19.601 talleres de reparación de vehículos en la reparación de daños de los vehículos asegurados y en reparaciones de lunas (1.110 talleres acristaladores cuya función principal es exclusivamente la sustitución y reparación de lunas ofreciendo un alto grado de especialización en este tipo de intervenciones).

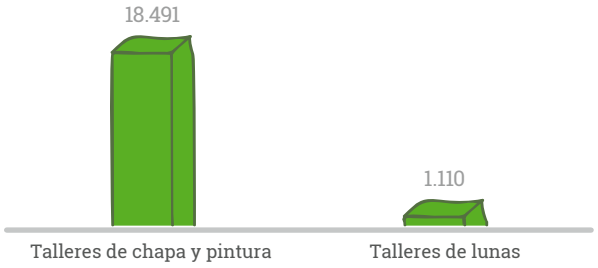
En 2016, continúa creciendo el número de talleres colaboradores que garantizan a los clientes de Pelayo la reparación de los daños de su vehículo en **72 horas**, siendo el volumen actual de 893.

En su gestión, y con el fin de prestar un servicio de calidad, la Mutua diferencia los talleres garantizados frente al resto. El objetivo principal de la selección de talleres es dotar de cobertura geográfica a la Red de Talleres Garantizados a fin de poder ofrecer el mejor servicio a todos los asegurados allí donde lo requieran, sin necesidad de realizar grandes desplazamientos. Para la selección de talleres se tiene en cuenta la cobertura geográfica y, una vez seleccionada la zona, se consideran criterios técnicos, de calidad y económicos. El proceso de seguimiento y evaluación de los talleres se realiza teniendo en cuenta las quejas y reclamaciones interpuestas por los clientes, además de las informaciones aportadas por los peritos.

Una buena comunicación con los talleres es clave para el desarrollo del servicio de forma satisfactoria. Por ello, la Red de Talleres Garantizados de la Mutua cuenta con herramientas y servicios que permiten una gestión más simple y dinámica de las actividades que se llevan a cabo de forma diaria en los talleres aumentando la funcionalidad y el intercambio de información de forma bidireccional.

Los pagos totales a la red de talleres ha sido de 118,41 millones de euros.

Distribución de talleres



Principales canales de comunicación:

- Agenda taller y agenda express: Permite al taller conocer las citas de vehículos de Pelayo e informar a Pelayo sobre las mismas.
- Taller-Calendario: Permite al taller actualizar información de contacto e informar de la disponibilidad de su taller para vehículos de Pelayo.
- Incidencias: Permite al taller visualizar la información justificativa de los retrasos en los que ha incurrido.
- Consulta notificaciones: Permite al taller consultar las comunicaciones enviadas por Pelayo mediante la Aplicación de talleres.
- Autofacturación: Permite al taller autogestionar el cobro de sus reparaciones.
- Consulta pagos al taller: Permite al taller consultar los pagos recibidos de Pelayo.
- Fototasación.
- Nuevo sistema de facturación con talleres de cara a minimizar las cargas administrativas y agilizar los procesos de pago.

Equipo médico

Pelayo ofrece a los lesionados que han sufrido un menoscabo en su salud, derivado de un accidente de tráfico, un equipo de expertos en salud, que trabajan para facilitar la curación y/o estabilización de las lesiones. Para ello, esta red asistencial sanitaria dispone de 103 médicos valoradores, 10 peritos consultores y 1.437 centros colaboradores. Los pagos a estos profesionales suman **2,24 millones de euros**.

SEGUROS DEL HOGAR

A lo largo de 2016, en el Ramo de Hogar se ha lanzado la gama de seguros de Hogar Compromiso. Se trata de una serie de productos llenos de ventajas y configurables para adaptarse a las necesidades de cada cliente. Además, en hogar se ha incorporado el Compromiso A Tiempo, mediante el que la Mutua se compromete con los asegurados a prestar unos niveles de servicio en caso de siniestro y en caso de no cumplirlos les devuelven su dinero. Este Compromiso A Tiempo es fruto de la apuesta por la calidad de servicio. A través de él, Pelayo se compromete, una vez conocida la ocurrencia del siniestro, a contactar en 1 hora, intervenir en un plazo de 3 horas en siniestros urgentes y, en el resto, en un plazo de 12 horas para contactar con el asegurado y cerrar la visita, y en un plazo de 48 horas a que el profesional realice la primera visita e inicie el proceso de reparación.

También se han incorporado nuevas garantías como Avería de Electrodomésticos, Reparación de Tuberías sin causar Daños e Infidelidad de empleados. Además, los animales domésticos de los asegurados, a partir de ahora, tendrán cobertura de Responsabilidad Civil y Asistencia Sanitaria.

Durante 2016, en el Ramo de Hogar, se han incorporado nuevas garantías y coberturas:

- Gama de seguros Hogar Compromiso, iniciado parcialmente en 2015 y plenamente instrumentado en 2016.
- Incorporación de trabajos de electricidad.
- Revisión eléctrica de la vivienda.
- Incorporación de trabajos y revisiones de fontanería.
- Trabajos de carpintería como montaje de muebles, cambio de bisagras, etc.

Asistencia en el hogar

Pelayo facilita **asistencia en el hogar 24 horas los 365 días del año**, para solucionar todas las incidencias que puedan ocasionarse en este ramo. El número de colaboradores para reparar los daños producidos a asegurados y perjudicados de este tipo de seguros es de 175, con una facturación de **15,44 millones de euros**; cuenta además con 62 peritos, con unos pagos totales de **1,65 millones de euros**.

La Entidad continúa ofreciendo, a través de la **póliza de hogar**, los servicios de revisión de calderas, "el manitas" y la cobertura adicional de averías de electrodomésticos.

Reparadores

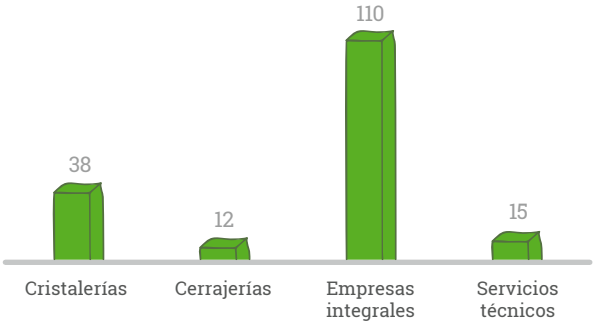
Para asegurar la **calidad** en la prestación del servicio y la **cobertura territorial,** Pelayo apuesta por los **reparadores locales**. La Mutua trabaja con cuatro grandes grupos de reparadores: cristalerías, servicios técnicos, cerrajerías y empresas integrales.

Pelayo cuenta con un **aplicativo** a través del cual está en contacto permanente con la red de reparadores y mediante el cual se envían notificaciones a todos los actores que intervienen en el proceso de tramitación y reparación de siniestros.

En la **selección** de los reparadores se tienen en cuenta criterios y requisitos **técnicos,** como la **experiencia**, la **conectividad** con el **aplicativo** de gestión, y la **certificación** de estar al corriente de sus obligaciones tributarias, entre otros.

El **seguimiento y evaluación** de la red de reparadores en un proceso continuado en el que se realiza **seguimiento de distintos indicadores** relativos principalmente al coste medio, tiempos de actuación, calidad interna (incidencias) y externa o percibida por el cliente (encuestas telefónicas aleatorias a la finalización de los trabajos). En función de los resultados de este proceso se implementan **planes de acción concretos**.

Distribución de reparadores



HITOS CLAVE 2016

Durante 2016 se ha ejecutado un ambicioso plan de acciones dirigidas al desarrollo del negocio con la actual cartera de mutualistas, que ha generado un total de 2,75 millones de contactos.

7.4 ORIENTACIÓN AL CLIENTE, NUESTRA PRIORIDAD

La orientación de la Mutua hacia el cliente se manifiesta en todos los ámbitos de su actividad, ya que los mutualistas son la razón de ser y la vocación de Pelayo y constituyen el eje sobre el que gira su misión, su visión y sus valores

En Pelayo, el cliente es su **prioridad**. En este sentido y en el marco del Plan Estratégico, se ha establecido como línea estratégica diferenciada a los clientes de la Mutua. El interés de Pelayo por prestar un **servicio de calidad** a los mutualistas que permita **fidelizarles** a través de la **excelencia** y la **diferenciación** constituyen el eje sobre el que gira su misión, visión y valores.

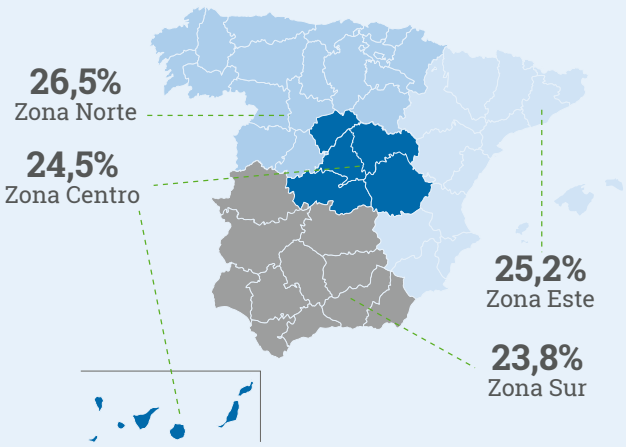
Datos clave 2016

Tomadores de seguros por ramos:

Autos	Hogar	Otros
77,8%	29,0%	6,1%

de los clientes tienen nacionalidad española

Distribución de los clientes por territoriales:

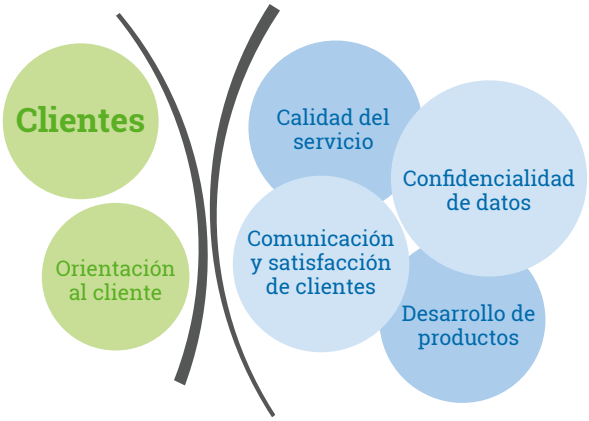


933.222
Mutualistas

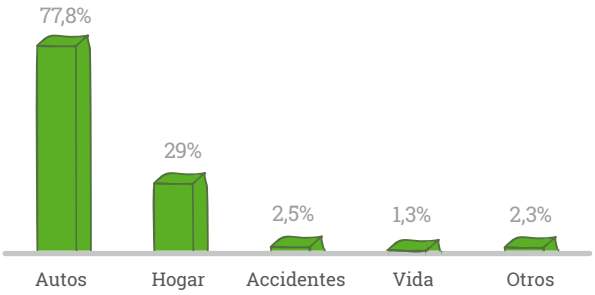
Distribución por género:

29,6%	70,4%
Mujeres	Hombres

La evolución del número de clientes de la Mutua en los últimos años ha estado marcada por la estabilidad, alcanzando en 2016 la cifra de 933.222. La antigüedad media de los clientes ha ido aumentando a lo largo de los últimos años, hasta situarse en 6,4 años de media.



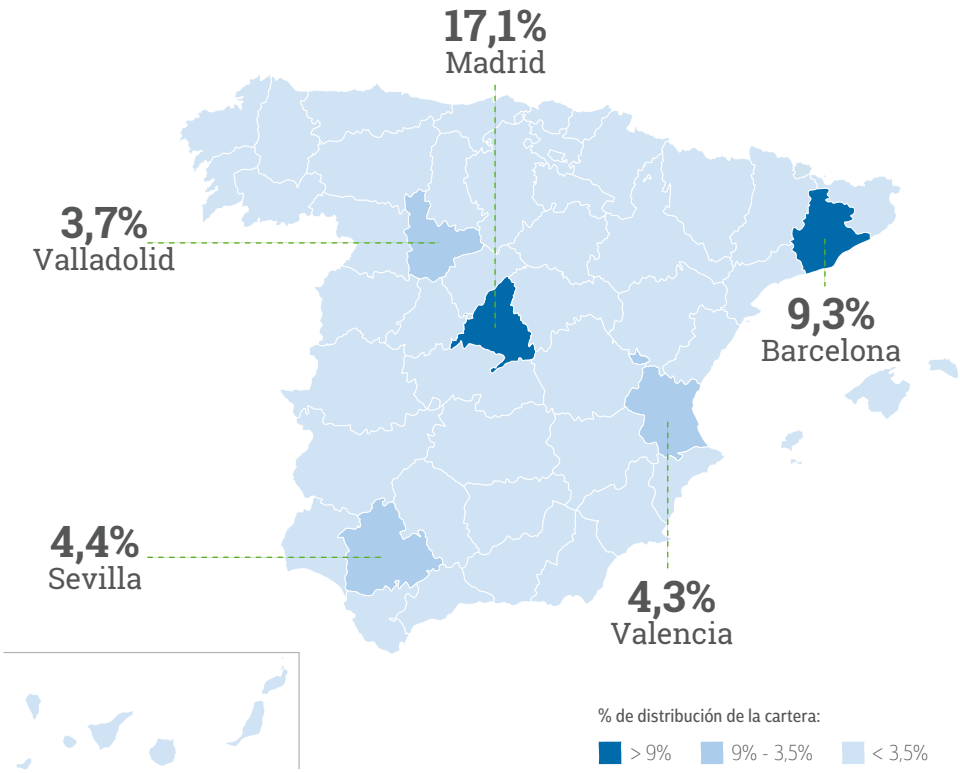
Tomadores de seguros por ramos



El seguro con mayor número de tomadores corresponde al seguro de autos, representando el 77,8% del total, seguido del seguro de hogar y el seguro de accidentes. En la Mutua, el 24,4% de los clientes cuenta con más de una póliza, siendo en la mayoría de los casos póliza(s) de autos junto con póliza(s) en otro ramo o más de una póliza en autos. La densidad media de pólizas contratadas por los clientes ha ido aumentado en los últimos años, alcanzando en 2016 la cifra de 1,36.

Pelayo está presente en todo el territorio nacional, y así también sus clientes:

Distribución de la cartera de clientes por provincias



PERFIL DEL MUTUALISTA

Se puede caracterizar al mutualista tipo de Pelayo como un hombre (70,4%), de nacionalidad española (90,8%) y 53 años de edad, residente en núcleos urbanos de más de 10.000 habitantes (82,7%), que presenta una antigüedad como mutualista de 6,4 años y tiene contratados con Pelayo una media de 1,36 productos, de los que 0,96 son seguros de automóviles, seguidos de hogar con 0,34 pólizas por cliente.

7.4.1 ORIENTACIÓN AL CLIENTE

El Plan Estratégico de Pelayo establece el proyecto "Orientación al Cliente", como el proyecto clave de la Mutua. Con este proyecto se pretende poner al cliente en el centro de la organización y ofrecerle una experiencia única y diferenciadora. En este contexto, durante 2016 se ha seguido avanzando en las diferentes líneas de trabajo del proyecto de Orientación al cliente, con el claro objetivo de promover una diferenciación entre las empresas del sector asegurador y Pelayo y mejorar la satisfacción del cliente.

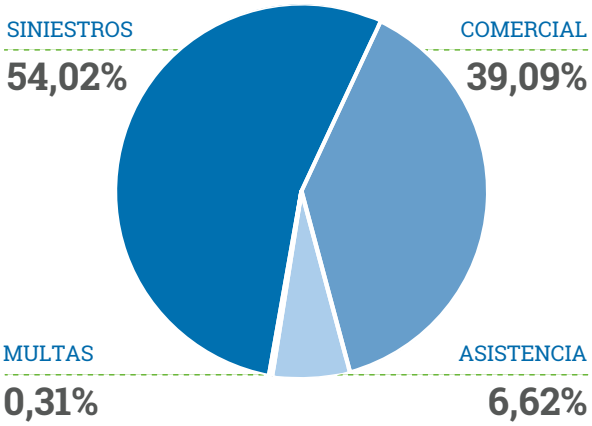
Posicionamiento y estrategia	**Plan de Fidelización**	Durante 2016 se ha lanzado el Plan de Fidelización Pelayo Premium, con el objetivo de ofrecer a los clientes beneficios y ventajas diferentes al precio que contribuyan a aumentar su satisfacción con la Mutua.
Conocimiento e inteligencia	**Homogeneización y normalización**	Con el fin de mejorar el servicio a los clientes, se ha llevado a cabo una normalización y homogeneización de la información. De este modo, se persigue una mejora en la contactabilidad.
Procesos de gestión	**Cuenta Seguros Pelayo**	Durante 2016 se ha continuado con el desarrollo de la Cuenta Seguros Pelayo que permite a los clientes unificar sus seguros en una única cuenta contando con importantes beneficios.
	Comunicaciones	Durante 2016 se ha continuado con la **mejora de las comunicaciones por escrito con los clientes,** con el fin de hacerlas más sencillas y entendibles.
Herramientas y sistemas	**Visión 360º**	Con el objetivo de prestar un mejor servicio al cliente se está implementando una **herramienta de visión 360°**, la cual proporciona información completa del cliente sobre todos los productos y servicios que tiene contratados con Pelayo, dotando de mayor eficiencia y calidad al servicio.

7.4.2 CALIDAD DEL SERVICIO

La Mutua dispone de diferentes canales de comunicación con los clientes, con el objetivo de contar con la información necesaria para mejorar su servicio de forma continua. El **Servicio de Atención al Cliente** se encarga de atender y resolver las quejas y reclamaciones de los asegurados a través de un servicio de **atención telefónica**, a través de las **oficinas** o mediante **comunicación escrita** dirigida a los Servicios Centrales.

Además, la Mutua cuenta con la figura del **Defensor del Cliente** que desde el 1 de enero de 2016 está representada por D. Eugenio Gay Montalvo. Esta figura constituye un actor independiente que garantiza un juicio imparcial en la defensa de los derechos de los asegurados y perjudicados, siendo potestativo del reclamante dirigirse al Servicio de Atención al Cliente o al Defensor del Cliente.

Número de reclamaciones recibidas por tema



En última instancia, en caso de que la reclamación fuera desestimada por la Mutua y/o por el Defensor del Cliente, éste podría acudir a la Dirección General de Seguros. En 2016 esta Entidad ha recibido 158 reclamaciones, frente a las 151 de 2015, lo que supone un incremento del 0,49%, prácticamente insignificante. En base a la evolución de los últimos años, se mantiene una gestión alineada con la búsqueda sistemática de la satisfacción del cliente.

Como muestra del compromiso de la Mutua con el **cumplimiento de las cláusulas y condiciones** de los contratos con los asegurados, en el caso en que las reclamaciones se resuelvan a favor del cliente, éste no pagará su siguiente anualidad del contrato.

Durante 2016 la Mutua ha recibido **3.928 reclamaciones y 188 quejas**, que han sido resueltas en su totalidad a cierre de enero de 2017. La mayoría de las reclamaciones se reciben a través del **Servicio de Atención al Cliente** y están relacionadas con la **gestión de siniestros**.

En 2016, el **plazo medio de resolución** ha sido de 11,3 días para las reclamaciones y de 1,5 días para las quejas.

Además, para la Mutua es muy importante garantizar que todos los actores implicados en el proceso de venta se ajustan a los procedimientos y requisitos establecidos. Para ello, la Mutua pone en marcha iniciativas de *Mystery Shopping* en los principales puntos de venta (oficinas propias, oficinas en centros comerciales y oficinas de agentes representantes y no representantes). El trabajo de campo es realizado por "pseudocompradores" profesionales que representan a un perfil determinado de cliente, con un amplio conocimiento tanto de los productos como de la operativa. A través de una lista de chequeo, definida previamente, estas personas evalúan determinados aspectos de forma objetiva y subjetiva.

Asimismo, cabe destacar que la Mutua, en su compromiso con el cliente y con la calidad del servicio, ha desarrollado un **Plan de Continuidad** que garantiza la prestación del servicio incluso en condiciones adversas que pueda afectar a Pelayo. En este plan se determinan las actividades críticas del negocio, necesarias para la continuidad de la actividad, estableciendo medios alternativos de funcionamiento.

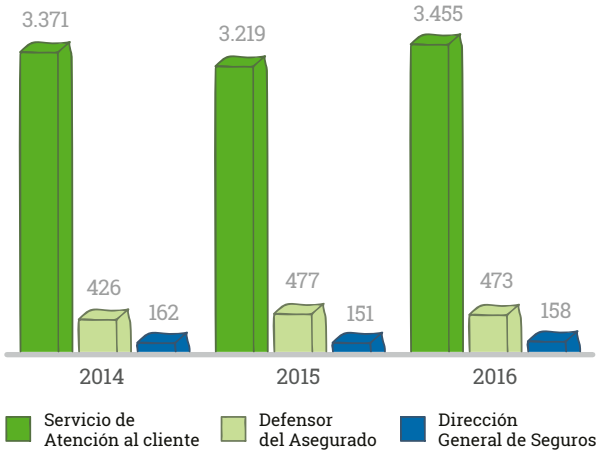
Entre los servicios prestados, los clientes asegurados en Pelayo han declarado durante 2016 un total de 251.042 siniestros del Ramo de Automóviles y, por otro lado, 105.269 siniestros del Ramo de Diversos. La Entidad, un año más, sigue teniendo la calidad del servicio prestado a sus mutualistas como su principal valor, por lo que hace seguimiento directo de indicadores específicos de satisfacción de los clientes a través de una empresa externa que realiza una valoración y puntuación de esta satisfacción mediante encuestas específicas.

A cierre de este Informe la valoración de la satisfacción global con el proceso de tramitación por parte de los clientes de Pelayo, arroja un resultado de **8,74 puntos sobre 10**.

El Defensor del Cliente ha recibido 473 reclamaciones en 2016, habiéndose resuelto el 100% del total.

Durante 2016 se ha devuelto la cantidad de 11.673 euros por el Certificado de Garantía.

Número de reclamaciones recibidas por origen



Los principales objetivos que se buscan a través del *Mystery Shopping* son la evaluación del servicio ofrecido a potenciales clientes y la verificación del cumplimiento de los procedimientos y requisitos establecidos.

7.4.3 COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES

A lo largo de 2016 se ha seguido gestionando la relación con los clientes de la cartera manteniendo la estrategia de cercanía a través de un importante esfuerzo de comunicación proactiva. Así, se ha ejecutado un ambicioso plan de acciones dirigidas al desarrollo del negocio con la actual cartera de mutualistas, que ha generado un total de 2,75 millones de contactos, cifra que supone un nivel de 2,94 contactos anuales por cliente.

ESTUDIOS DE PERCEPCIÓN

La Mutua viene realizando distintas **encuestas** y **estudios** que permiten conocer la percepción y el grado de satisfacción que experimentan los clientes destacando, entre otros:

- Estudios de Experiencia de Cliente en Autos y en Hogar.
- Trackings sectoriales de recomendaciones y atención de siniestros.
- Estudios de percepción y satisfacción en el proceso de quejas y reclamaciones y gestión de incidencias.

Pelayo ha puesto a disposición de los clientes distintos canales de comunicación que permiten, de forma sencilla y eficaz, establecer contacto con la Mutua. En este sentido, el Contact Center de Pelayo realiza una tarea fundamental, ya que a través del mismo se presta atención a gran parte de los servicios que requieren los clientes, además de prestar apoyo a los distribuidores. Entre las tareas desarrolladas por el Contact Center se encuentran la gestión de todos los procesos de asistencia en viaje, el servicio de grabación de toma de partes y concertación de visitas al taller, la información sobre el trámite de un parte o siniestro, el servicio de retención y recuperación de clientes, servicios de consulta y modificación a la cartera y servicios administrativos de apoyo telefónico relacionados con documentación y *back office*. Durante 2016 el Contact Center ha gestionado 2.650.194 contactos de clientes, correspondiendo el 60% de ellos a servicios relacionados con siniestros y el 40% a los de cartera y retención.

En términos de negocio, durante 2016 se ha continuado con las actuaciones de *telemarketing* dirigidas a la cartera de mutualistas. Se han desarrollado campañas de venta cruzada en accidentes con las carteras propias a través de plataformas especializadas en venta telefónica, que han conformado el 0,73% de la totalidad de los contactos y han supuesto la contratación de 3.760 pólizas. Se ha desarrollado el negocio con los clientes por medio de campañas a través de diferentes canales de comunicación, como han sido las promociones de productos de Autos, Hogar y Vida-Ahorro. También se ha comunicado a gran parte de la cartera de clientes las ventajas y beneficios de la Cuenta de Seguros Pelayo (con importantes descuentos si agrupa todos sus seguros en la Entidad).

De igual modo, se ha seguido invitando a los clientes recién incorporados a la Mutua, así como a la cartera, a que recomienden a sus amigos y familiares de cara a la contratación de sus seguros. Por esta vía han **llegado 8.738 nuevos clientes** que han contratado su seguro de automóvil en 2016, que fueron recomendados por otros tantos 8.483 clientes, lo que supone un ratio de **1,03 presentaciones por cliente**.

Durante el ejercicio 2016 se han potenciado diferentes actuaciones dirigidas a retener a aquellos clientes que presentaban una mayor probabilidad o riesgo de abandono. Estas **campañas de retención**, fundamentadas en acciones de precio específicas para los distintos segmentos de clientes, sumadas al resto de actuaciones y comunicaciones propias del negocio con la cartera de clientes, han empezado a provocar efectos positivos en el **ratio de retención**, que se ha situado en el **84,1%.** Un resultado elevado, a tenor de la situación económica general y en un escenario del sector que sigue marcado por la captación mediante agresivas políticas de precio y fuertes campañas publicitarias.

Para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes, la Mutua realiza de forma continua **encuestas de satisfacción para identificar oportunidades de mejora** en la gestión de los servicios y el trato al cliente.

TRACKING SECTORIAL DE RECOMENDACIÓN

Pelayo participa en el estudio sectorial que elabora ICEA con formato de *tracking* en el que se encuesta al cliente sobre su **intención de recomendar**, su **satisfacción** e **intención de continuar** con los seguros que tiene contratados. De este modo, se obtiene el **índice de recomendación** de su compañía aseguradora con el fin de contribuir al crecimiento rentable de la entidad y determinar las mejoras necesarias en las estrategias de fidelización.

El estudio permite determinar el porcentaje de **clientes promotores** (entusiastas leales que además recomiendan la entidad), **clientes pasivos** (satisfechos pero vulnerables a ofertas de la competencia) y **clientes detractores** (insatisfechos que pueden dañar la imagen de marca).

Para los clientes recién llegados a la Entidad en 2016, **el índice de recomendación resultante (NPS) alcanzó un 54,5%**, muy por encima del dato de mercado (45,5%). Igualmente ocurre con los clientes que han renovado y han hecho uso de su seguro, con un NPS del 50,5%, notablemente superior al del año anterior (36,9%) y también por encima de la media del mercado (48,7%).

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL CONTACT CENTER

Desde el Contact Center se realizan encuestas de satisfacción al cliente una vez prestado el servicio solicitado por el mismo en su llamada, y de forma automática se ofrece al cliente la posibilidad de responder a unas sencillas preguntas que conforman la encuesta.

Durante 2016 han completado la encuesta 339.834 clientes:

- El 95% recomendarían Pelayo como compañía aseguradora.
- El 98% valoran positivamente el servicio telefónico.
- El 99% valoran positivamente la atención del operador.

ESTUDIOS DE EXPERIENCIA DE CLIENTES

La Mutua participa activamente en los estudios sectoriales que anualmente elabora ICEA a partir de la información procedente de un campo telefónico realizado sobre muestras de clientes proporcionadas por las entidades aseguradoras participantes. Son estudios que analizan los **aspectos de satisfacción y experiencia** de cliente en distintos momentos de su ciclo de vida:

- En la **contratación**: el 96,2% de los clientes nos valoran por encima de 7 (94,7% en 2015).
- Cuando lleva un tiempo como cliente **sin declarar siniestros**: 83,3%, igual que el año anterior.
- Cuando se produce el **siniestro y su tramitación**: 90,7%, frente al 90,2% del año anterior.

7.4.4 CONFIDENCIALIDAD DE DATOS

Pelayo aplica la política de proteger y respetar al máximo el **derecho fundamental** a la **privacidad de los datos personales** que recaba como consecuencia de su actividad. Para lograr este objetivo se emplean todos los **medios**, ya sean personales, técnicos o de cualquier índole, que conduzcan a la consolidación y mejora del nivel de cumplimiento en esta relevante y sensible tarea de garantizar y velar por el respeto de la normativa de protección de datos personales.

La importante tarea de concienciación que se realiza en la Mutua, se materializa en las acciones que se emprenden para tener permanentemente **formados e informados a los empleados** en esta materia, lo que contribuye a perpetuar la cultura de la empresa en el debido respeto que merece esta especial e importante normativa. Además, durante el año 2016 se ha llevado a cabo la **auditoría obligatoria en materia de protección de datos** tanto en lo referido a la adecuación de los ficheros automatizados, como la de los ficheros manuales, según lo establecido por el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, que desarrolla la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD). El Auditor Externo en su informe concluye que Pelayo se encuentra en un nivel muy alto de cumplimiento de sus obligaciones en esta materia.

7.4.5 DESARROLLO DE PRODUCTOS

La Mutua fomenta la **innovación de productos y servicios** que aporten **valor** y **soluciones reales** a través de las garantías y coberturas, junto con un **precio competitivo** y un **servicio de calidad**. En este sentido, a lo largo de 2016 la Mutua ha seguido revisando sus productos, realizando adaptaciones en sus **garantías y coberturas** y trabajando en los procesos de suscripción y contratación con el objetivo de ofrecer a los clientes una experiencia de compra orientada a brindarle productos realmente adaptados a sus necesidades y a las características de los riesgos que contratan.

Siendo conscientes de los cambios en la movilidad que se han producido en nuestra sociedad, Pelayo sigue apostando por los usuarios de **motos y ciclomotores** a través de los productos que comercializan para este segmento, con soluciones claramente orientadas a las necesidades específicas de este tipo de vehículos y a sus conductores que demandan una **mayor protección personal** en caso de accidente.

De igual forma, a lo largo de 2016, se han desarrollado **nuevos acuerdos de distribución** basados en el diseño y lanzamiento de productos para programas de seguros de fabricantes de automóviles. Frente a la oferta generalista existente actualmente en el mercado, con un enfoque claro orientado al precio, estos productos contemplan factores diferenciadores que permiten una vinculación di-

Compromisos Pelayo

Pelayo se compromete con la prestación de un servicio de calidad, innovador y eficiente. Por ello, dentro del Ramo de Automóviles, y bajo el amparo de la Cláusula 1:24:72, la Mutua se compromete al envío de grúas en el plazo máximo de una hora, a prestar el servicio de peritos en 24 horas y reparar el vehículo del asegurado en 72 horas, siempre que el cliente deposite su vehículo en la red de talleres de la Mutua "Talleres Límite 72 horas" donde se garantiza igualmente un servicio y atención de alto nivel.

Además, en el Ramo de Hogar se establece el Compromiso A Tiempo, a través del cual Pelayo se compromete, una vez conocida la ocurrencia del siniestro, a intervenir en un plazo de 3 horas en siniestros urgentes, y en los no urgentes, a contactar con el asegurado antes de 12 horas para concertar la primera visita del profesional y a iniciar el proceso de reparación antes de 48 horas.

En el caso de incumplimiento de estos compromisos, el asegurado no tendrá que pagar su seguro al año siguiente.

recta con el fabricante a través de garantías y coberturas exclusivas que aportan tanto beneficios para el Cliente como para la Marca. Un ejemplo de esto son los acuerdos con los fabricantes Hyundai y Honda, alcanzados gracias a nuestro colaborador RSM.

En su compromiso con las personas con discapacidad y de la mano de Ilunion, Pelayo ha desarrollado la **Póliza Compromiso**. Un producto asegurador innovador que da respuesta a las necesidades de coberturas específicas en los ramos de automóviles y de hogar para personas con discapacidad, que son difíciles de encontrar en el mercado, sin que ello suponga un coste adicional.

La Mutua, en su clara orientación a la innovación, está trabajando en una **profunda renovación tecnológica en sus sistemas de gestión de pólizas**. Se trata de una nueva herramienta que va a permitir el desarrollo de productos de manera ágil, flexible y adaptada a las necesidades de los clientes. En este sentido, es el Ramo de Hogar el que se está desarrollando primero, pero en los años venideros continuarán el resto de productos de otros ramos.

Cabe destacar el apoyo prestado a los seguidores de la **Selección Española de Fútbol**, para los que la Mutua ofrece gratuitamente el **seguro Afición de La Roja**, producto que da cobertura de fallecimiento por accidente o infarto y la asistencia en viaje al ir y volver del estadio en las dos horas anteriores y dos horas posteriores al partido, haciendo que los seguidores de la Selección puedan estar más tranquilos en sus desplazamientos a los partidos. Una muestra más del compromiso de la Mutua con sus clientes como la aseguradora oficial de la **Selección Española de Fútbol**.

HITOS CLAVE 2016

En 2016 la Mutua ha destinado a la Fundación Pelayo 200.000 euros (un 6,4% de sus beneficios).

7.5 COMPROMISO CON LA SOCIEDAD Y EL ENTORNO

El compromiso de Pelayo se materializa en distintas acciones relacionadas con la innovación, la calidad, la sociedad, la comunicación y con el medio ambiente

La actividad de la Mutua crea valor económico y social para las economías donde opera. Por una parte contribuye al bienestar de la sociedad evitando quiebras y dando la seguridad necesaria para la realización de inversiones y por otra reinvierte la mayoría de sus ingresos en la economía local.

Datos clave 2016

400.028
Ingresos de explotación

15.318
Ingresos de las inversiones

10.122
Otros

425.468
Valor económico generado y distribuido

162.360
Retribución a colaboradores en la prestación de servicios

103.016
Servicios directos a mutualistas y beneficiarios

91.300
Otros colaboradores

33.303
Administraciones públicas

19.748
Retribuciones a empleados

15.741
Incremento de las inversiones

Todos los datos en miles de euros

Asimismo, la Mutua ha llevado a cabo los siguientes proyectos en beneficio de la sociedad:

- Ha destinado **200.000 euros** a la **Fundación Pelayo**, correspondientes a la distribución de resultados del ejercicio 2015 (se destinarán 250.000 euros del resultado obtenido en 2016).
- Ha financiado **21 proyectos de empleados**.
- Se han donado **40.000 euros** a los damnificados del conflicto bélico en **Siria**, **20.000 euros** para la reconstrucción de **Ecuador** y **20.000 euros** a los damnificados en **Haití** por el huracán Matthew.
- Se ha participado en **8 proyectos de ONG**.

7.5.1 CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA

Con el objetivo de una mayor transparencia fiscal, se incluye a continuación una tabla donde queda recogida la información más relevante sobre la **contribución tributaria** de Pelayo:

	2014	2015	2016
Impuesto sobre Sociedades y retenciones soportadas			
Soportado	1.576	1.216	3.684
Retenciones practicadas por rendimientos del trabajo			
Recaudado	10.272	8.905	10.590
Cotizaciones a la Seguridad Social			
Soportado	8.380	8.330	9.949
Recaudado	1.702	1.691	2.014
Impuestos indirectos			
Soportado	31.553	29.806	29.471
Recaudado	32.006	32.224	32.138
Impuestos municipales			
Soportado	910	782	710
Otros conceptos			
Soportado	556	385	383
Recaudado	54	12	31
Total Soportado	42.975	40.519	44.197
Total Recaudado	44.035	42.832	44.773

7.5.2 FUNDACIÓN PELAYO

La Fundación Pelayo se constituyó en julio del 2005, siendo fruto de la convicción de la Mutua de la necesidad de **revertir a la sociedad** parte de los beneficios recibidos de ella. Por este motivo, la fundación recibe un mínimo del **2% de los beneficios anuales** de la Mutua.

La Fundación cuenta con **autonomía plena** y está regida por un **Patronato** en el que participan **personalidades de reconocido prestigio** como son: D. Marcelino Oreja Aguirre -Presidente-, Dña. Mª Mar Cogollos Paja -Vicepresidenta-, y los Patronos Dña. Patricia Abril Sánchez, Dña. Anna M. Birulés Bertran, D. José Boada Bravo, D. Manuel Conthe Gutiérrez, Dña. Cristina Garmendia Mendizábal, D. José Antonio Martín Pallín, D. Juan Soto Serrano, Dña. Isabel Tocino Biscarolasaga, Dña. Nuria Vilanova Giralt y, actuando como Gerente, Dña. Cristina del Campo Pereiro.

Mención especial cabe hacer a D. José Mª Aumente Merino, hasta este año Patrono de la Fundación, que ha cesado tras una larga trayectoria en esta institución, tras su jubilación en Grupo Pelayo.

Construir una sociedad más justa y solidaria es la misión que guía a la Fundación Pelayo, teniendo como principales objetivos el de coordinar las actividades de Responsabilidad Social Corporativa que se llevan a cabo desde la Mutua e incrementar las actuaciones sociales promocionando el voluntariado, la ayuda humanitaria nacional e internacional, así como la promoción y atención a las personas en riesgo de exclusión por razones físicas, sociales o culturales.

El Patronato se reúne como mínimo dos veces el año. Estas reuniones tienen el objetivo, entre otros, de aprobar las cuentas anuales, acordar los proyectos sociales a financiar, aprobar el Plan de Actuación y analizar los gastos incurridos y el presupuesto disponible para el siguiente año.

Desde 2008 y tras una **consulta a los empleados** de Grupo Pelayo, se identificaron los principales ámbitos de actuación y su compromiso con la sociedad, centrando los beneficiarios de su actuación prioritariamente en temas de infancia, principalmente en educación y sanidad.

Anualmente, la Fundación Pelayo presenta su Plan de Actuación, donde se recogen los ámbitos que enmarcan las principales iniciativas puestas en marcha.

ASIGNACIÓN DE RECURSOS

CONCURSO ONG

Con carácter anual la Fundación Pelayo convoca un concurso para la financiación de proyectos de grandes ONG y asociaciones dirigidas a la infancia en materia de educación y sanidad, tanto a nivel nacional como de cooperación internacional, con el objetivo de promover el voluntariado, la acción social y la ayuda humanitaria, entre otros. Durante 2016 se han abordado los siguientes proyectos:

Cruz Roja: El proyecto consiste en un programa de acogimiento familiar para niños/as bajo medidas de protección, con el objetivo de encontrar nuevas familias que puedan ejercer una parentalidad social, para que los más pequeños puedan crecer en un ambiente estable.

Fundación Padre Garralda Horizontes Abiertos: El proyecto consiste en un programa de ayuda a madres con niños en riesgo de exclusión social, que no tienen ningún recurso, ofreciéndoles alojamiento para garantizar el desarrollo integral de los menores a la vez que las madres participan en un proceso de formación e inserción laboral.

Fundación Aladina: El proyecto consiste en el apoyo a un programa de reforma integral de la UCI pediátrica del Hospital Niño Jesús de Madrid, para mejorar la calidad de vida y las condiciones de hospitalización de los niños y adolescentes gravemente enfermos que ingresen en ella.

Fundación World Vision: El proyecto consiste en mejorar y ampliar las instalaciones de un Centro de Educación Especial, en una de las zonas más deprimidas de Bolivia, para garantizar la salubridad y evitar la exposición al contagio del mal de chagas de los niños con discapacidad que allí residen.

CONCURSO EMPLEADOS, PATRONOS Y CONSEJEROS

A través de esta convocatoria anual se pretende crear un vínculo entre los empleados y la Fundación Pelayo, con el objetivo de aunar esfuerzos y dirigirlos hacia aquellas obras sociales con la que los propios empleados de la Mutua estén más comprometidos. Desde la Fundación Pelayo se colabora con los empleados para apoyar su labor social y contribuir tanto a la financiación como a la difusión de proyectos en los que se participe a través de alguna ONG o asociación. Así, durante 2016, la Fundación ha participado en la financiación de 21 proyectos, como por ejemplo:

Asociación de Parálisis Cerebral y Patologías Afines (Aspace Ávila): El proyecto apoyado es de rehabilitación "orofacial" para que niños con parálisis cerebral puedan, a través de un software, mejorar los movimientos del rostro y la expresión facial.

Federación Española de Enfermedades Neuromusculares (ASEM): El proyecto busca el respiro familiar para niños afectados por enfermedades neuromusculares y sus familias, desarrollando habilidades sociales y personales en un entorno adaptado, a la vez que se proporciona un periodo de descanso a las familias cuidadoras.

Asociación Médicos del Mundo: El proyecto desarrolla un programa de prevención de la mutilación genital femenina con niñas y adolescentes menores de edad procedentes de países del África Subsahariana.

Fundación Deporte y Desafío: El proyecto consiste en la creación de un grupo de entrenamiento continuado, con un entrenador profesional, para deportistas con distintas discapacidades, para practicar running en su modalidad adaptada: handcycling.

Fundación Sant Joan de Déu: El proyecto a desarrollar tiene por objeto el estudio de la toxicidad del tratamiento de la leucemia aguda infantil, con el objetivo de analizar las variaciones genéticas (polimorfismos genéticos), que se han asociado a los tratamientos quimioterápicos.

AYUDA HUMANITARIA

Fiel al compromiso de ayudar a los que más los necesitan, en 2016 Fundación Pelayo ha querido mostrar su ayuda a los damnificados por el conflicto armado en Siria y de la mano de UNICEF se ha sumado a un programa de mejora sanitaria en el acceso al agua y vacunación, y en materia educativa en el fomento de las matriculaciones escolares y formación laboral.

Por otro lado, las catástrofes naturales, como el terremoto que azotó Ecuador en abril de 2016, también han sido objeto de apoyo por parte de Fundación Pelayo, financiando, a través de Cruz Roja, la construcción de alojamientos progresivos para mejorar las condiciones en las quedaron muchas familias tras el seísmo.

Del mismo modo, también se ha apoyado a UNICEF y OXFAM Intermón para combatir la grave situación de la zona del sur de Haití tras el paso del huracán Matthew.

CARRERAS SOLIDARIAS

Carrera Down Madrid: Por tercer año consecutivo los empleados de la Mutua, a través de la Fundación Pelayo, han participado en la VI carrera popular que ha celebrado Down Madrid, en beneficio de la práctica del deporte y el ocio saludable para las personas con discapacidad. En esta ocasión los empleados pudieron participar en la carrera tanto como corredores, como voluntarios de apoyo en los puntos de avituallamiento y a lo largo de todo el recorrido de la carrera.

ACTIVIDADES DE SENSIBILIZACIÓN

VOLUNTARIADO

Voluntariado juvenil: Fundación Pelayo y la consultora Otto Walter, han llevado a cabo dos acciones de voluntariado en campamentos de verano con el objetivo de acercar la inquietud y compromiso de muchos jóvenes por ayudar a los demás al mundo de las personas con discapacidad. Se ha participado tanto en el campamento urbano de la Fundación Bobath, enfocada en la asistencia y tratamiento de las personas afectadas de parálisis cerebral, como en las convivencias que durante una semana se compartieron en el Albergue Valle de los Abedules, en Bustarviejo, de la mano de la Fundación Deporte y Desafío, dedicada a la integración de personas con discapacidad.

Voluntariado en vivero: Fundación Pelayo, en colaboración con Santalucía, han desarrollado una acción de voluntariado familiar conjunta, para los empleados de ambas entidades, en la que se ha podido acompañar en el vivero de la Asociación Talismán a los jóvenes con discapacidad que la integran.

Campaña de recogida de libros: La Fundación Pelayo ha participado en una campaña de recogida de libros organizada por un medio de comunicación sectorial para favorecer la dotación de material didáctico a la biblioteca de un nuevo colegio.

Campaña de Navidad: Un año más se han vuelto a celebrar mercadillos solidarios, durante el mes de diciembre, junto a la Fundación Juan XXIII, la Asociación Talismán y la Asociación Mimos. Además, se ha realizado el acompañamiento a una sesión de circo a chicos con discapacidad de varias asociaciones con las que la Fundación ha colaborado a lo largo del año. Asimismo, se han puesto en marcha diferentes campañas de recogida de alimentos no perecederos para ayudar a los comedores sociales de Banco de Alimentos.

Fundación Junior Achievement: Fundación Pelayo participa en dos de los programas que de manera anual lleva a cabo la Fundación Junior Achievement, en el programa "Socios por un día", que permite que alumnos de bachillerato acompañen durante un día a gran parte de los directivos de la Mutua en una jornada habitual de trabajo, y por otro en el programa "Habilidades para el éxito", en el que empleados de la Entidad imparten sesiones formativas a jóvenes de bachillerato para desarrollar habilidades sociales además de las curriculares que reciben en los centros educativos.

DIFUSIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL

Fundación Pelayo, junto con Aesleme y Europcar, ha seguido colaborando en materia de seguridad vial mediante la celebración de actividades itinerantes para jóvenes entre 16 y 20 años.

7.5.3 PREMIO PELAYO PARA JURISTAS DE RECONOCIDO PRESTIGIO

Pelayo mantiene un compromiso especial con las iniciativas destinadas al mundo jurídico y sus representantes, por el papel decisivo que desempeñan en el buen funcionamiento de la sociedad. La máxima expresión de este compromiso lo constituye el Premio Pelayo para Juristas de Reconocido Prestigio, un galardón con el que el Grupo reconoce a una personalidad distinguida por fortalecer los valores de la Justicia en beneficio de la sociedad.

En noviembre tuvo lugar la entrega del galardón de la XXII edición del Premio Pelayo para Juristas de Reconocido Prestigio por el Presidente del Consejo General del Poder Judicial, D. Carlos Lesmes Serrano, a D. Eduardo Torres-Dulce Lifante, por su intensa dedicación al mundo jurídico, principalmente a través de su labor en la Fiscalía. El acto ha conseguido reunir a más de 700 personas, entre las que se encontraba el Jurado en pleno y una representación de las personalidades políticas, jurídicas y empresariales del mundo de la justicia.

XXII EDICIÓN PREMIO PELAYO
PARA JURISTAS DE RECONOCIDO PRESTIGIO

7.5.4 PATROCINIO

La marca es uno de los activos más importantes en Pelayo, y es considerada como un valor estratégico vital para el buen funcionamiento de su negocio. El reconocimiento de la marca es clave en la toma de decisión de compra por parte de los clientes.

> Vicente del Bosque ha reforzado los valores de Pelayo como la confianza, la fiabilidad o el prestigio.

Pelayo durante este año ha continuado trabajando alrededor del patrocinio de la Selección Española de Fútbol. Un patrocinio estratégico que cumple nuestros objetivos de comunicación y que trabaja en el largo plazo. Llevamos junto a La Roja desde el año 2008, trabajando paso a paso y creciendo en su correcta explotación. Todo este trabajo nos ayuda a llegar de una manera diferente a los consumidores, a formar parte de sus vidas, a trasladarles nuestra cercanía y nuestro compromiso máximo de servicio.

Durante este año, en Pelayo buscando la máxima relevancia de nuestra comunicación, se lanzó una nueva campaña publicitaria con el título #EstarEnamorado. La campaña ahonda en el posicionamiento de la Aseguradora Oficial de la Selección Española, subrayando el compromiso con sus clientes a través de la pasión de los aficionados por La Roja.

También cabe destacar los patrocinios realizados este año apoyados en las políticas de RSC: el patrocinio de los Paralímpicos, la Carrera Down Madrid y sobre todo, el #RetoPelayoVida, una extraordinaria iniciativa que busca transmitir un mensaje de esperanza y lucha a todas aquellas personas que hayan padecido o estén actualmente en tratamiento de Cáncer, a través de cinco valientes mujeres que han superado esta terrible enfermedad y un reto, que este año ha consistido en cruzar el Atlántico en un velero.

Para Pelayo, #EstarEnamorado es el compromiso más grande, y el nuestro es el compromiso por la satisfacción, los clientes, el servicio, la cercanía y la tranquilidad. Durante este año el patrocinio nos ha dado la oportunidad de estar aún más cerca de la gente, permitiéndonos trasladar un discurso real y relevante, mientras seguimos construyendo y ampliando nuestra marca.

7.5.5 COMPROMISO CON LA TRANSPARENCIA Y LA INFORMACIÓN

Pelayo se caracteriza por tener una estrategia de comunicación de **máxima transparencia y colaboración**, manteniendo una estrecha relación con los medios, poniendo a su disposición la opinión y experiencia de los máximos directivos de la Mutua, y cumpliendo siempre el compromiso de atender las demandas de información y cumplimentación de estudios y cuestionarios o cualquier otra solicitud.

Fruto del ideario social de la Mutua por la **transparencia informativa** se publican trimestralmente los resultados económicos aprobados por el Consejo de Administración y se envían puntualmente notas de prensa con información sobre la Fundación Pelayo, el Premio Pelayo, la política tarifaria, los nombramientos producidos y cualquier otro hecho destacado.

La **página web corporativa** cobra para Pelayo una labor fundamental de comunicación y transparencia y, con este objetivo, dispone de una sección destinada a notas de prensa y hechos relevantes donde se van publicando noticias de actualidad sobre la actividad de Pelayo y su Fundación. Además, en la página se puede encontrar información relacionada con las decisiones adoptadas en las Asambleas Generales convocadas, así como las principales normas y manuales que rigen los principios de la Mutua, premios y reconocimientos e historia del Grupo Pelayo.

Para Pelayo las **redes sociales, no son una moda, son una realidad** que nos ayuda a acercarnos a nuestros clientes. Saber escuchar lo que nos dicen y demandan los clientes es básico, y las redes sociales se han convertido en una herramienta básica que nos ayuda a ser más cercanos con nuestros clientes.

Las redes sociales en sus diferentes canales colaboran en mejorar nuestra reputación. En Pelayo gestionamos, construimos y moderamos comunidades en torno a Pelayo (corporativas y vinculadas a nuestros patrocinios), desarrollando estrategias de comunicación para llegar a nuestros clientes de una manera más efectiva. A lo largo de estos años hemos abierto canales en todas aquellas redes que consideramos útiles para estar en contacto con nuestros seguidores, creando contenidos relevantes a la vez que amplificando mensajes de la compañía.

Actualmente hemos alcanzado las siguientes cifras:

- Facebook: 14.996 fans.
- Twitter: 10.459 seguidores.
- LinkedIn: 4.415 contactos.
- Youtube: 435.168 reproducciones.
- Facebook Siente la Roja: 79.220 fans.
- Twitter Siente La Roja: 5.132 seguidores.

7.5.6 MEDIO AMBIENTE

La Mutua se compromete con la defensa del medio ambiente dirigiendo esfuerzos e iniciativas a **conseguir hábitos más respetuosos con el entorno** y a **minimizar los limitados impactos** que su actividad puede generar. En su compromiso se distinguen varios ámbitos de actuación que van alineados con la actividad que desarrolla:

Gestión de residuos

La Mutua, debido a la naturaleza de su actividad, no genera grandes volúmenes de residuos, siendo los más relevantes los derivados del trabajo en oficinas como papel, cartón y tóners de impresión.

La Mutua tiene establecido un **sistema de recogida separada de residuos** mediante el contrato con proveedores especializados:

- Proveedor externo homologado que se encarga de la recogida y reciclado del residuo de papel y cartón.
- Proveedor encargado de la destrucción y reciclado del material confidencial de la Mutua.
- Proveedores externos que se encargan del reciclado del tóner.

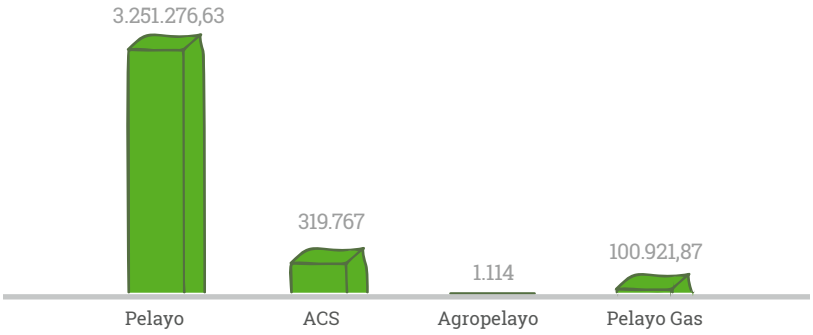
Consumo de energía

Las principales fuentes de consumo de energía corresponden a la iluminación, calefacción y uso de equipos electrónicos en sus oficinas.

En línea con la evolución que ha experimentado la Mutua en el consumo energético en los últimos tres años, se han llevado a cabo distintas actuaciones e iniciativas relacionadas con el **ahorro y la eficiencia energética.**

Pelayo ha implantado en sus dos edificios de Madrid (*Contact Center* y Servicios Centrales) el **Programa Greenlight.** Es una iniciativa europea por la que las organizaciones se comprometen a reducir el consumo de energía en iluminación.

Consumo energético (KWh)



Consumo de materiales

Los materiales cuyo consumo es más relevante para la Mutua son el papel, el cartón y los tóners de impresión.

La Mutua cuenta con **contenedores de reciclaje de papel** en sus centros de trabajo y celebra anualmente el **Día sin papeles** en todas las oficinas, sensibilizando a los empleados sobre la importancia de su uso responsable. Refuerza esta línea de actuación el proyecto de innovación tecnológica de **documentación electrónica**, que permite suministrar la práctica totalidad de la documentación de contratación por medios telemáticos. La Mutua utiliza cartuchos de tinta reciclados en todas las impresoras que lo permiten, teniendo un consumo en 2016 de 580 tóners.

SEGURO AGRARIO

Con el objetivo de garantizar la **continuidad de las explotaciones agrícolas, ganaderas, forestales y acuícolas**, en 1978 se aprobó la primera ley (Ley 87/1978) que regulaba los **Seguros Agrarios Combinados** y que un año después fue desarrollada por un Reglamento (Real Decreto 2329/1979). Surgió entonces el **sistema** en el que coparticipan entidades aseguradoras privadas e instituciones públicas, fuertemente subvencionado en sus primas por la Administración Central y por las Comunidades Autónomas, a través del cual se establecen las **coberturas** y las **tarifas** (tarifa de coste aprobada por la Administración Central y gastos de administración fijados por las compañías), así como las **condiciones técnicas mínimas** de cultivo o explotación.

> Los seguros agrarios tienen como objeto la cobertura de riesgos que puedan afectar a las explotaciones agrícolas, ganaderas, forestales y acuícolas.

Los **agentes implicados** en este sistema, uno de los modelos más desarrollados y con mayores coberturas a nivel mundial, son:

- **ENESA (Entidad Estatal de Seguros Agrarios):** Órgano coordinador del funcionamiento del sistema, dependiente del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, que se encarga de la elaboración del Plan Anual de seguros agrarios, de la gestión de las subvenciones a las primas de los seguros y de la coordinación con las Comunidades Autónomas.
- **AGROSEGURO (Agrupación de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados, S.A.):** Pool que en la actualidad cuenta con 22 entidades aseguradoras privadas que realizan la suscripción de los seguros, asumen el riesgo y participan en esta agrupación en la proporción en la que cubren los riesgos.

SEGURO AGRARIO

¿Para qué sirve?

El seguro agrario elimina la incertidumbre del agricultor y ganadero, al proporcionarle una cobertura que le garantiza la continuidad de su explotación mediante la indemnización, en caso de siniestro, del daño sufrido, evitándole depender de las ayudas que pudiera, en su caso, conceder el Estado.

¿Qué actividades y riesgos cubre?

El seguro agrario cuenta con 27 líneas agrícolas, 15 pecuarias (más la retirada de cadáveres), 4 de piscifactorías y una forestal.

En el caso de las cosechas, los riesgos cubiertos contemplan: helada, incendio, inundación, lluvia, pedrisco, sequía, viento huracanado o cálido, y otras adversidades climáticas (resto).

En el caso del ganado, los riesgos cubiertos contemplan: accidentes, enfermedades o epozootia y sequía en pastos.

¿Quiénes son los tomadores habituales?

Los seguros agrarios, en la práctica totalidad de los casos, se contratan de forma colectiva, actuando principalmente como tomadores las Cooperativas y las Organizaciones Profesionales Agrarias, siendo además miembros de pleno derecho en las Comisiones y Grupos de trabajo en los que se discuten y diseñan las distintas modalidades y coberturas de los seguros.

Como uno de los agentes activos en la oferta y gestión de seguros agrarios, Pelayo está **presente en foros internacionales** a través de AGROSEGURO, mediante su pertenencia a **asociaciones internacionales** (Asociación Internacional de Aseguradores de Pedrisco (AIAG), Comité Europeo de Aseguradores (CEA), Asociación Latinoamericana para el desarrollo del Seguro Agropecuario (ALASA), etc.). Además, Pelayo está presente en **cursos de formación y otras sesiones** organizadas por **organizaciones agrarias, cooperativas y asociaciones agrícolas**.

IMPACTO Y CONTRIBUCIÓN DE LOS SEGUROS AGRARIOS

- Contribución al desarrollo rural
- Contribución a la sostenibilidad del sector
- Contribución al conocimiento

El 1 de abril de 2015 se cumplió un año de la fusión con MUTRAL, lo que supuso la incorporación de Pelayo en el **negocio agrario**. Con el objetivo de liderar el Ramo Agrario, en 2015 y 2016 Pelayo ha reforzado su **posicionamiento** a través de la puesta en marcha de **Agropelayo**, fruto del acuerdo con Agromutua.

En su papel de aseguradora que ofrece este tipo de seguros, Pelayo permite a los agricultores y ganaderos mantener un nivel de rentas que, además de **garantizar la continuidad de las explotaciones**, estimula la producción de los **cultivos más convenientes** de acuerdo con los criterios de la política de la Administración y el mercado, y fomenta el **asociacionismo entre agricultores**, introduciendo criterios empresariales en sus explotaciones.

Por otra parte, el fomento en la contratación de seguros agrarios contribuye a la **sostenibilidad del sector** ya que fomenta las **buenas prácticas** tanto en la sanidad animal como vegetal (se exigen unas condiciones técnicas mínimas de cultivo o explotación) y la aplicación de **medidas de prevención**.

Por último, el grado de desarrollo del sistema español de seguros agrarios genera una demanda creciente de asesoramiento y consultoría por parte de otros países, considerándolo como uno de los modelos a estudiar.

91

7.5.7 PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Pelayo, fruto de su dedicación por la sostenibilidad y la calidad, ha logrado en 2016 numerosos premios y reconocimientos que respaldan su trabajo y dedicación en esta dirección:

1	**100 Mejores Ideas – Revista Actualidad Económica**	Pelayo en la XXIV edición de las 100 Mejores Ideas Empresariales del año, ha recibido un galardón, dentro de la categoría de "Publicidad", por el **"Reto Pelayo Vida",** por patrocinar una expedición en la que cinco mujeres que superaron un cáncer de mama se enfrentaron al reto de subir al Kilimanjaro. Este ranking premia los productos y servicios más brillantes, útiles e innovadores puestos en marcha a lo largo del año.
2	**Premios Detección de Fraudes**	Estos premios organizados por ICEA, constituyen la más alta distinción otorgada a las entidades aseguradoras en el ámbito de la lucha contra el fraude, por lo que se convierten en un referente sectorial, avalado por la calidad profesional de los miembros del jurado y la repercusión mediática que tienen. Pelayo ha sido premiada en: • Participación Autos – 2º premio • Participación Personales – 2º premio • Mejor caso en Autos – 3er. premio
3	**Premio Cegos**	Cegos en España y Equipos&Talento son los organizadores de los Premios a: Las Mejores Prácticas que reconocen las iniciativas de las organizaciones por la apuesta por la diversidad y la integración de las personas con diferentes capacidades. El proyecto **"Personas Sin Límites"** de Pelayo recibió un galardón por su carácter inclusivo, diverso, adaptable, dinámico, ágil, diferente e innovador, con aportación de valor.
4	**Premio ANOME**	La Asociación ANOME (Asociación Norte de Mujeres Empresarias) ha otorgado a Pelayo el premio ANOME 2016 en la categoría **"Campaña Solidaria"**, por la iniciativa del "Reto Pelayo Vida", en la celebración de su X edición.
5	**Pelayo entre las 25 empresas TOP EFR**	En 2006 la Fundación Másfamilia creó el Certificado EFR, con el objetivo de implantar procesos de mejora continua que faciliten el equilibrio entre los objetivos de las empresas y las necesidades de las personas que forman parte de ellas. En su décimo aniversario, lo han celebrado entregando unas estatuillas conmemorativas a las principales empresas certificadas, entre las que se encontraba Pelayo.
6	**Sello Madrid Excelente**	El Sello Madrid Excelente verifica, tras un minucioso sistema de evaluación y una rigurosa y exhaustiva auditoría, la relación que la Entidad tiene con empleados, clientes y sociedad, así como los procesos de negocio y los sistemas de valoración y mejora implementados. Pelayo ha renovado su Sello Madrid Excelente por otros tres años.
7	**Certificados AENOR**	En este año el Contact Center de Pelayo ha renovado la certificación de Calidad UNE-EN ISO 9001:2015 de AENOR. También ha renovado la certificación de Accesibilidad Universal UNE 170001-2:2007 de AENOR del Contact Center de Ávila, ampliando dicha certificación al edificio del Contact Center de Madrid y al edificio de Santa Engracia 67-69.
8	**Sello Bequal Plus**	Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros ha renovado el Sello Bequal Plus, que distingue a las organizaciones que establecen políticas inclusivas con las personas con discapacidad, lo que implica el compromiso de la Dirección en la gestión de la no discriminación e igualdad de oportunidades, en la accesibilidad universal de las instalaciones y en la comunicación interna.

MEDALLA DE ORO DE CRUZ ROJA CONCEDIDA A PELAYO MUTUA DE SEGUROS.

7.6 HECHOS POSTERIORES AL CIERRE

Con fecha 19 de diciembre de 2016 se levanta Acta de Inspección de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones cuyo objeto era verificar los procedimientos de la Entidad en relación a la documentación y validación de la valoración de las provisiones técnicas. Fundamentalmente, ponía de manifiesto diferencias de criterios con la entidad en lo relativo a la aplicación de la reserva de estabilización, fruto del límite establecido en el artículo 45 del ROSSP, y el tratamiento de las expectativas de los recobros de prestaciones del Ramo de Automóviles en el cálculo de la provisión de riesgos en curso, además de apreciar que determinada documentación de soporte de dichas provisiones técnicas debía completarse con lo indicado por los Inspectores. La Entidad el 20 de enero de 2017 ha presentado las oportunas Alegaciones y ha tenido en cuenta lo indicado por la Inspección al cierre del ejercicio 2016.

7.7 AGRADECIMIENTOS

El Consejo de Administración agradece sinceramente a los clientes y mutualistas la confianza que, año tras año, depositan en la gestión de la Entidad. Asimismo, quiere agradecer a los empleados y colaboradores la profesionalidad, dedicación y esfuerzo que están realizando para seguir ofreciendo un servicio de calidad excelente, garantizando con ello el éxito futuro de la Mutua.

Madrid, 7 de febrero de 2017
El Consejo de Administración

8. Grupo Pelayo

El Grupo Pelayo está integrado por las sociedades filiales Agencia Central de Seguros, S.A., Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E., Agropelayo, Pelayo Vida, S.A. y Nexia 24, S.A.

HITOS CLAVE 2016

Grupo Pelayo ha continuado con la senda del crecimiento, con un incremento de la facturación de un 23,5 % sobre el ejercicio del año anterior. La actividad del Ramo Agrario ha impulsado los resultados del Grupo, en concreto ha aportado el 26% sobre la facturación total del Grupo.

En el ejercicio 2016 Grupo Pelayo ha obtenido un **beneficio** después de impuestos de **6.869 miles de euros**, lo que supone un incremento del 182,97% respecto a 2015. El aumento del resultado neto es consecuencia principalmente de los beneficios aportados por la entidad filial Agropelayo, fruto de un excelente año en el sector agrario, que han compensado la disminución del resultado neto de la Mutua consecuencia de un aumento del gasto por impuesto de sociedades, consecuencia de un cambio legislativo referente a la tributación de los resultados de filiales.

Los ingresos totales por **primas** han alcanzado los **515,8** millones de euros, lo que supone un incremento del 23,5% sobre el ejercicio anterior.

Datos clave 2016

BENEFICIOS DESPUÉS DE IMPUESTOS

6,869
Millones de euros

INGRESOS POR PRIMAS

515,8
Millones de euros

FONDOS PROPIOS

348,3
Millones de euros

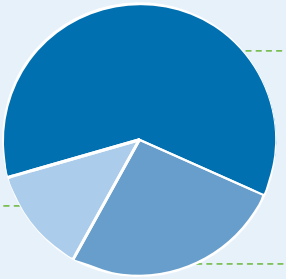
RATIO DE SOLVENCIA

2,9 veces el capital
de solvencia exigido

EMPLEADOS

1.216

Facturación por ramos



RAMOS PATRIMONIALES, ACCIDENTES, VIDA, RESPONSABILIDAD CIVIL Y OTROS

63,4
Millones de euros

RAMO DE AUTOMÓVILES

315,8
Millones de euros

RAMO AGRARIO

136,7
Millones de euros

8.1 PELAYO SERVICIOS AUXILIARES DE SEGUROS, A.I.E.

En 2015, se constituyó la Agrupación de Interés Económico "Pelayo Servicios Auxiliares de seguros, A.I.E." con el objetivo de constituir una organización de servicios especializados y eficientes que dé soporte a las compañías integrantes del Grupo Pelayo.

Los servicios de esta Agrupación comprenden los propios del *Contact Center*, así como los relativos al asesoramiento y gestión en los ámbitos jurídico, administrativo, fiscal, laboral, informático, de inversiones, actuarial, de *pricing* y marketing.

Durante el ejercicio se ha continuado con la especialización en la atención integral a los clientes, en un entorno de multicanalidad y con el objetivo prioritario de prestación de un servicio de la máxima calidad, alineado con los objetivos estratégicos del Grupo.

Al cierre del ejercicio 2016 los socios de la Entidad son:

95,55%	Pelayo Mutua de Seguros
2,92%	AgroPelayo Sociedad de Seguros S.A.
1,53%	Agencia Central de Seguros

HITOS CLAVE 2016

Con fecha 1 de enero de 2016 las funciones de soporte encuadradas en los Servicios Centrales de la Mutua, han pasado a ser prestadas por Pelayo Servicios Auxiliares, A.I.E.; con tal fin, los recursos materiales y humanos necesarios para ello se han traspasado a la nueva Agrupación.

En 2016 se ha renovado la Certificación de Calidad UNE-EN ISO 9001:2015 por AENOR y se ha obtenido la Certificación de Accesibilidad Universal UNE 170001-2:2007 de AENOR de la sede central de Pelayo Mutua en Madrid, en la que se sitúan las áreas de soporte incorporadas a la Agrupación en 2016, sumándose a las certificaciones de Accesibilidad Universal de los edificios del Contact Center de Ávila y Madrid.

En 2016 se ha renovado el sello BEQUAL en su categoría Plus. Este sello distingue a las compañías socialmente responsables con la discapacidad y con alto compromiso hacia la integración de personas con discapacidad en todos los ámbitos.

Premio Cegos con Equipos & Talento 2016 a la Mejor Práctica en la Categoría de Selección e Integración.

Datos clave 2016

GASTOS GESTIONADOS

21,7
Millones de euros

EMPLEADOS DE LA A.I.E.

399

SERVICIOS DEL CONTACT CENTER

8,5
Millones de euros

PERSONAS CON DISCAPACIDAD

3,4%

SERVICIOS DE SOPORTE AL GRUPO

13,3
Millones de euros

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

98% valoración positiva
(339.834 clientes encuestados)

Atención 24h,
365 días del año

2,7 millones
de contactos

8.2 AGENCIA CENTRAL DE SEGUROS, S.A.

Agencia Central de Seguros, propiedad al 100% de Grupo Pelayo, se dedica a la comercialización de seguros utilizando como canal de distribución sus oficinas propias, así como las situadas en grandes centros comerciales, entre los que destacan Eroski y Carrefour. La sociedad se orienta a la búsqueda de la calidad en la atención al cliente.

En 2016 se ha profundizado en la estrategia de mantener una amplia capilaridad, rentabilizando al máximo cada punto de venta, apostando por aquellos que son más rentables y gestionan un volumen de facturación suficiente para mantenerse como unidad de negocio independiente. De este modo, la entidad ha continuado con el traspaso de puntos de venta con menor volumen a colectivos vinculados al Grupo, apostando por el desarrollo rentable del negocio, manteniéndolos como mediadores de la Mutua.

HITOS CLAVE 2016

En 2016 se ha profundizado en la estrategia de mantener una amplia capilaridad, rentabilizando al máximo cada punto de venta.

Datos clave 2016

BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS

0,36
Millones de euros

EMPLEADOS

188

CON CUENTA DE SEGUROS PELAYO

8,27%
Clientes

PRIMAS COMERCIALIZADAS

66,97
Millones de euros

NÚMERO DE PÓLIZAS

1,45
Por cliente

8.3 AGROPELAYO

Con fecha 1 de enero de 2016 culmina la operación corporativa que Grupo Pelayo ha llevado a cabo durante el año 2015 con vocación de situarse como líder en el sector agrario asegurador.

Esta operación comenzó el 25 de marzo de 2015, fecha en la que se constituye, en el ámbito de control del Grupo Pelayo, la entidad Agropelayo Sociedad de Seguros S.A., mediante escritura pública, con la finalidad de que en esta sociedad se unan posteriormente los negocios que Pelayo Mutua de Seguros a Prima Fija y Agromutua-Mavda Sociedad Mutua de Seguros a Prima Fija tienen de este ramo de seguros agrarios.

El capital social inicial de la entidad Agropelayo Sociedad de Seguros S.A. es de 9.016 miles de euros, representado por 9.016 acciones de 1.000 euros de valor nominal, que fueron suscritas por los otorgantes de la siguiente manera:

- Pelayo Mutua de Seguros a Prima Fija: 4.509 acciones.
- Agromutua-Mavda Sociedad Mutua de Seguros a Prima Fija: 4.507 acciones.

A 31 de diciembre de 2015, el capital ha sido íntegramente desembolsado.

Posteriormente, ambas entidades otorgantes aprueban un proyecto común de escisión por segregación de sus negocios aseguradores agrarios a favor de Agropelayo Sociedad de Seguros S.A. El 30 de junio de 2015 se celebraron Asambleas Generales Extraordinarias de ambas entidades donde se aprueba la escisión por segregación de conformidad con el proyecto común de escisión formulado por sus órganos de administración.

Dicha operación es aprobada por O.M. ECC /2960/2015 de 18 de diciembre (B.O.E. 27 de enero de 2016).

La aportación de los negocios se realiza con fecha 1 de enero de 2016. La diferencia entre los activos y pasivos aportados a la nueva sociedad constituirá la aportación no dineraria de cada entidad, por importe de 10.992 miles de euros, que constituyen la ampliación de capital total por importe de 21.984 miles de euros de la que se hace mención en la escritura del proyecto de escisión.

HITOS CLAVE 2016

Pelayo y Agromutua han integrado los negocios de ambas entidades en una compañía conjunta, siendo 2016 su primer año de funcionamiento completo.

Datos clave 2016

BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS

10,9
Millones de euros

EMPLEADOS

14

CUOTA DE MERCADO

19,5%
del sector asegurador agrario a nivel nacional

FONDOS PROPIOS

48,5
Millones de euros (capital más reservas)

INGRESOS POR PRIMAS

136,7
Millones de euros

RATIO DE SOLVENCIA

1,49
veces el capital de solvencia exigido

8.4 PELAYO VIDA, S.A.

Pelayo vida S.A. está participada al 50% por Aviva Vida y Pensiones y por Pelayo Mutua de Seguros, y tiene como objetivo proporcionar seguros de vida y pensiones a los mutualistas y clientes de Grupo Pelayo.

La estrategia de crecimiento de esta filial se apoya principalmente en el desarrollo del Ramo de Vida a través de las redes comerciales de la Mutua. Para ello, cuenta con una organización horizontal, cohesionada y participativa, cuyo principal objetivo es satisfacer las expectativas del cliente y del mediador con un alto grado de calidad.

Durante 2016, los fondos gestionados por la entidad han ascendido a 100 millones de euros, mientras que el patrimonio neto alcanzó a cierre del año 20,19 millones de euros, con un superávit de 16,73 millones de euros en el margen de solvencia. El margen existente supera en 2,22 veces el mínimo exigido por ley.

Durante este ejercicio se ha seguido potenciando la Cuenta de Seguros Pelayo, por la cual el asegurado obtiene importantes descuentos si unifica sus pólizas de automóviles, hogar, vida y salud en el Grupo Pelayo. A diciembre de 2015, el 48% de las pólizas contratadas de nueva producción, pertenecientes al negocio de riesgo individual, tienen activada la Cuenta de Seguros Pelayo. Como consecuencia de este producto se ha producido una mejora notable en los ratios de retención y fidelización de los clientes, objetivo prioritario por el que fue concebido.

HITOS CLAVE 2016

El ejercicio 2016 ha cerrado con una cifra de negocios de 13,99 millones de euros en primas devengadas de seguro directo y aceptado, lo que supone un decremento del 5% respecto al ejercicio anterior.

Este descenso se ha producido por un cambio en la composición de la cartera de productos, consecuencia de orientar la estrategia hacia el seguro de riesgo individual, el cual aporta un mayor margen técnico.

Datos clave 2016

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS

1,8
Millones de euros

EMPLEADOS

9

FONDOS GESTIONADOS

100
Millones de euros

PATRIMONIO NETO

20,2
Millones de euros

INGRESOS POR PRIMAS

13,99
Millones de euros

RATIO DE SOLVENCIA

2,22
veces el capital de solvencia exigido

8.5 NEXIA 24, S.A.

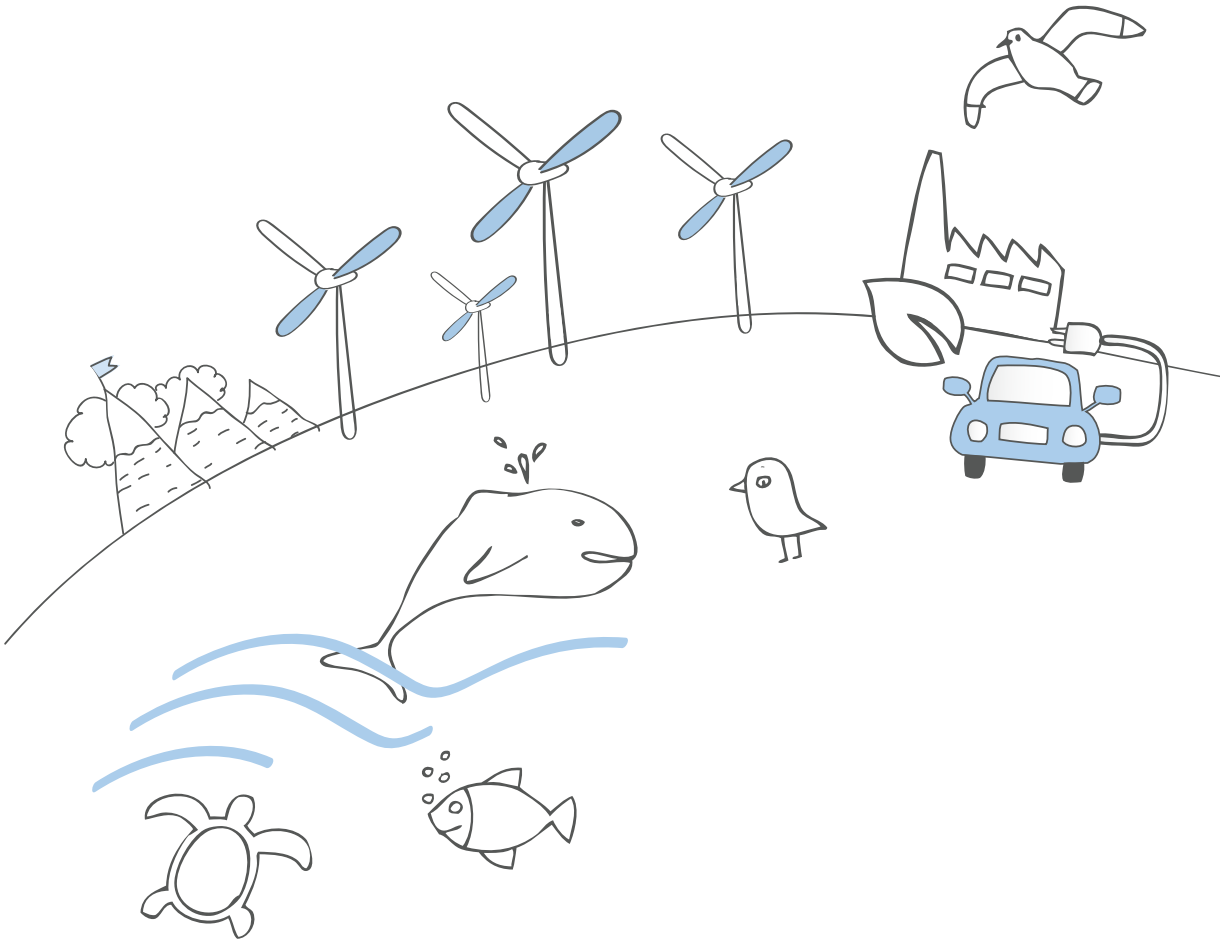
Nexia 24, S.A. es una sociedad unipersonal propiedad al 100% de Grupo Pelayo. La sociedad tiene por objeto social constituir o participar, en concepto de socio accionista, en otras sociedades cuyo ámbito de actividad sea diferente al del Grupo. Entre ellas destacar, a cierre de ejercicio, su participación en Producciones Medioambientales.

Actualmente esta sociedad, se dedica exclusivamente a la producción y comercialización de electricidad a través de fuentes renovables, así como a la promoción y mantenimiento de las instalaciones de energías alternativas.

El resultado de Nexia 24, S.A. antes de impuestos en el ejercicio 2016 ha sido negativo en 0,3 millones de euros.

HITOS CLAVE 2016

En 2016, se ha realizado la desinversión en Arpem Networks y Km. 77.



9. Indicadores GRI

CONTENIDOS BÁSICOS

	INDICADOR	REFERENCIA
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización	10-13
G4-3	Nombre de la organización	15
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes	26-27
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización	Calle Santa Engracia 67-69, Madrid.
G4-6	Países en los que opera la organización	España
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	30
G4-8	Mercados servidos	26-27
G4-9	Tamaño de la organización	8-9
G4-10	Principales características de la plantilla	54
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	61
G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización	64
G4-13	Cambios significativos durante el periodo de reporte	20
G4-14	Cobertura del principio de precaución	37-38
G4-15	Cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado	57, 60-63 y 86-90
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	93
G4-17	Lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización	101-104
G4-18	Proceso de elaboración de la memoria	16
G4-19	Lista de los aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la memoria	17
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización	Los aspectos sobre los que se reporta hacen referencia a las actividades desarrolladas por la Entidad y a los posibles impactos derivados de ellas.
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización	Ver G4-20
G4-22	Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas	No aplica.
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores	No aplica.
G4-24	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización	54, 65, 76, 84
G4-25	Criterios en los que se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	14-17
G4-26	Participación de los grupos de interés	54-84
G4-27	Cuestiones y problemas clave surgidas a raíz de la participación de los grupos de interés y evaluación hecha por la organización	54-84
G4-28	Periodo objeto de la memoria	15
G4-29	Fecha de la última memoria	2015
G4-30	Ciclo de presentación de memorias	Anual
G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria	Presidencia@pelayo.com
G4-32	Opción de conformidad elegida por la organización	No aplica
G4-33	Verificación externa de la memoria	El presente informe no ha sido verificado por una tercera parte.
G4-34	Estructura de gobierno de la organización	31
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización	19 y 40-41

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

	INDICADOR	REFERENCIA
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido	84
G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	En 2016 Pelayo no ha recibido subvenciones económicas de entes del gobierno.

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

	INDICADOR	REFERENCIA
G4-EN1	Materiales utilizados por peso o volumen	92
G4-EN3	Consumo energético interno	92
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental	En 2016, Pelayo no ha sido sancionado por incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.

INDICADORES DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO

	INDICADOR	REFERENCIA
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral	58-59
G4-LA10	Tipo y el alcance de los programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales	58-59
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional	60
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	31-34 y 54-56
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	En 2016 no se ha registrado reclamaciones sobre prácticas laborales.

INDICADORES DE DERECHOS HUMANOS

	INDICADOR	REFERENCIA
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	En 2016 no se han registrado casos de discriminación en materia de derechos humanos.
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos	En 2016 no se han identificado centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos puedan infringirse o estar amenazados.
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación	En 2016 no se han registrado reclamaciones.

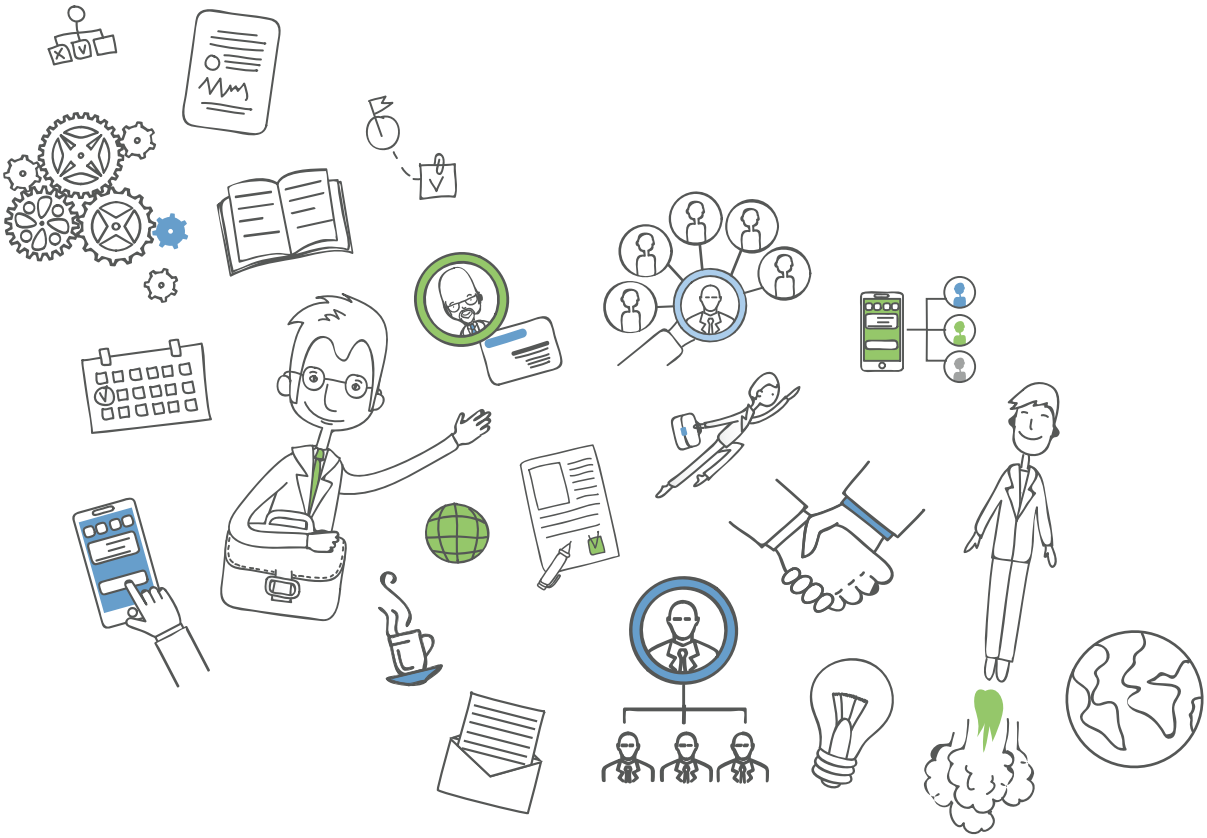
INDICADORES DE DESEMPEÑO EN LA SOCIEDAD

	INDICADOR	REFERENCIA
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales, sus impactos y ubicación	En 2016 no se han identificado impactos negativos sobre las comunidades locales.
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	37-40
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	En 2016 no se han detectado casos de corrupción.
G4-SO7	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas	En 2016 no se han registrado demandas por competencia desleal o prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa	En 2016 no se han registrado multas significativas o sanciones monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa.

INDICADORES SOBRE RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO

	INDICADOR	REFERENCIA
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado	En 2016 no se han registrado incumplimientos relativos a la información y etiquetado de productos.
G4-PR5	Resultados de las encuestas o principales resultados para medir la satisfacción de los clientes	20-21
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes	En 2016 no se han registrado reclamaciones sobre la violación de la privacidad y fuga de datos de clientes
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas por incumplir la normativa o la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	En 2016 no se han recibido sanciones ni multas derivadas del incumplimiento de la normativa o la legislación relativa al suministro de productos o servicios.

10. Dirección Grupo Pelayo



Subdirecciones Generales

JOSÉ IGNACIO DE MIGUEL SÁNCHEZ (07/09/66)

Subdirector General Cambio Estratégico (20/06/91)*
Licenciado Económicas y Empresariales
Actuario de Seguros

FRANCISCO J. LARA MARTÍN (04/11/67)

Subdirector General Corporativo (20/02/98)*
Licenciado Económicas y Empresariales
Auditor de Cuentas

SALVADOR SANCHIDRIÁN DÍAZ (24/02/57)

Subdirector General de Negocio (23/05/01)*
Licenciado Económicas y Empresariales
Auditor de Cuentas

Departamentos

ACTUARIAL Y CONTROL DE NEGOCIO

Belén López Soria (18/04/70)
Directora Actuarial y Control de Negocio (01/10/93)*
Licenciada Económicas y Empresariales
Actuario de Seguros

ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN

José Manuel Domínguez Mesa (03/12/66)
Director Administración y Control de Gestión (22/10/01)*
Licenciado Económicas y Empresariales

ASESORÍA JURÍDICA

Francisco Hernando Díaz-Ambrona (13/04/66)
Director Asesoría Jurídica (01/09/01)*
Abogado

AUDITORÍA INTERNA

Fe Fernández Martín (24/10/68)
Directora Auditoría Interna (07/05/01)*
Licenciada Económicas y Empresariales

CAPITAL HUMANO

Mª José Esteban Luis (27/09/70)
Directora Capital Humano (01/10/94)*
Abogada. MDRRHH

CLIENTES Y OFERTA

Francisco Gómez Alvado (19/03/70)
Director Clientes y Oferta (19/12/13)*
Licenciado Ciencias Económicas
Actuario de Seguros

COMERCIAL

José Vicente Fuertes Martínez (24/08/64)
Director Comercial (15/12/16)*
Licenciado Ciencias Económicas y Empresariales

Mª Cristina Rodríguez Moreno (30/06/70)
Directora de Canal Corredores (01/03/17)*
Abogada

Jesús García Soria (01/04/72)
Director Canal Venta a Distancia (01/09/07)*
Licenciado Ciencias Económicas y Empresariales
Licenciado Derecho
Doctor Marketing. MBA

CONTACT CENTER

Maite Font Grandía (21/05/65)
Directora Contact Center (06/03/00)*
Licenciada Económicas y Empresariales
Actuario de Seguros

FINANCIERO

Jesús María Martín Garrido (10/04/60)
Director Financiero (01/09/89)*
Licenciado Económicas y Empresariales
MADE Auditor de Cuentas

GABINETE PRESIDENCIA

Cristina del Campo Pereiro (18/04/67)
Directora Gabinete Presidencia (02/01/94)*
Licenciada Económicas y Empresariales

MARKETING

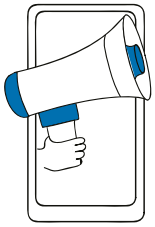
Francisco Cabrero Hidalgo (02/08/74)
Director Marketing (13/01/05)*
Licenciado Publicidad y Marketing
MBA

PRESTACIONES

Juan Antonio Fernández Vicente (24/04/67)
Director Prestaciones (15/02/99)*
Licenciado Económicas y Empresariales. CIA
Máster en Finanzas

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Juan Arechabala Anaya (24/02/68)
Director Tecnologías de la Información (03/09/12)*
Ingeniero Superior de Telecomunicaciones y MSC



Empresas Filiales

AGENCIA CENTRAL DE SEGUROS, S.A.

Alfonso Laso Celada (07/08/64)
Director General (15/07/91)*
Licenciado Derecho

AGROPELAYO SOCIEDAD DE SEGUROS, S.A.

Mª Carmen Bellot Cases (16/11/67)
Directora General (01/10/15)*
Licenciada Derecho

PELAYO VIDA, S.A.

Luis Fariñas García (24/05/66)
Director General (01/11/12)*
Licenciado Marketing

Red Territorial

DIRECCIONES TERRITORIALES COMERCIALES

Jesús Oñoro Ruiz (27/04/68)
Director Territorial Centro (10/06/02)*
Diplomado Empresariales

Carlos Crespo Ariza (07/05/70)
Director Territorial Este (01/09/02)*
Licenciado Administración y Dirección de Empresas
MADE

Francisco Javier Santos Rodríguez (17/09/64)
Director Territorial Norte (11/12/00)*
Licenciado Derecho. MDCM

Antonio Muñoz Herraiz (13/06/66)
Director Territorial Sur (12/07/89)*
Técnico Informática
Diplomado en Seguros

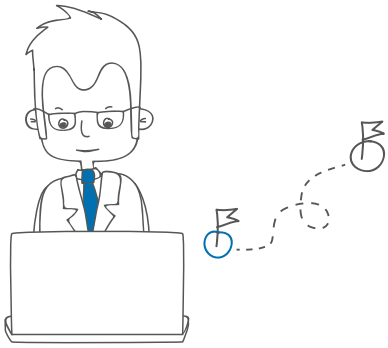
DIRECCIONES TERRITORIALES SINIESTROS

Ángel Fernández Blázquez (10/04/64)
Director Territorial Centro-Norte (01/07/79)*
Diplomado Seguros

Dolores Ibáñez Ondoño (26/10/68)
Directora Territorial Siniestros Sur Este (01/03/17)*
Experto Universitario en Seguros. Corredor Tipo A

*Fecha de incorporación.

11. Oficinas y Boutiques



Pelayo hace realidad sus compromisos de cercanía y calidad a través de sus más de 200 oficinas repartidas por todo el territorio nacional. Gracias a esta importante capilaridad, la compañía es más visible para sus clientes.

Amplia Red de puntos de venta

Oficinas y Boutiques

OFICINAS Y BOUTIQUES DE PELAYO
Oficinas Centrales
C/ Santa Engracia, 67-69
28010 Madrid
915 920 144

Territorial Centro

Boutique Alcalá Henares
Crta. Daganzo, Km 1
28806 Alcalá de Henares
918 887 726

Boutique Aluche
Avda. Padre Piquer, 33
28024 Madrid
915 184 800

Boutique Antonio Leyva
C/ Antonio De Leyva, 31
28019 Madrid
915 655 430

Boutique Carabanchel
C/ Oca, 24
28025 Madrid
914 723 511

Boutique Chamberí
C/ Santa Engracia, 67-69
28010 Madrid
915 920 109

Boutique Ciudad Lineal
C/ Alcalá, 445
28027 Madrid
913 930 185

Boutique Coslada
Avda. Del Plantío, 3
28821 Coslada
916 738 269

Boutique El Carrascal
Avda. Juan Carlos I, 63
28916 Leganés
916 804 325

Boutique Fuenlabrada
C/ Francisco Javier Sauquillo, 45
28944 Fuenlabrada
916 155 167

Boutique Fuenlabrada I
Avda. España, 8
28941 Fuenlabrada
916 150 779

Boutique Fuenlabrada II
C/ Leganés, 44 Bis
28945 Fuenlabrada
916 063 622

Boutique Getafe
Avda. España, 2
28903 Getafe
916 955 633

Boutique Gran Canaria
C/ Venegas, 10. Local 12
35003 Las Palmas de Gran Canaria
928 366 231

Boutique Hortaleza
C/ Gran Vía De Hortaleza, 47
28043 Madrid
913 820 316

Boutique Leganés
C/ Rioja, 19
28915 Leganés
916 878 685

Boutique Móstoles
Avda. De Portugal, 59
28934 Móstoles
916 144 571

Boutique Móstoles I
Avda. Portugal, 21. Local 7
28931 Móstoles
916 453 535

Boutique Móstoles II
C/ Alfonso XII, 6
28934 Móstoles
916 468 204

Boutique Paseo Extremadura
Paseo Extremadura, 122
28011 Madrid
915 262 824

Boutique Pilar
C/ Melchor Fernández Almagro, 40
28029 Madrid
917 389 666

Boutique Sur
C/ Doctor Esquerdo, 199
28007 Madrid
914 339 196

Boutique Tenerife II
C/Puerta Canseco, 71
38003 Santa Cruz de Tenerife
922 206 735

Boutique Torrejón
Avda. Madrid, 26
28850 Torrejón de Ardoz
916 770 922

Boutique Vinateros
C/ Vinateros, 55
28030 Madrid
913 282 137

Boutique Albufera*
Avda. De La Albufera, 139
28038 Madrid
914 781 781

Boutique Alcobendas*
Paseo de la Chopera, 87
28100 Alcobendas
910 830 914

Boutique Aranjuez*
C/ Stuart, 14
28300 Aranjuez
918 090 321

Boutique Arganda*
Avda. Del Ejército, 14
28500 Arganda Del Rey
918 760 055

Boutique Azuqueca*
C/ Río Sorbe, 1
19200 Azuqueca De Henares
949 348 137

Boutique Barrio De Venecia*
C/ San Marcos, 12
28804 Alcalá De Henares
918 789 517

Boutique Boadilla*
Avda. Nuevo Mundo, 7
28660 Boadilla Del Monte
916 326 185

Boutique Bravo Murillo*
C/ Bravo Murillo, 206
28020 Madrid
915 705 295

Boutique Ciudad de los Ángeles*
C/ Alcocer, 30
28041 Madrid
917 985 771

Boutique Complutense*
C/ Vía Complutense, 93
28805 Alcalá De Henares
918 797 288

Boutique Cuéllar*
C/ Juan de Grijalba, 4
40200 Cuéllar
921 142 422

Boutique Cuenca*
C/ Hermanos Becerril, 11
16004 Cuenca
969 228 712

Boutique Delicias*
C/ Delicias, 12
28045 Madrid
915 270 047

Boutique Entrevías*
Avda. Entrevías, 42
28018 Madrid
914 773 561

Boutique Fuencarral*
C/ Ntra. Sra. De Valverde, 78
28034 Madrid
913 340 368

Boutique Galapagar*
Carretera Galapagar a Villalba, 3
28260 Galapagar
918 597 970

Boutique Guadalajara*
C/ Zaragoza, 21
19005 Guadalajara
949 219 109

Boutique Humanes*
C/ Olivo, 3
28970 Humanes
916 040 061

Boutique Illescas*
C/ Sor Livia Alcorta, 8
45200 Illescas
925 512 865

Boutique Las Rozas*
C/ Pocito De Las Nieves, 20
28230 Las Rozas
916 377 411

Boutique Majadahonda*
C/ San Isidro, 23
28220 Majadahonda
916 391 221

Boutique Mejorada*
C/ Ciudad De Atenas, 1
28840 Mejorada Del Campo
916 794 564

Boutique Moratalaz*
Pasaje Orusco, 11.
Local 2, bajo
28030 Madrid
914 946 027

Boutique Navalcarnero*
C/ Libertad, 60,
esq. C/ Alemania, 2
28600 Navalcarnero
918 118 146

Boutique Palomeras*
C/ Pablo Neruda, 50
28038 Madrid
917 785 413

Boutique Parla*
C/ Felipe II, 8 Bis,
esq. C/ Padilla, 8
28982 Parla
916 050 805

Boutique Parque De Cataluña*
Avda. Circunvalación, 7
28850 Torrejón Ardoz
916 773 177

Boutique Pinto*
C/ Santa Teresa, 11
28320 Pinto
916 912 101

Boutique Polvoranca*
Avda. Matadero, 18
28921 Alcorcón
916 440 227

Boutique Pueblo Nuevo*
C/ Francisco Villaespesa, 19
28017 Madrid
912 336 201

Boutique Retamas*
Avda. Retamas, 66
28922 Alcorcón
916 432 822

Boutique Rivas Vaciamadrid*
C/ Cincel, 4. Local
28522 Rivas Vaciamadrid
911 610 085

Boutique S.S. De Los Reyes*
Avda. España, 2
28700 S.S. Reyes
916 538 622

Boutique San Fernando*
C/ Albino P. Ayestarain, 44
28830 San Fernando Henares
916 695 142

Boutique San José De Valderas*
Avda. Libertad-Calle Carballino, 29
28925 Alcorcón
916 429 090

Boutique Santa Virgilia*
C/ Santa Virgilia, 33
28033 Madrid
913 812 122

Boutique Segovia *
C/ Independencia, 7
40002 Segovia
921 462 062

Boutique Talavera*
Avda. Extremadura, 20
45600 Talavera
925 821 984

Boutique Tarancón*
Avda. Juan Carlos I, 68
16400 Tarancón
969 322 412

Boutique Toledo*
C/ Río Boladiez, 38
45007 Toledo
925 264 811

Boutique Torrelodones*
C/ Carlos Picabea, 10
28250 Torrelodones
918 591 267

Boutique Usera*
C/ Antonio López, 150
28026 Madrid
915 000 782

Boutique Valdemoro*
Glorieta Universo, 9
28341 Valdemoro
918 019 096

Boutique Vallecas Villa*
C/ Sierra Morena, 1
28031 Madrid
917 782 462

Boutique Vicálvaro*
C/ Villacarlos, 13 Posterior
28032 Madrid
917 769 945

Boutique Villaviciosa*
Avda. Príncipe De Asturias, 63
28670 Villaviciosa De Odón
916 165 034

Carrefour Alcalá
C/ Federico García Lorca, S/N.
Local 12
28805 Alcalá de Henares
918 026 663

Carrefour Los Ángeles
Avda. de Andalucía, Km 7100
28041 Madrid
917 237 586

Carrefour San Fernando
C.C. Carrefour
Ctra. De Barcelona N II, Km 16
Local B-13
28830 San Fernando de Henares
916 740 909

Territorial Norte

Boutique Asturias
C/ Ezcurdia, 141
33203 Gijón
985 338 188

Boutique Burgos
Avda. Cid Campeador, 7
09003 Burgos
947 208 920

Boutique León
Avda. de la Facultad Veterinaria, 13
24004 León
987 218 794

Boutique Palencia
Avda. Manuel Rivera, 6
34002 Palencia
979 730 919

Boutique Salamanca
Avda. de Portugal, 33-37
37004 Salamanca
923 224 400

Boutique Valladolid
Avda. José Luis Arrese, 5
47014 Valladolid
983 335 068

Boutique Vigo
Avda. de las Camelias, 6
36202 Vigo
986 484 014

Boutique Zamora
C/ Lope de Vega, 10
49013 Zamora
980 519 780

Boutique Aranda*
C/Postas, 23
09400 Aranda de Duero
947 507 171

Boutique Ávila*
Avda. Santa Cruz de Tenerife, 1
05005 Ávila
920 253 027

Boutique Avilés*
C/ Jardines, 2
33401 Avilés
985 523 025

Boutique Barakaldo*
C/ Eguskiagirre, 5
48902 Barakaldo
944 372 359

Boutique Burgos II*
C/ Arzobispo Pérez Platero, 11
09007 Burgos
947 233 567

Boutique Cangas de Morrazo*
Avda. Orense, 33. Bajo A
36940 Cangas de Morrazo
986 302 002

Boutique Cantabria*
C/ Cervantes, 23
39001 Santander
942 348 130

Boutique Chantria*
Avda. Fernández Ladreda, 40
24005 León
987 214 452

Boutique Cies*
Travesía de Vigo, 106
36206 Vigo
986 951 850

Boutique Coruña*
Avda. Finisterre, 30. Bajo
15004 A Coruña
981 266 042

Boutique El Entrego*
C/ Manuel González Vigil, 31
33940 El Entrego
985 660 027

Boutique El Llano *
Avda. del Llano, 22
33209 Gijón
985 142 328

Boutique El Milán*
C/ Ildefonso Sánchez del Río, 3
33001 Oviedo
984 835 023

Boutique Ferrol*
Ctra. de Castilla, 126
15404 Ferrol
981 322 535

* Oficinas de Agencias representantes de Pelayo Mutua de Seguros

Boutique Gijón*
C/ Magnus Blikstad, 30
33207 Gijón
985 171 555

Boutique Irun*
C/ San Pedro, 1. Bajo
20304 Irun
943 244 098

Boutique La Calzada*
Avda. de la Argentina, 62
33213 Gijón
985 316 983

Boutique La Llama*
C/ La Llama, 16. Local 1
39300 Torrelavega
942 880 469

Boutique La Rioja*
Avda. Gran Vía Juan Carlos I, 59
26005 Logroño
941 213 696

Boutique La Rubia*
Carretera Rueda, 9
47008 Valladolid
983 271 218

Boutique Laguna De Duero*
Avda. Madrid, 44
47140 Laguna De Duero
983 544 573

Boutique Las Delicias*
Paseo Juan Carlos I, 9
47013 Valladolid
983 473 413

Boutique León*
C/ Germán Alonso, 1
24008 León
987 807 440

Boutique Los Herrán*
C/ Los Herrán, 1
01004 Vitoria
945 258 469

Boutique Lugo II*
C/ Galicia, 25
27002 Lugo
982 251 006

Boutique Lugo*
C/ Ronda da Muralla, 86
27003 Lugo
982 222 933

Boutique Lugones*
Avda. de Oviedo, 71
33420 Lugones
985 261 307

Boutique Miranda de Ebro*
C/ Ronda del Ferrocarril, 45
09200 Miranda Ebro
947 330 033

Boutique Orense*
C/ Juan XXIII, 1.
Entrada por Progreso
32003 Orense
978 219 830

Boutique Oviedo*
Avda. Hnos. Menéndez Pidal, 34. Bajo
33011 Oviedo
985 203 470

Boutique Pamplona*
C/ Abejeras, 8. Bajo 4
31007 Pamplona
948 270 115

Boutique Panaderos*
C/ Panaderos, 33
47004 Valladolid
983 210 182

Boutique Parquesol*
C/ José Garrote Tebar, 2. Bajo
47014 Valladolid
983 340 049

Boutique Pola de Laviana*
C/ Libertad, 78
33980 Pola de Laviana
985 600 351

Boutique Ponferrada*
Cm de Santiago, 44
24400 Ponferrada
986 428 964

Boutique Ponferrada II*
Avenida de la Puebla , 9. Bajo
24400 Ponferrada
987 036 647

Boutique Ponteareas*
Pl. Do Bugallal, 2
36860 Ponteareas
986 644 178

Boutique Pontevedra*
C/ Augusto González Besada, 14. Bajo
36003 Pontevedra
986 869 554

Boutique Pumarín*
C/ Fernando Villamil, 8
33011 Oviedo
985 113 818

Boutique Ribeira*
Avda. del Malecón, 43. Bajo Izda.
15960 Ribeira
981 972 253

Boutique San Mamés*
C/ María Díaz de Haro, 24
48013 Bilbao
944 394 226

Boutique San Sebastián*
C/ Isabel II, 14
20011 San Sebastián
943 450 507

Boutique San Sebastián II*
C/San Bartolomé, 3
20007 San Sebastián
943 256 464

Boutique Santa Clara*
C/ Santa Clara, 5
47010 Valladolid
983 264 860

Boutique Santiago*
C/ Rapa de Folla, 2
15706 Santiago de Compostela
981 594 625

Boutique Santoña*
C/ Duque de Santoña, 3
39740 Santoña
942 683 707

Boutique Soria*
C/ Santa María, 7
42001 Soria
975 214 111

Boutique Termas*
Avda. de Zamora, 143
32005 Orense
988 604 390

Boutique Torrelavega*
C/ Pepín del Río Gatoo, 2
39300 Torrelavega
942 894 875

Boutique Tudela*
Avda. Zaragoza, 46
31500 Tudela
948 847 710

Boutique Vadillos*
Plaza de los Vadillos, 7
47005 Valladolid
983 512 973

Boutique Verín*
C/ Cancelón, 1. Bajo
32600 Verín
988 411 204

Boutique Vitoria*
C/ Portal de Foronda, 39
01010 Vitoria
945 179 430

Boutique Xinzo de Limia*
Avda. Celanova, 24
32630 Xinzo de Limia
988 688 345

Boutique Zabalgana*
Avda. Zabalgana, 37
01015 Vitoria
945 771 153

Carrefour A Coruña
C.C. Los Rosales
Ronda Outeiro, 419. Local 28-A
15011 A Coruña
981 128 240

Carrefour Burgos
C.C. El Mirador
Crta. Santander, Km 2
Paraje el Montecillo, Local 34
09006 Burgos
947 210 768

Carrefour Santander
C.C. Carrefour Peña Castillo
C/ El Empalme - Peñacastillo, S/N.
Local 41, Barrio San Martín
39011 Santander
942 322 984

Carrefour Valladolid II*
Carrefour Valladolid
C/ Costa Brava, 2
47010 Valladolid
983 260 310

Territorial Sur

Boutique Dos Hermanas
C/ Santa María Magdalena, 97
41701 Dos Hermanas
955 661 185

Boutique Granada II
C/ Neptuno, 1, esq. Camino Ronda
18004 Granada
958 261 530

Boutique Granada
C/ Profesor Francisco Dalmau, 19. Bajo
18013 Granada
958 158 704

Boutique Jerez
Pza. Parque Capuchinos, Bloque 4
11405 Jerez de la Frontera
956 180 587

Boutique La Juncal
Avda. Ramón y Cajal, 41
Edificio Capitol
41005 Sevilla
954 658 905

Boutique Málaga
C/ Alameda de Colón, 11
29001 Málaga
952 601 587

Boutique Ronda
Ronda Pío XII, 2
41008 Sevilla
954 430 320

Boutique Sevilla
Avda. Presidente Adolfo Suárez, 20
41011 Sevilla
954 272 000

Boutique Alcalá de Guadaíra*
Avda. Antonio Mairena, 9
41500 Alcalá de Guadaíra
955 684 994

Boutique Alcázar de San Juan*
C/ Doctor Bonardell, 21
13600 Alcázar de San Juan
926 544 462

Boutique Algeciras*
Avda. Fuerzas Armadas, 13
11202 Algeciras
956 655 248

Boutique Almadén*
C/ Pablo Iglesias, 10
13400 Almadén
926 710 577

Boutique Almendralejo*
Avda. América, 84
06200 Almendralejo
924 984 192

Boutique Almería*
C/ Minero, 9 (entresuelo)
04001 Almería
950 237 508

Boutique Arroyo de la Miel*
C/ Las Flores, 10
29631 Arroyo de la Miel
(Benalmádena)
952 051 866

Boutique Badajoz*
Avda. Damián Téllez Lafuente, 1
06010 Badajoz
924 262 544

Boutique Baza*
Crta. Murcia, 0
18800 Baza
958 860 376

Boutique Cáceres*
Avda. Ruta de Plata, 24
10001 Cáceres
927 231 098

Boutique Cádiz*
C/ Doctor Gómez Plana, 1
11008 Cádiz
956 266 551

Boutique Camas*
Av. 1 de Mayo, edificio 2. Local 9
41900 Camas
955 981 494

Boutique Cazorla*
C/ Martínez Falero, 26. Local 2
23470 Cazorla
953 647 334

Boutique Chiclana*
C/ Virgen del Carmen, 2. Local
11130 Chiclana
956 490 949

Boutique Churriana de la Vega*
C/ San Roque, 24
18194 Churriana de la Vega
958 948 241

Boutique Córdoba*
Paseo de la Victoria, 41
14004 Córdoba
957 047 208

Boutique Córdoba II*
C/ Camino de los Sastres, 6
14004 Córdoba
957 231 995

Boutique Córdoba III*
C/Almendro, 15
14006 Córdoba
957 402 543

Boutique Don Benito*
C/ Villanueva, 7. Bajo Izquierda
06400 Don Benito
924 810 003

Boutique Estepona*
Avda. España, 78
29680 Estepona
952 636 457

Boutique Fuentes de Andalucía*
C/ Nuestra Señora del Carmen, 14
41420 Fuentes de Andalucía
954 837 462

Boutique Guareña*
C/ Pajares, 30
06470 Guareña
924 351 448

Boutique Huelva*
Avda. de Italia, 107-109
21003 Huelva
959 286 208

Boutique Huelva II*
C/Víctor Fuentes Casas. Local
21001 Huelva
959 233 588

Boutique Jaén*
Avda. de Granada, 29
23003 Jaén
953 190 167

Boutique La Campana*
C/ Huertas, 38
41429 La Campana
954 199 174

Boutique La Chana*
Crta. Antigua Málaga, 63
18015 Granada
858 122 485

Boutique La Palma*
C/ Palma, 10
13001 Ciudad Real
926 223 306

Boutique Loja*
C/ Carrera San Agustín, 30
18300 Loja
958 323 063

Boutique Los Tilos*
Paseo de los Tilos, 52
29006 Málaga
952 351 409

Boutique Málaga II*
C/ Maestro Pablo Luna, 3. Local 14
29010 Málaga
952 070 562

Boutique Manzanares*
C/ Virgen de la Paz, 53
13200 Manzanares
926 614 163

Boutique Marbella*
C/ Mercado Edificio Plaza. Local 8
29600 Marbella
952 868 040

Boutique Martos*
Avda. Miraflores, 2
23600 Martos
953 702 981

Boutique Montequinto (Huerta De La Salud)*
Avda. de los Pinos, 20
41089 Dos Hermanas
955 691 166

Boutique Montilla*
C/ Conde de la Cortina, 28
14550 Montilla
957 651 209

Boutique Motril*
Avda. Salobreña, 27
18600 Motril
958 823 780

Boutique Puente Genil*
C/ Manuel de Falla, 5
14500 Puente Genil
957 606 134

Boutique Puertollano*
C/ Muelle, 8
13500 Puertollano
926 430 227

Boutique Salar*
Plaza García Lorca, 11
18310 Salar
958 316 380

Boutique Tomares*
C/ Navarro Caro, 28. Local A
41940 Tomares
854 807 704

Boutique Torre del Mar*
Avda. Antonio Tore Tore, 2
29740 Torre del Mar
951 102 125

Boutique Úbeda*
Avda. de Linares, 18. Bajo E
23400 Úbeda
953 755 792

Boutique Villanueva de la Serena*
C/ Del Romero, 3. Local
(Urbanización Las Mimosas)
06700 Villanueva la Serena
924 849 157

Boutique Zafra*
C/ Gregorio Fernández, 8
06300 Zafra
924 563 278

Boutique Zaidin*
Avda. Don Bosco, 25
18007 Granada
958 818 900

Carrefour Almería I
Avda. Mediterráneo, 244. Local 3
04006 Almería
950 221 073

* Oficinas de Agencias representantes de Pelayo Mutua de Seguros

Carrefour Badajoz
C.C. Carrefour La Granadilla, Avda. José Mª Calcaraz y Alenda, S/N. Local 5
06011 Badajoz
924 262 516

Carrefour Córdoba I (Zahira)
C.C. Carrefour Zahira
Ctra. Madrid Km 400
14014 Córdoba
957 434 159

Carrefour Jerez
C.C. Jerez Norte
Avda. de Europa, S/N. Local 26
11405 Jerez de la Frontera
956 183 680

Carrefour Málaga I (Los Patios)
C.C. Los Patios
Crta. Cádiz Km 241. Local 8
29004 Málaga
952 241 222

Carrefour Mérida
C.C. Carrefour Mérida
Crta. Madrid - Lisboa, S/N
06800 Mérida
924 374 010

Carrefour Puerto
C.C. El Paseo
Crta. Madrid-Cádiz Km 653. Local B39
11500 Puerto de Santa María
956 855 789

Carrefour San Fernando (Cádiz)
C.C. Bahía Sur
C/ Caño Herrera, 29. Local 121
11100 San Fernando
956 883 993

Carrefour San Juan de Aznalfarache
C.C. Carrefour
San Juan de Aznalfarache
Crta. San Juan-Tomares, Km 1
Local 60
41920 San Juan de Aznalfarache
954 769 406

Territorial Este

Boutique Castellón
Avda. Rey Don Jaime, 1
12001 Castellón
964 260 906

Boutique Eixample
C/ Bruc, 124. Local 2
08009 Barcelona
934 767 029

Boutique Elche
Avda. Libertad, 86
03205 Elche
966 673 517

Boutique Les Corts
C/ Entenza, 171, esq. C/ Córcega, 60
08029 Barcelona
933 214 982

Boutique Murcia
Avda. Juan Carlos I, 26,
esq. Avda. Condes de Barcelona, 1
Puerta 5
30007 Murcia
968 243 258

Boutique Palma de Mallorca
C/ General Riera, 59. Local 2
07010 Palma de Mallorca
971 290 081

Boutique Poble Nou
Rambla del Poble Nou, 77-79
08005 Barcelona
934 851 677

Boutique Reus
Pº Prim, 30. Bajos 2
43204 Reus
977 341 454

Boutique Universitas
C/ Vía Universitas, 67
50010 Zaragoza
976 324 192

Boutique Valencia
C/ Jacinto Benavente, 9
46005 Valencia
963 514 749

Boutique Zaragoza
Avda. César Augusta, 4
50004 Zaragoza
976 232 335

Boutique Albacete*
C/ Del Cura, 4
02001 Albacete
967 241 357

Boutique Alfonso XIII*
Paseo Alfonso XIII, 42
30203 Cartagena
968 316 416

Boutique Alicante*
Avda. General Marvá, 24
03004 Alicante
965 213 696

Boutique Avenida Orihuela*
Avda. de Orihuela, 14
03006 Alicante
965 110 752

Boutique Barberá del Vallés*
C/ Marquesos de Barberá, 56
08210 Barberá del Vallés
937 187 307

Boutique Benidorm*
Avda. Alfonso Puchades, 19
complejo residencial Zaragoza
03500 Benidorm
966 806 504

Boutique Blasco Ibáñez*
C/ José María de Haro, 12
46022 Valencia
963 563 055

Boutique El Carmen*
C/ Torre de Romo, 1
30002 Murcia
968 346 002

Boutique Calanda*
Paseo de Calanda, 31
50010 Zaragoza
976 300 840

Boutique Campanar*
Avda. General Avilés, 59
46015 Valencia
963 406 555

Boutique Cartagena*
C/ Alfonso X El Sabio, 22
30204 Cartagena
968 525 121

Boutique Cehegin*
Camino Verde, 25
30430 Cehegin
968 742 663

Boutique Crevillente *
Plaza de Comunidad Valenciana, 3
03330 Crevillente
966 680 407

Boutique Dr. Gregorio Marañón*
C/ Doctor Gregorio Marañón, 2
30008 Murcia
968 271 891

Boutique Esplugues*
C/ Alegría, 30
08950 Esplugues del Llobregat
934 737 423

Boutique Gandía*
Paseo Germanías, 64
46702 Gandía
962 876 656

Boutique Glories*
C/ Cartagena,190
08013 Barcelona
934 860 148

Boutique Gran Vía*
C/ Colombia, 10 (Gran Vía)
03010 Alicante
965 259 318

Boutique Hellín*
C/ Gran Vía, 44
02400 Hellín
967 303 500

Boutique Hospitalet*
Avda. Pau Casals, 2
08901 Hospitalet de Llobregat
933 385 000

Boutique Huesca*
Paseo Ramón y Cajal, 7
22001 Huesca
974 230 906

Boutique Las Fuentes*
Avda. Compromiso de Caspe, 111
50002 Zaragoza
976 423 028

Boutique Lleida*
C/ Francesc Macia, 21
25007 Lleida
973 222 500

Boutique Manresa *
C/ Barcelona, 14
08242 Manresa
938 770 722

Boutique Muntaner*
C/ Muntaner, 90
08011 Barcelona
932 002 283

Boutique Orihuela*
Avda. España, 28
03300 Orihuela
966 744 042

Boutique Paterna*
C/ Castellón, 1
46980 Paterna
961 370 515

Boutique Petrel*
Avda. de Elda, 34
03640 Petrel
965 375 792

Boutique Prat*
Autovía Castelldefels Km. 5
08820 Prat de Llobregat
934 780 348

Boutique Sabadell*
C/ Sant Vicenç, 104
08208 Sabadell
937 265 522

Boutique San Javier*
Calle Barrionuevo, 9
30730 San Javier
968 193 170

Boutique San José*
Avda. Tenor Fleta, 101
50008 Zaragoza
976 499 455

Boutique Sant Feliu*
Ctra. Laureà Miró, 154
08980 Sant Feliu de Llobregat
936 855 051

Boutique Sanllehy*
Avda. Mare de Deu Montserrat, 62
08024 Barcelona
932 841 934

Boutique Sants*
Ctra. de Sants, 266
08028 Barcelona
934 906 998

Boutique Tarragona*
C/Rambla Nova, 106
43001 Tarragona
877 010 123

Boutique Terrassa*
Carretera Martorell, 14
08224 Terrassa
937 880 611

Boutique Torrente*
Avda. Al Vedat, 134
46900 Torrente
961 567 400

Boutique Torres de Cotillas*
C/ La Fábrica, S/N, esq. C/Mayor
30565 Las Torres de Cotillas
968 387 550

Boutique Torre-Pacheco*
C/ Arcipreste de Hita, 4
30700 Torre Pacheco
968 585 330

Boutique Tres Forques*
C/ José Mortes Lerma, 2
46014 Valencia
963 581 319

Boutique Valencia II*
Avda. Primado Reig, 183. Bajos
46020 Valencia
963 625 013

Boutique Vistahermosa*
C/ Pintor Javier Soler, 13
03015 Alicante
965 165 309

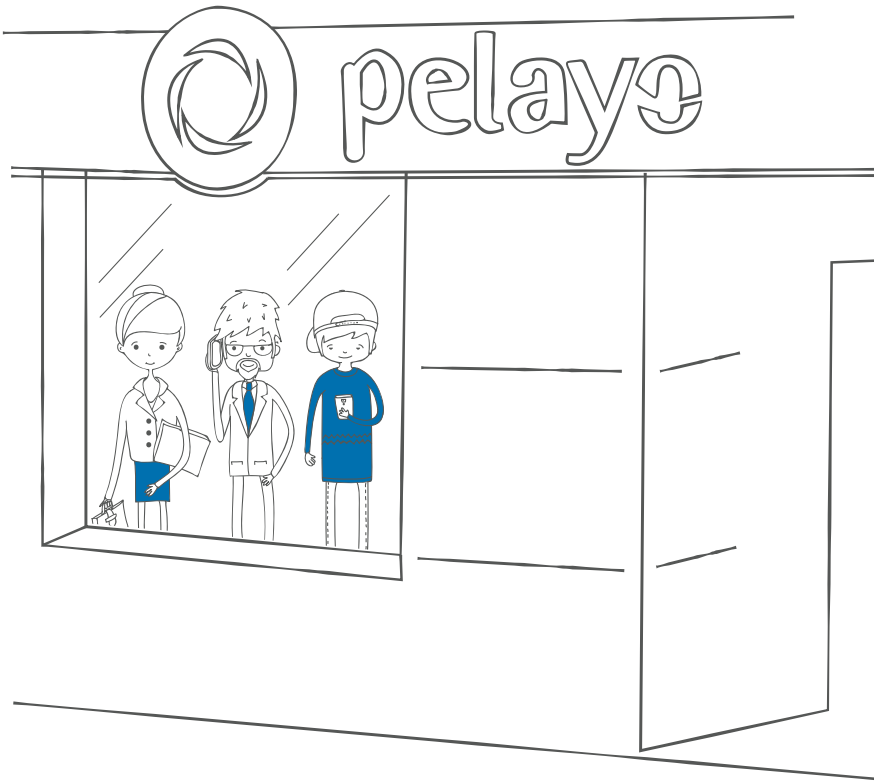
Carrefour El Saler
Autopista de El Saler, 16
46013 Valencia
963 330 121

Carrefour Montigala
C.C. Montigalá
Avda. Comunidad Europea, S/N
08917 Badalona
934 656 138

Carrefour Palma
Avda. General Riera, 152. Local 21
07010 Palma de Mallorca
971 293 310

Carrefour Terrassa
Autopista A-18, Km 17,8. Local 27
08224 Terrassa
937 862 609

Eroski Murcia
C.C. Infante
Avda. Lope de Vega, S/N. Local 8
30011 Murcia
968 254 326



* Oficinas de Agencias representantes de Pelayo Mutua de Seguros

La siguiente información está disponible en:
www.pelayo.com/informacion-corporativa.html

Informe Integrado 2016
Cuentas Anuales 2016
Cuentas Anuales Consolidadas 2016
Informe de Gobierno Corporativo 2016
Comprometidos
Vídeo