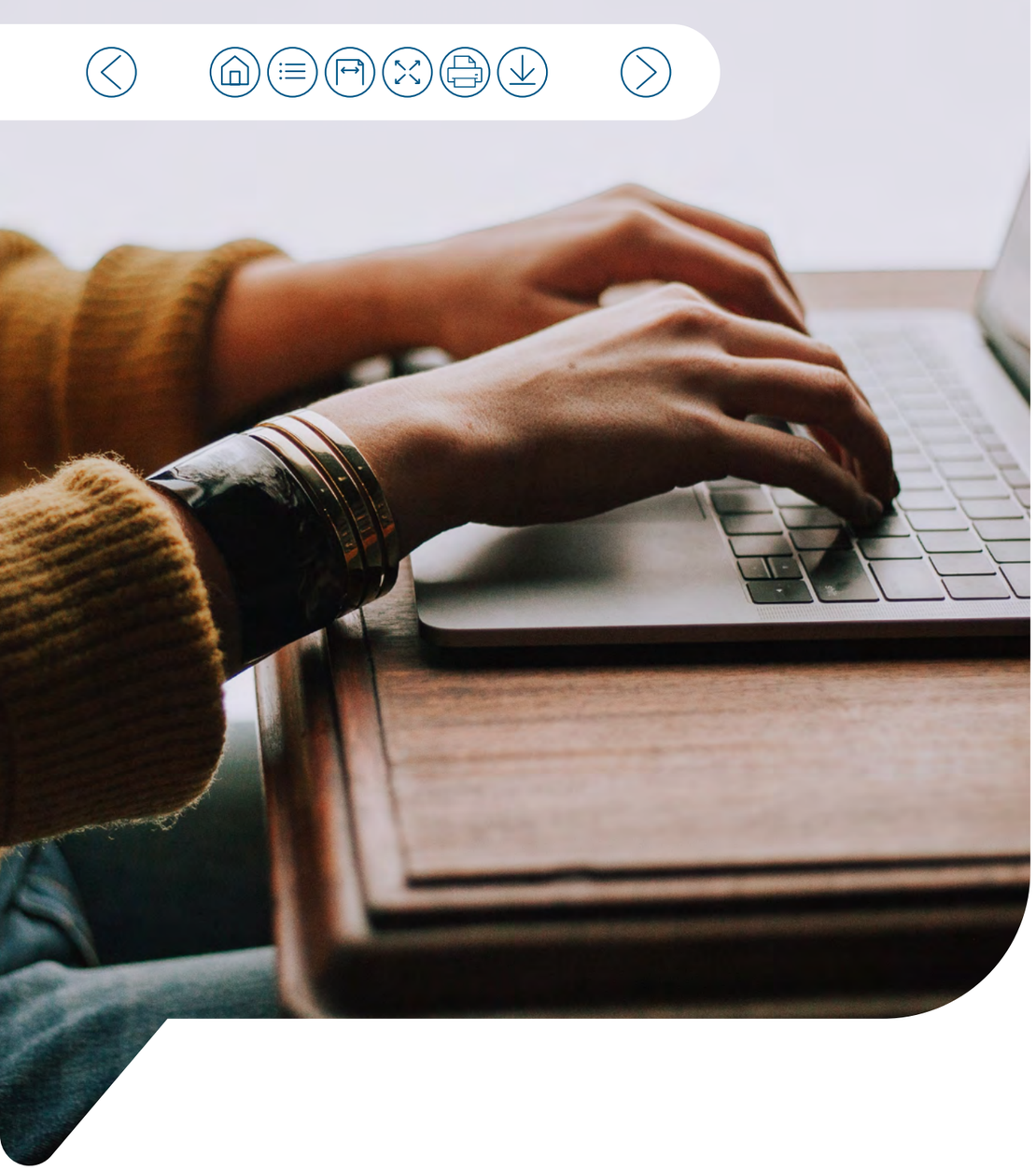
Informe integrado 2021.

pelayo



Índice

1. Consejo de Administración 4
2. Pelayo de un vistazo 8
3. Carta del Presidente 12
4. Pelayo Mutua de Seguros, matriz de Grupo Pelayo 18
   - 4.1. Naturaleza de la entidad 21
   - 4.2. Filiales del Grupo 21
   - 4.3. Antecedentes 24
   - 4.4. Lo que caracteriza a Pelayo 26
   - 4.5. Estrategia corporativa 30
   - 4.6. Modelo de negocio 36
   - 4.7. Responsabilidad Social Corporativa 54
   - 4.8. Premios y reconocimientos 58
5. Buen Gobierno 60
   - 5.1. Estructura de gobierno 63
   - 5.2. Gestión de riesgos 76
   - 5.3. Cumplimiento 81
   - 5.4. Ética y transparencia 84
6. Pelayo en 2021 86
   - 6.1. Entorno de mercado 88
   - 6.2. Resultados económicos y de negocio 90
   - 6.3. El cliente/mutualista: nuestra prioridad 100
   - 6.4. Empleados, el activo más importante para el crecimiento 118
   - 6.5. Relación de calidad con colaboradores y proveedores 139
   - 6.6. Compromiso con la sociedad 161
   - 6.7. Medio ambiente 174
   - 6.8. Hechos posteriores al cierre 179
   - 6.9. Agradecimientos 179
7. Filiales del Grupo Pelayo 180
   - 7.1. Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E. 183
   - 7.2. Agencia Central de Seguros, S.A. 184
   - 7.3. Agropelayo 185
   - 7.4. Pelayo Vida, S.A. 187
   - 7.5. Nexia 24, S.A. 188
   - 7.6. Mutraolivar, S.L. 188
   - 7.7. Pelayo Energías Renovables, S.L. 189
   - 7.8. Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones, S.L. 189
8. Acerca de este informe 190
   - 8.1. Alcance de la información 192
   - 8.2. Estándares Internacionales 192
   - 8.3. Proceso de elaboración del informe 193
9. Indicadores GRI 196
10. Dirección Grupo Pelayo 202
11. Oficinas y Boutiques 206

1.
Consejo de Administración.

1. **Francisco Lara Martín** (04/11/67)
   Presidente (15/03/16)*
   Licenciado en Económicas y Empresariales. Auditor de Cuentas.

2. **Anna M. Birulés Bertran** (28/06/54)
   Vicepresidenta (22/04/10)*
   Doctora en Ciencias Económicas .

3. **Mª Mar Cogollos Paja** (23/01/62)
   Vocal Consejera 1ª (31/03/06)*
   Doctora en Psicología.

4. **Alberto Rodríguez de Lama** (14/03/72)
   Vocal Consejero 2º (14/03/19)*
   Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.

5. **Paloma Beamonte Puga** (01/12/68)
   Vocal Consejera 3ª y Consejera Coordinadora (12/03/15)*
   Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas.

6. **Ángeles Delgado López** (08/12/62)
   Vocal Consejera 4ª (11/03/21)*
   Licenciada en Económicas.

7. **Ruth Duque Santamaría** (15/01/77)
   Vocal Consejera 5ª (12/03/18)*
   Licenciada en Derecho y ADE. Auditora de Cuentas. Inspectora de Seguros del Estado.

8. **Konstantin Sajonia-Coburgo** (05/12/67)
   Vocal Consejero 6º (01/09/19)*
   Licenciado en Ciencias Empresariales Europeas. MBA Especialidad financiera.

9. **Francisco Gómez Alvado** (19/03/70)
   Vocal Consejero 7º (11/03/21)*
   Licenciado en Económicas y Empresariales. Rama Actuarial.

10. **Francisco J. Hernando Díaz-Ambrona** (13/04/66)
    Secretario no Consejero (15/03/16)*
    Abogado.

* Fecha de incorporación al Consejo.

2. Pelayo de un vistazo.

2. Pelayo de un vistazo

Pelayo Mutua de Seguros, matriz de Grupo Pelayo

Fondo mutual
114,6
millones de €

Patrimonio neto
362,4
millones de €

Plan Estratégico 2022-2024

Crecimiento sostenible

Experiencia de cliente

Omnicanalidad

Diversificación

Modelo de negocio

Oferta diversa de seguros

Canales de distribución

Agentes	Corredores	Venta directa	Bancario / otros
50% del negocio	36% del negocio	6% del negocio	8% del negocio

Cartera
1.210.493
pólizas

83,4%
ratio retención

Buen Gobierno

Consejo de Administración

20% de miembros ejecutivos

80% de miembros no ejecutivos

56% de mujeres

Gestión de riesgos.
Cumplimiento.
Ética y transparencia.

Resultados económicos y de negocio

Beneficio después de impuestos
4,97
millones de €

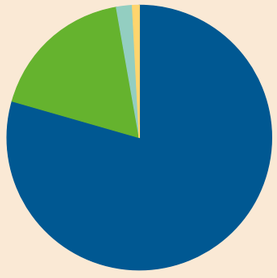
Ingresos por primas
328,8
millones de €

Fondos propios
352,9
millones de €

Ratio de solvencia
2,8
veces el capital de solvencia exigido

Ingresos por primas Grupo
462,5
millones de €

Facturación por ramos



- Autos: 266.232 miles de € — 81,0%
- Patrimoniales: 59.363 miles de € — 18,0%
- Otros seguros: 2.584 miles de € — 0,8%
- Vida: 576 miles de € — 0,2%

El cliente: Nuestra prioridad

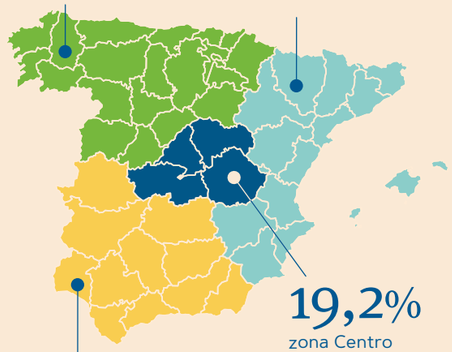
Mutualistas
827.728

Recomendaciones
92,5%
clientes que recomendarían Pelayo

Tomadores de seguros por ramos

Autos	Hogar	Vida	Otros
76,6%	21,1%	2,0%	6,4%

Mapa de distribución de clientes



29,9% zona Norte

27,5% zona Este

19,2% zona Centro

23,4% zona Sur

Empleados: Nuestro activo más importante para el crecimiento

- Empleados Grupo Pelayo: 1.023
- Mujeres en plantilla: 65,0%
- Mujeres en puestos directivos: 38,5%
- Horas de formación por empleado: 23,9
- Inversión en materia de conciliación: 1,4 millones de €

Relación de calidad con colaboradores y proveedores

- Talleres de reparación de vehículos: 13.990
- Centros médicos colaboradores: 652
- Peritos de autos y motos: 158
- Colaboradores de asistencia en el hogar: 154
- Peritos de asistencia en el hogar: 34

Compromiso con la sociedad

- Impuestos soportados: 39,2 millones de €
- Proyectos y actividades sociales: 421 miles de € destinados
- Impuestos recaudados: 46,3 millones de €
- 6 Proyectos de ONG
- 26 Proyectos de empleados

Patrocinio

- Selección española de Fútbol
- Embajadores de marca: Deporte femenino

Iniciativas

retopelayo vida

#PelayoCercadeTi

#DonamosConPelayo

Medio ambiente

20% descenso en los residuos de papel generados

2.166 m³ de consumo de agua en los principales edificios del Grupo

32 toneladas de consumo de papel 100% certificado PEFC

3. Carta del Presidente.

Escribo esta carta por primera vez como Presidente de Pelayo tras relevar en el cargo a José Boada, quien después de 15 años ocupando la Presidencia de la Entidad ha dejado la Mutua al llegar a la edad de jubilación estipulada en los estatutos para los Consejeros Ejecutivos.

Además, por el mismo motivo, también se produjo el relevo en la Vicepresidencia que ocupaba Severino Martinez por Anna M. Birulés Bertran. Quiero manifestar, en primer lugar, mi agradecimiento y consideración por la labor realizada por José y Severino, que han gestionado el Consejo de Administración estos últimos años con gran acierto, aportando todo su esfuerzo y dedicación para que Pelayo se haya consolidado como un proyecto empresarial sólido, dinámico y plenamente preparado para competir en un mercado muy exigente.

Este año 2021 ha venido marcado de nuevo por la pandemia del Covid-19, que ha condicionado toda la actividad y ha obligado a los agentes económicos a adaptarse ante una situación completamente nueva y desconocida hasta el momento. En Pelayo, desde el principio de la pandemia, hemos buscado anticiparnos para tomar las mejores decisiones con el objetivo de asegurar la continuidad en un servicio excelente a nuestros clientes y hacerlo compatible con la seguridad y bienestar de nuestros trabajadores. Por ello, y siguiendo la misma estrategia del año anterior, durante 2021 hemos mantenido las medidas tomadas durante 2020, continuando con la combinación del trabajo presencial y remoto, regulado en función de los indicadores y decisiones tomadas por las autoridades sanitarias.

Para Pelayo es muy importante mantener nuestra presencia en el mercado, y para ello nos esforzamos continuamente en entender cuáles son las necesidades de los clientes y de las personas, buscando su cercanía y su confianza.

Como resumen, podemos decir que en Pelayo durante este año hemos conseguido adaptarnos a un nuevo modelo de trabajo protegiendo a nuestros trabajadores, además de conseguir mantener nuestro nivel de actividad y unos positivos resultados de negocio.

Por otro lado, desde un punto de vista sectorial, aunque es cierto que nuestro sector no se ha visto tan afectado a nivel económico como si lo han hecho otros, la pandemia también ha influido en el sector asegurador español al tener que adaptarse a los nuevos modelos de trabajo previamente mencionados. Sin embargo, el sector ha destacado, como ya lo hizo en otros periodos de crisis, como un sector estable, solvente y maduro, alcanzando unos ingresos por primas a cierre de 2021 de 61.835 millones de euros, según UNESPA.

Analizando los datos de Pelayo, constatamos como se ha seguido avanzando en la diversificación del negocio en el conjunto de No Vida, así como el negocio de vida va cobrando un peso específico creciente en la cartera de nuestros clientes. A ello hay que unir el buen comportamiento en la tasa de fidelización de nuestros clientes, uno de nuestros objetivos principales en este ejercicio tan complejo. Además, hemos demostrado la fortaleza de nuestro negocio pese a las adversidades, ya que a pesar de los continuos retos a los que nos hemos tenido que enfrentar, seguimos manteniendo una solvencia muy por encima de las exigencias regulatorias y hemos logrado ofrecer la normal prestación en los servicios a los clientes, manteniendo nuestros altos estándares de calidad en el servicio. Es para nosotros un orgullo comprobar que aún en las circunstancias tan anómalas que nos han tocado vivir hemos sido capaces de conseguir cumplir los objetivos que nos habíamos marcado.

En Pelayo siempre hemos adaptado los productos a estas necesidades y a lo que el mercado demanda, ofreciendo instrumentos como la Cuenta de Seguros Pelayo, mediante la cual un cliente con más de un seguro se beneficia de importantes descuentos. Además, el "Compromiso Pelayo" es el claro exponente de que somos una aseguradora con confianza en lo que hacemos y que transmitimos seguridad, siendo conscientes de que ello exige trabajar buscando la mejor experiencia para nuestros mutualistas. También nos preocupa conseguir la conexión emocional con los clientes, que buscamos con los patrocinios de la Selección Española de Fútbol, de Sandra Sánchez y del Reto Pelayo Vida, además de las actividades de la Fundación Pelayo, trasladando que somos una marca comprometida e innovadora, en la que siempre se puede confiar.

Asimismo, en Pelayo siempre hemos defendido que nuestro principal activo son las personas, por lo que ponemos el foco en buscar la máxima satisfacción laboral y personal de los empleados. Especialmente en este 2021 cuidar a nuestro personal se ha convertido en una de nuestras prioridades, tratando de ofrecer total seguridad sobre su salud y sobre la continuidad de sus puestos de trabajo, asegurando además la máxima excelencia en su desempeño, y facilitando la conciliación laboral y personal. Muestra de ello son los avances en los modelos de trabajo que ya iniciamos el año anterior. De esta manera, en el *Contact Center*, hemos cambiado el modelo de trabajo, pasando a ser remoto de forma estructural 100% tras poner en marcha un piloto testado durante el año 2020. Además, hemos trabajado en factores clave para la gestión de personas en la distancia, asegurando que el nivel de madurez es compatible con el trabajo en remoto, lo cual ha supuesto para los empleados un incremento en la satisfacción y el compromiso con la empresa, al favorecer la conciliación entre vida laboral y familiar. Asimismo, todos los integrantes de Pelayo han aportado su esfuerzo y capacidad de respuesta ante este desafiante año y han demostrado su compromiso y dedicación, consiguiendo, con su trabajo, actitud y flexibilidad, que el negocio no se resintiera a pesar de las dificultades.

En Pelayo podemos asegurar que hemos conseguido alcanzar una serie de logros realmente importantes. En primer lugar, este año damos por terminado el Plan Estratégico 2019-2021, gracias al cual hemos conseguido impulsar una transformación empresarial y hemos avanzado en la mejora de márgenes, la fidelización de clientes, la implantación de la omnicanalidad y el incremento de la diversificación de nuestro negocio. Precisamente como punta de lanza de esta transformación empresarial hemos evolucionado también nuestra imagen de marca, modernizándola y generando un logo que inspira una imagen más ágil, comprometida y cercana de cara nuestros clientes. Además, estamos orgullosos de cerrar este Plan Trienal con 24 proyectos realizados y 3 macro iniciativas con influencia directa en los objetivos estratégicos del plan.

En conclusión, el cierre del Plan 2019 - 2021 nos ha permitido estar mejor preparados para afrontar con bases más sólidas el nuevo Plan Estratégico 2022 - 2024, ciclo que afrontamos para los próximos tres años con un claro objetivo: el Crecimiento Sostenible.

Por otro lado, y precisamente relacionado con este crecimiento sostenible, hemos podido contribuir a construir un mundo mejor durante 2021 mediante la actividad de la Fundación Pelayo. Llevamos desde 2005 demostrando nuestro fiel compromiso con la sociedad y revirtiendo parte de todos los beneficios que nos aporta y, a pesar de las dificultades, en este ejercicio hemos continuado con el firme objetivo de trabajar por una sociedad más justa y solidaria, apoyando varios proyectos de ONG con especial foco en los niños y jóvenes más desfavorecidos. Sentimos un enorme orgullo de que también los propios empleados de Pelayo den sentido a la Fundación proponiendo proyectos en los que colaboren de manera voluntaria y participando en iniciativas de voluntariado con sus familias. Seguimos impulsando el Reto Pelayo Vida para que mujeres que han superado un cáncer muestren su fortaleza y sus ganas de vivir, participando en aventuras y retos complejos. Este año se ha llevado a cabo el Reto 66 Norte, en el cual cinco mujeres han vivido la aventura del Ártico en su estado más puro, recorriendo más de 2.500 millas náuticas de travesía en los océanos Atlántico y Ártico.

Con la vista ya puesta en el ejercicio 2022, confío en que será un año razonablemente bueno para el sector, pues si bien es un hecho que el entorno económico y geopolítico no permite tener previsiones muy optimistas, es también cierto que la deseable evolución positiva de la pandemia y el consiguiente impacto en la actividad deberá suponer una recuperación en sectores claves de nuestra economía. Además, en nuestro caso concreto, la implantación del nuevo y ambicioso Plan Estratégico 2022-2024 ayudará a que sigamos creciendo con el cliente como foco principal, trabajando para responder a sus demandas y necesidades con la mayor rapidez posible, aplicando la tecnología y la innovación como palancas que nos faciliten su consecución.

Finalmente, termino como empecé, agradeciendo profundamente a mi compañero y antecesor José Boada, por su encomiable labor como Presidente Ejecutivo al cargo de la Mutua durante estos 15 años, así como a Severino Martínez, por su labor como Vicepresidente. Ha sido un honor poder trabajar con ellos y una referencia para todos ver como, día a día, hacían gala de los valores que nos definen en Pelayo, aportando por medio de su ejemplar gestión la evolución y crecimiento de la Mutua.

4. Pelayo Mutua de Seguros, matriz de Grupo Pelayo.

Datos clave 2021

Fondo mutual
114,6
millones de €

Patrimonio neto
362,4
millones de €

Mutualistas
827.728

Visión

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

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.

Valores

Comprometidos.
Ágiles.
Cercanos.

Atributos clave

Pelayo es cercana.

Pelayo es ágil.

Pelayo es compromiso.

Crecimiento sostenible.

Experiencia de cliente

Omnicanalidad

Diversificación

Oferta diversa de seguros

Canales de distribución

Agentes	Corredores	Venta directa	Bancario / otros
50% del negocio	36% del negocio	6% del negocio	8% del negocio

Cartera
1.210.493
pólizas

83,4%
ratio retención

4.1. Naturaleza de la Entidad

Pelayo es una mutua aseguradora, 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 Neto (€)	Número de mutualistas
114.677.006	362.416.842	827.728

4.2. Filiales del Grupo

El Grupo Pelayo está integrado por las sociedades filiales Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E., Agencia Central de Seguros, S.A., Agropelayo Sociedad de Seguros, S.A., Pelayo Vida, S.A., Nexia 24, S.A., Mutraolivar, S.L. y su matriz es Pelayo Mutua de Seguros, que a su vez tiene participación indirecta en las sociedades Pelayo Energías Renovables, S.L. y Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones, S.L.

A lo largo de este Informe se hablará de **Pelayo** o la **Mutua** indistintamente, haciendo referencia a la actividad desarrollada por todo el Grupo. A continuación, se indican los **aspectos clave** de cada sociedad:

Sociedad	Actividad principal	Participación en Pelayo	Número de empleados	Porcentaje sobre el total de los empleados
Pelayo Mutua de Seguros a Prima Fija	Seguros y reaseguros		489	47,80%
Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E.	Actividades auxiliares de seguros	94,95% directo 2,98% indirecto	419	40,96%
Agencia Central de Seguros, S.A.	Mediación de seguros	100%	93	9,09%
Agropelayo Sociedad de Seguros, S.A.	Entidad aseguradora (seguros agrarios)	50,00%	22	2,15%
Pelayo Vida, S.A.	Seguros y reaseguros (seguros de vida)	49,99%	*	
Nexia 24, S.A.	Otras sociedades cuyo ámbito de actividad sea diferente al del Grupo	100%	0	
Mutraolivar, S.L.	Explotación agraria	100%	0	
Pelayo Energías Renovables, S.L.	Energías renovables	75% (indirecta)		
Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones, S.L.	Energías renovables	90% (indirecta)	*	

**Al ser sociedades de participación indirecta o participadas parcialmente no se incluyen sus empleados en el total del Grupo.*

Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E.

Agrupación de Interés Económico constituida en 2015 con el objetivo de proveer servicios especializados y eficientes que den 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, auditoria interna, gestión de riesgos, *pricing*...

Agencia Central de Seguros, S.A.

Filial propiedad al 100% de Grupo Pelayo que se dedica a la **comercialización de seguros** utilizando como canal de distribución sus oficinas propias y las situadas en algunos centros comerciales. Tiene una clara orientación hacia la búsqueda de la calidad en la atención al cliente.

Agropelayo Sociedad de Seguros, S.A.

Sociedad cuya creación culminó en 2016, su vocación es la de situarse como **líder en el sector agrario asegurador**. Agropelayo ocupa una parte destacada de las compañías que conforman el cuadro de coaseguro agrario de la Agrupación Española de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados, S.A., AGROSEGURO; de esta forma ocupa la tercera posición de las compañías con relación a las primas de seguro agrario con un volumen de facturación al cierre de ejercicio 2021 de 133,7 millones de euros.

Pelayo Vida, S.A.

Pelayo Vida, S.A., está participada al 50,01% por Santalucía y al 49,99% 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.

Nexia 24, S.A.

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.

Mutraolivar, S.L.

Sociedad unipersonal propiedad al 100% de Grupo Pelayo. La sociedad tiene por objeto social la explotación de fincas rústicas y urbanas, bien directamente o por arrendamiento.

Pelayo Energías Renovables, S.L.

Pelayo Energías Renovables (75% Nexia 24, S.A. y 25% Cariz, S.L.). La sociedad tiene como objetivo la prestación y realización de toda clase de actividades, trabajos y servicios relacionados con la explotación y producción de energía eléctrica mediante centrales de producción que utilicen energías renovables.

Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones, S.L.

Pelayo Energías Renovables (90% Nexia 24, S.A. y 10% Cariz, S.L.) se ha creado con el objetivo de construir plantas de energía solar. La sociedad tiene como objetivo la prestación y realización de toda clase de actividades, trabajos y servicios relacionados con la explotación y producción de energía eléctrica mediante centrales de producción que utilicen energías renovables.

4.3. Antecedentes

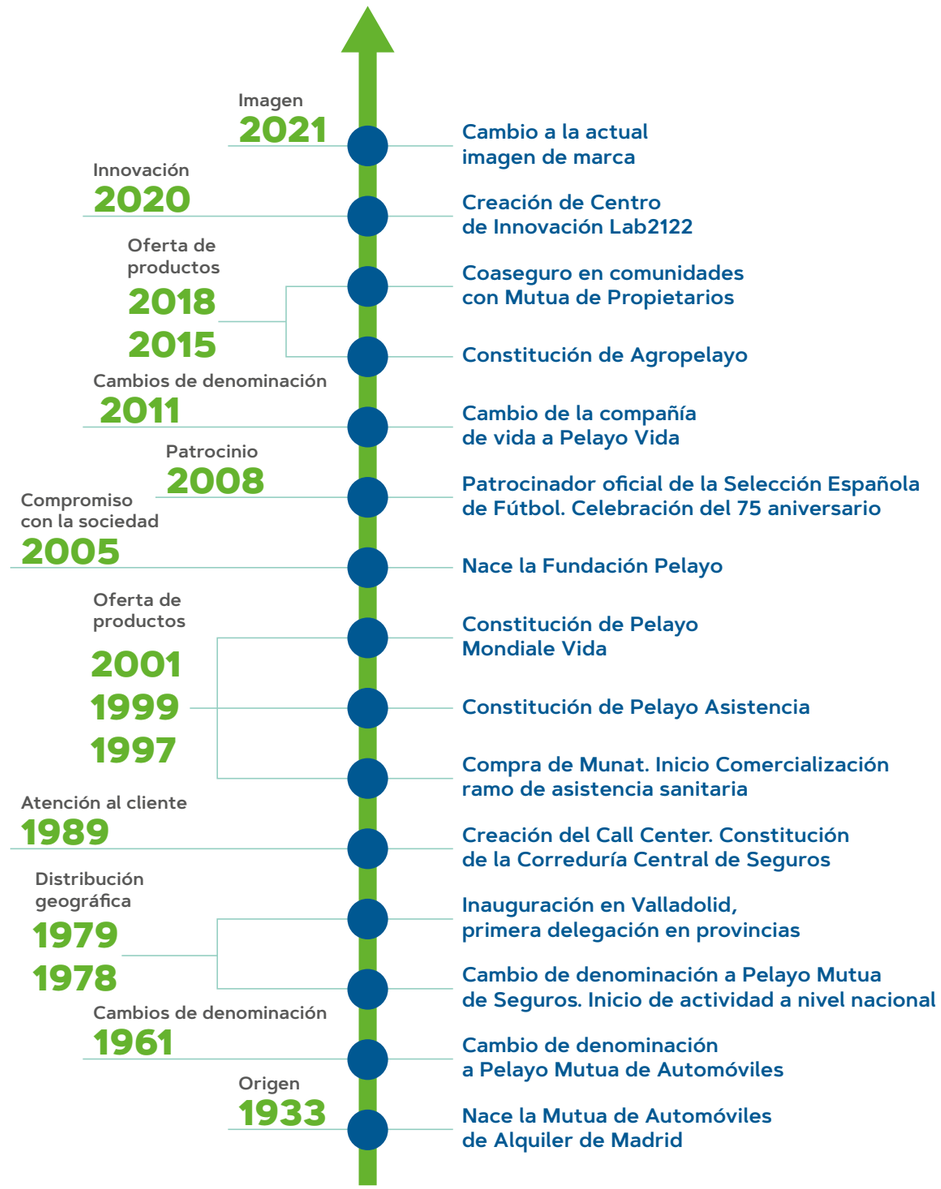
Pelayo Seguros fue constituida, con forma jurídica de Mutua, el **1 de abril de 1933** por un grupo de industriales que destinaban sus vehículos al Servicio Público. El 7 de abril de ese mismo año fueron aprobados los primeros estatutos, a raíz de lo cual comenzó su actividad bajo el nombre de La Mutua de Automóviles de Alquiler de Madrid, cuya sede social estaba ubicada en la Calle Relatores, 13. A lo largo de su historia ha cambiado de denominación dos veces hasta adoptar el nombre actual de Pelayo Mutua de Seguros en 1978.

Con **más de 85 años de experiencia** en el sector de los seguros, Grupo Pelayo ha ido creciendo de forma ininterrumpida y continuada, a la par que evolucionaba la sociedad española y el propio sector asegurador. De esta forma, la Mutua ha ido aumentando su oferta de productos desde el Ramo de autos inicial hasta la diversificación actual con seguros de auto, vida, hogar, comunidades, comercios y agrarios. Junto con la ampliación del Ramo, se ha extendido su presencia en la geografía española: a finales de la década de los 70 fue inaugurada su primera delegación provincial fuera de Madrid y actualmente cuenta con una **amplia red de puntos de venta por todo el país.**

Desde su creación la razón de ser de Pelayo se ha centrado en proporcionar un **servicio de calidad al mutualista,** trabajando para dar respuesta a sus demandas y sus necesidades. En este sentido se han ido creando nuevos canales de contacto y servicio al cliente, convirtiéndose poco a poco en una **aseguradora omnicanal.**

Siguiendo esta tendencia, el año 2021 se ha caracterizado por ser el momento en que Pelayo ha evolucionado su marca, dando respuesta a las nuevas exigencias de los clientes con el objetivo de poner el valor a las personas a través del dialogo y de ese modo seguir avanzado en su propósito de mejorar la experiencia del cliente. Como muestra de ello, la Mutua ha utilizado el eslogan *"En Pelayo todo comienza con un buen diálogo".*

Estos y otros hitos importantes se resumen en el siguiente esquema:



4.4. Lo que caracteriza a Pelayo

Misión, visión y valores

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

Visión

¿Cuál es la aspiración de Pelayo?

Mejorar la experiencia del cliente, siendo reconocido como líder en este campo.

Misión

pelayo

¿Cuál es su propósito?

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.

Valores

¿Qué valores guían el desempeño y la personalidad que conforman Pelayo?

Compromiso

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

Agilidad

Pelayo se adelanta a las necesidades de sus clientes y se adelanta a los cambios del entorno.

Trabaja en poco tiempo y con flexibilidad. Se adapta y lidera el cambio proactivamente.

Cercanía

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.

Propósito de marca Pelayo

En la actualidad, la sociedad se encuentra en una situación de cambio y transformación constante. Existe un nuevo modelo de relación con los clientes, ya que en la actualidad son extremadamente exigentes y, por tanto, comparan y analizan las opciones de compra buscando un producto o un servicio de calidad a un precio competitivo. En este sentido, el **reconocimiento de los atributos de marca** y su rol en la **toma de decisión** es clave.

El cliente busca poder confiar en su seguro y que, en caso de tener que recurrir a él, sea atendido por personas cercanas que entiendan sus necesidades y problemas y que respondan con responsabilidad y calidad en la mayor brevedad posible. En definitiva, ser una Mutua **cercana y de confianza** es una palanca fundamental en el negocio asegurador permitiendo contar con atributos diferenciales dentro del sector y de esta manera fortalecer la fidelización del consumidor.

Pelayo ha construido a lo largo del tiempo una **conexión con sus públicos** basándose precisamente en los pilares fundamentales que emanan de sus atributos de marca. A medida que el mercado, las audiencias y el contexto competitivo plantean nuevos retos, la marca necesita entender su situación actual e identificar nuevas oportunidades que le permitan seguir impulsando su propuesta hacia el futuro. Es así como el posicionamiento y los valores de marca representan la propia esencia de Pelayo y le permiten hablar con una única voz, creando un mensaje más fuerte frente a distintas audiencias. De esta manera, partiendo de las fortalezas construidas por la marca Pelayo hasta el momento, se establecerán las bases estratégicas para impulsar el negocio hacia el futuro.

El apoyo y la inversión sobre la marca Pelayo son claves en la búsqueda de una **marca reconocida y de prestigio** y lo seguirán siendo en el futuro, con un cuidado exigente de la imagen de Pelayo en todos los puntos de encuentro con los clientes. Por otro lado, la exigente explotación del Patrocinio Oficial de la Selección Española de Fútbol resulta importante también en este aspecto, siendo una publicidad cercana que busca compartir emociones y que incide directamente en el reconocimiento de marca.

Por todo ello, desde 2019 se puso en marcha un proyecto para reforzar el propósito de marca Pelayo, un posicionamiento único y diferencial que **pone en valor a las personas** y se materializa a través del **diálogo** como un resultado tangible de la firme apuesta de Pelayo por estar cerca de las personas dando siempre **respuestas claras, reales y directas.**

Pelayo se transforma: la nueva marca pone en valor a las personas a través del diálogo

Evolución y transformación

Partiendo de ese propósito, misión, visión y valores, en 2021 Pelayo ha buscado una respuesta anticipada a las nuevas necesidades de las personas, lo que supone una revolución en la forma de entender los seguros y la relación con los clientes. El objetivo que la Mutua ha perseguido es el de conectar con los clientes, colaboradores y empleados de una forma relevante, poniendo al mismo tiempo en **valor a las personas** a través del diálogo para lograr una mayor fidelización y mejorar la experiencia del cliente, siendo el **principal objetivo el ser reconocido como líder en este campo.**

Como prueba de ello, Pelayo ha tomado las siguientes acciones:

- **Evolución de su marca** en pleno proyecto de transformación, dando respuestas a las nuevas exigencias de los clientes.
- **Desarrollo de una nueva imagen de marca** más moderna y dinámica, para una empresa que sabe dialogar y escuchar.

Este cambio presenta un estilo y una personalidad más cercana, vitalista y dinámica. Así, la nueva identidad es más sólida, transparente y funcional, lo que permite ganar visibilidad a la vez que transmitir su nuevo carácter. Además, este cambio de imagen ha representado la punta de lanza dentro del proceso de transformación de Pelayo, el cual está enmarcado en el plan de negocio trienal para evolucionar hacia un nuevo modelo de relación y ser una Mutua más **ágil, comprometida y cercana poniendo la innovación en el centro de su negocio.**

> En definitiva, el año 2021 ha sido un año de cambios, transformación y en el que poco a poco se ha ido implementando la nueva marca a través de las conversaciones, las personas y el diálogo.

A continuación, se muestran los puntos principales de esta nueva transformación de marca:

Descripción de valor	Liderazgo en el cliente. “En la vida necesitamos saber que hay alguien detrás”.
Posicionamiento de marca	Pelayo afronta el futuro queriendo convertirse en la aseguradora de referencia, estando cerca de las personas y ofreciendo respuestas claras, reales y directas. De este modo, demuestra su capacidad resolutiva, poniendo la innovación en el centro de su negocio y con el claro compromiso de acompañar a clientes y mediadores de principio a fin.
Valores de marca	Cercanía - Agilidad - Compromiso.
Personalidad de marca	Humana - Resolutiva - Cómplice.
Ideas de marca	Pelayo, todo comienza con un buen diálogo. De tú a tú.

Los efectos que se buscan por medio de este cambio se pueden observar a continuación:

- Por medio de esta transformación Pelayo centra su valor del liderazgo en el cliente. Prueba de ello, es la frase ¨En la vida necesitamos saber que hay alguien detrás¨, reflejo de la **relación tan cercana con los clientes.** La Mutua afronta el futuro queriendo convertirse en una aseguradora de referencia, ofreciendo respuestas claras, reales y directas.
- Los valores de marca defendidos por Pelayo se ven reflejados en la cercanía, agilidad y compromiso, atributos con los que se busca la relación de **confianza basada en el diálogo** que vertebra el nuevo Plan Estrategico 2022-2024.
- La personalidad de marca transmite una imagen humana, resolutiva y cómplice. La idea de marca, por medio del eslogan “Pelayo, todo comienza con un buen diálogo. De tú a tú.”, resume la transformación general basada en el diálogo que experimenta la Mutua, evidenciando el foco de este cambio estratégico.

4.5. Estrategia corporativa

El posicionamiento de Pelayo se ha fortalecido gracias al avance de los cuatros ejes estratégicos que conformaban el último Plan Estratégico 2019-2021, con la transformación empresarial en el eje central. La relación de objetivos fijados, beneficios obtenidos como resultado de este Plan Estratégico y sus puntos clave, se muestran en la siguiente tabla:

Objetivos estratégicos	Beneficios conseguidos	Puntos clave
Mejora de márgenes Incrementar beneficios, mejorando márgenes y saneando los negocios deficitarios.	• Mejora de márgenes de acuerdo con los establecido en el Plan Trienal gracias al desprendimiento de negocios deficitarios.	Mejora del ratio combinado.
Clientes Fidelizar a los clientes de mayor valor.	• El valor de los clientes ha ido creciendo en el periodo 2019-2021 y se ha producido una mayor fidelización de clientes de valor (reducción del ratio de bajas).	Evolución positiva del valor del cliente durante el Plan.
Omnicanalidad Cambiar el rol de los diferentes canales, ofreciendo la misma experiencia de cliente de marca exclusiva en los tres canales de Pelayo.	• Se han sentado las bases para desarrollar la omnicanalidad como palanca clave para impulsar un nuevo modelo de relación con el cliente y un nuevo modelo comercial • La implantación del CRM Panthea permite tener trazabilidad para empezar a medir y desarrollar el modelo de omnicanalidad.	Agentes y corredores son los principales canales de clientes.
Diversificación Aumentar la diversificación del negocio, ofreciendo más productos.	• Se ha conseguido aumentar el peso del negocio No Auto por encima de los objetivos marcados. • Se ha avanzado claramente en la estrategia de alianzas para ampliar la oferta de productos y segmentos.	Acuerdos con Santalucia, Asisa, Admiral, Mutua de Propietarios.

Como resultado del Plan Estratégico 2019-2021 se ha conseguido estabilizar la base de clientes, reforzando capacidades tecnológicas y sentando las bases para enfocar un nuevo ciclo, el Plan Estratégico 2022-2024.

El Plan Trianual 2019-2021 ha puesto en marcha diferentes iniciativas para los diferentes objetivos estratégicos:

24 Proyectos finalizados

17 Proyectos en curso

3 Macro iniciativas

Resultando en:

- → **Una mejora de márgenes.**
- → **Una propuesta de valor más diversificada.**
- → **El desarrollo de nuevas capacidades tecnológicas.**

El sector asegurador, ámbito en el que opera Pelayo, destaca por su **madurez y buen comportamiento** durante periodos de crisis. Analizando la tendencia dentro del propio sector, el segmento de **No Vida ha ido ganando peso** impulsado por los Ramos de Salud y Hogar; frente al segmento de Vida que ha disminuido los últimos años, lastrado por la disminución de la capacidad de ahorro.

A nivel sectorial hay una **convergencia en cinco tendencias clave** que están presentes en las reflexiones estratégicas de las principales aseguradoras. En ellas predomina el contexto de transformación tecnológica, el foco en el desarrollo de capacidades analíticas y en la eficiencia aplicada hacia la simplificación de procesos.

El desarrollo del nuevo **Plan Estratégico 2022-2024** debe dar repuesta a los retos que afronta Pelayo (detallados en el apartado "Entorno de mercado") de forma alineada con los objetivos estratégicos definidos.

Objetivo principal

Crecimiento sostenible

→ Captación de nuevos clientes
→ Desarrollo de clientes actuales

Crecimiento en nuevos clientes y desarrollo de la base de clientes existente manteniendo la evolución positiva en márgenes y apostando por la sostenibilidad.

Objetivos instrumentales

- Experiencia de cliente
- Omnicanalidad
- Diversificación

En Pelayo se afronta el ciclo del nuevo Plan Estratégico para los próximos tres años con una clara ambición: el **crecimiento sostenible.** Sobre este eje principal se fundamentan los tres objetivos instrumentales que conforman el marco del nuevo Plan.

- **Experiencia de cliente:** Optimizar la experiencia de clientes para aumentar la vinculación y fidelización, lo que generará mayor rentabilidad por cliente y una mejora de márgenes unitarios.
- **Omnicanalidad:** Transformar el modelo de relación con clientes y el modelo comercial, lo que creará una experiencia homogénea entre canales.
- **Diversificación:** Incorporar nuevas líneas de ingreso que permitan ofertar a los clientes nuevos servicios y productos, tanto aseguradores como no aseguradores, lo que aumentará la fidelización y la facturación.

Para la consecución de estos objetivos, tal como se muestra en la anterior figura, se han definido varios programas que aglutinan las reflexiones y proyectos claves para la evolución de la compañía. Estos programas posteriormente se desarrollan mediante varios proyectos de los cuales se miden resultados e hitos destacables.

En base a la priorización y considerando la capacidad de inversión, se ha fijado un perímetro de 37 iniciativas que sustentan los 7 programas del Plan Estratégico, que aglutinan las reflexiones y proyectos clave para la evolución de la compañía.

1 Marketing y propuesta de valor

Evolución de la propuesta de valor de la compañía y desarrollo de actividades de marketing.

2 Capacidades comerciales

Mejora de las capacidades comerciales en los distintos canales y optimización del proceso de ventas.

3 Experiencia de cliente y mediador

Optimización de la experiencia de clientes y mediadores a lo largo del ciclo de vida del asegurador.

4 Omnicanalidad

Desarrollo de un modelo de relación omnicanal con el cliente (fluidez y congruencia en ramos y canales).

5 Organización y talento

Impulso de capacidades de los empleados y la definición de nuevos modelos de trabajo y gobierno en la compañía.

6 Tecnología, datos y evolución del modelo operativo

Desarrollo de capacidades tecnológicas y analíticas y evolución del modelo operativo para dar respuesta a las necesidades del negocio.

7 Desarrollo corporativo, alianzas e innovación

Desarrollo de acuerdo y alianzas con terceros con el objetivo de fomentar diversificación de la oferta y conseguir mayores niveles de crecimiento.

Con todo ello se trata de mejorar el posicionamiento de Pelayo en un mercado en transformación. El Plan Estratégico se ha adaptado a la nueva situación del mercado provocada por la pandemia, si bien conserva sus objetivos prioritarios, que se enfocan en fidelización, implantar un modelo de omnicanalidad y seguir aumentando la diversificación del negocio. Todo ello manteniendo el objetivo de ser líderes en calidad percibida por el cliente, con un servicio más personalizado, cercano y comprometido, para aumentar la fidelidad.

Estrategias territoriales

Para poder alcanzar los objetivos anteriores, Pelayo tiene que desarrollar iniciativas concretas y hacer seguimiento de los resultados a nivel territorial. Por este motivo, y para optimizar el desempeño de Pelayo en toda la geografía española, se realiza un **análisis de los diferentes territorios** para identificar e implementar acciones concretas, adaptadas a las diferentes realidades y contextos.

La estrategia territorial se basa en el seguimiento de KPIs de actividad y resultado por Ramo en cada zona, con el fin de reaccionar, tanto a nivel de altas como especialmente de retención, a los movimientos de *pricing* que se detectan a través de la red. Los comportamientos sectoriales son muy diferentes para la nueva producción y para la cartera, así como para cada Ramo, lo que requiere **especial atención al mercado.** Por ello, se ha revisado toda la política tarifaria por producto, modalidad, provincia, canal de distribución y tipo de cliente con una vocación recurrente de este tipo de acción. Igualmente, se han reformulado procesos internos de atención al cliente que impactan directamente en una mejor experiencia de la red de distribución facilitando el acceso a la oferta. De forma paralela, mantiene la oferta con un nuevo producto de hogar, un nuevo producto de vida orientado a la mujer, campañas muy proactivas en salud para la red comercial o apostando por el desarrollo del seguro de comunidades y planteándose la oportunidad de introducir nuevos Ramos.

Esta estrategia recoge detalladamente las principales líneas de actuación globales que requieren un desarrollo en cada zona.

Plan de acción transversal

Actividad y plataforma

Contempla el desarrollo de la red, impulsando el crecimiento y consolidación de negocio de la red actual. La prioridad es el crecimiento y desarrollo de la red actual sin perjuicio de los nuevos nombramientos que se puedan realizar.

Efectividad

Se identifican líneas de trabajo para permitir ganar en efectividad y conseguir la adaptación a las necesidades del mercado actual en cada zona y por Ramo. Las medidas implementadas son:

- Ajustes en la tarifa.
- Marco de remuneración flexible.
- Adecuación de filtros por clave y canal que afecten a la tarificación.
- Revisión de los procesos de tarificación, para garantizar el correcto uso de las herramientas y detectar posibles GAPS.
- Formación en técnicas de venta con foco en el cierre de las operaciones.

Retención

El mantenimiento de la cartera ha sido y es la prioridad en el escenario actual. Se han activado nuevos modelos de retención sobre el valor del cliente.

Se han tomado medidas específicas para clientes y negocios con buen resultado.

Desarrollo a nivel provincial

Las anteriores iniciativas y líneas de actuación derivadas de la estrategia se pretenden desarrollar y concretar a nivel provincial teniendo en cuenta la situación de cada una de ellas y los objetivos a alcanzar, entre los que se contempla el crecimiento basado en la mejora de cuota por provincia en línea con la de la Entidad.

Se diferencian provincias con buenos resultados de forma recurrente, de aquellas provincias donde sigue siendo necesario mantener el proceso que garantice una mejora del resultado.

Provincias con buen resultado → **Potenciación y medidas de desarrollo.**

Provincias con mal resultado → **Revisión de plataforma y situación actual y orientación a la mejora de su resultado con foco en calidad más que en la cantidad.**

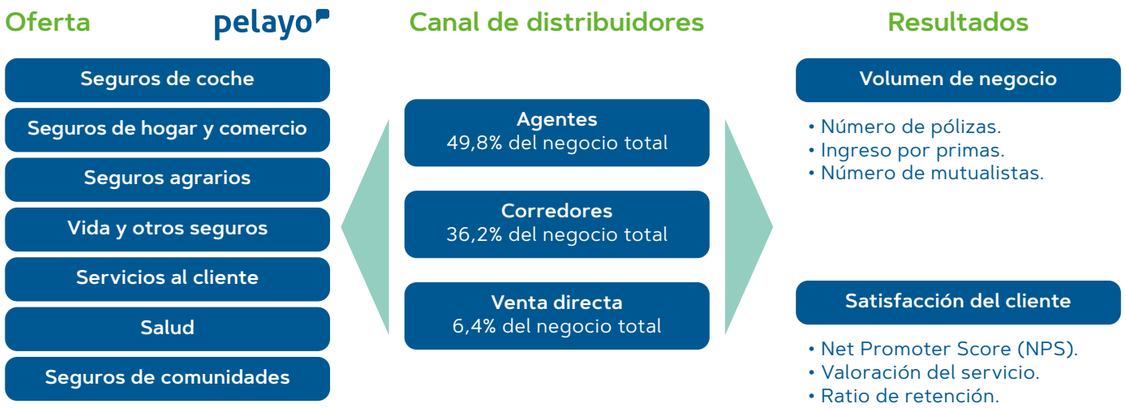
No obstante, el desarrollo del negocio en cada provincia gira sobre la **actuación y estrategia de cada canal en concreto.** La prioridad es evolucionar la red actual en base a una estrategia de segmentación por volumen, rentabilidad y diversificación, lo que determinará el margen de actuación del que dispondrá el corredor, así como procesos especiales para mediadores seleccionados. La red evoluciona hacia un modelo mixto orientado a provincia que sea más eficiente y permita mayor cobertura en el seguimiento y la atención.

Los pasos hacia la omnicanalidad deberán suponer para Pelayo, para sus redes y para los clientes, indudables ventajas en cuanto a especialización y personalización del enfoque comercial de cada canal hacia el cliente específico. La mejora de los sistemas y de la tecnología será la palanca clave para poder acometer con garantía el desarrollo de cada una de las zonas del territorio.

4.6. Modelo de negocio

Desde su origen en 1933, y a lo largo de toda su existencia, el **modelo de negocio** de Pelayo ha ido evolucionando y adaptándose a los requerimientos de sus clientes y de su entorno, basándose en una estrategia conservadora enfocada en garantizar su capacidad de crecer de forma rentable y ofreciendo **productos y servicios de alta calidad a los clientes.**

Actualmente, Pelayo aborda sus objetivos estratégicos mediante un modelo de negocio basado en la **experiencia del cliente, la omnicanalidad y la diversificación**.



*7,6% en otros canales: Bancario, Distribución y acuerdos especiales

Oferta

Pelayo oferta sus productos para que los clientes valoren a la Mutua y la perciban con cercanía y como una aliada en los momentos más difíciles. Por esta razón, se mantiene la estrategia establecida en años anteriores relacionada con ofrecer al mercado y a sus clientes una **completa y competitiva cartera de productos** junto a servicios aseguradores de valor añadido. A esto se le añade una lista de **soluciones diversificadas** y diferenciadas que dan respuesta a la más amplia variedad de demandas y a las **necesidades reales** de los clientes, lo que permite mantener una destacada posición competitiva en todos los Ramos.

La gama de productos de Pelayo **no sólo contempla los seguros de automóviles,** donde ha demostrado a lo largo de los años su compromiso por mantener y mejorar su posición frente a otras aseguradoras, sino que la **experiencia adquirida** en este Ramo ha permitido ofrecer una amplia gama de productos **orientada a diferentes perfiles y segmentos,** con garantías y atributos dirigidos y adaptados a su actividad en el caso de profesionales y a su situación personal en el caso de particulares.

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:** Terceros básico, terceros con cobertura de lunas, terceros combinado, todo riesgo con franquicia y todo riesgo.
- **Para moto:** Moto básico, seguro de moto junto con incendio y robo y seguros para ciclomotores.

Seguros de hogar y comercio.

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 y seguros que cubren los locales comerciales.

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

En 2019 Pelayo lanzó una nueva gama hogar con el principal objetivo de conseguir adaptar los servicios ofrecidos a las peculiaridades del cliente y las características de cada vivienda.

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 estos tienen a su cargo.

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

Pelayo cuenta con una **innovadora gama de seguros de hogar** que ha sido diseñada con el fin de disponer de un producto más flexible, donde poder adecuar la oferta a las necesidades de cada cliente y características de cada vivienda. De la misma forma, se ofrece también protección a través de una **selección de productos** en los Ramos de **comercio y oficinas, pymes, accidentes individuales y colectivos, responsabilidad civil y seguros para el cazador y pescador.** Adicionalmente, se dispone de seguros en los Ramos de **comunidades de propietarios y en salud,** donde se ofrece una oferta de productos de referencia en el mercado gracias a los acuerdos de colaboración mantenidos con Mutua de Propietarios y ASISA.

En el **Ramo de autos** se ha continuado trabajando en la mejora del producto, revisando los procesos y operativas con el objetivo de ofrecer la mejor oferta y servicio a los asegurados, así como el mejor precio y producto para aquellos clientes que quieren contratar una nueva póliza con Pelayo. De esta forma, se busca ofrecer una solución adaptada a las necesidades de cada cliente analizando sus características y su historial de siniestralidad, pudiendo ofrecer así el precio más competitivo posible. Además, durante 2021 se ha desarrollado el segmento de automóviles eléctricos para estimular y potenciar su compra con el objetivo de sumar esfuerzos hacia un crecimiento. Pelayo sigue trabajando en las funcionalidades del nuevo *front* de contratación de autos, permitiendo una oferta de productos más flexible, que contempla el posicionamiento y la tenencia de Ramos de los clientes, que facilita una oferta multiramo adaptada a sus necesidades. Además, la Mutua sigue desarrollando y potenciando la contratación de las pólizas a través de procesos de firma digital.

En el **producto de hogar** es también importante que los clientes sientan la protección y la cercanía que Pelayo les puede brindar ante las posibles dificultades y percances que puedan ocurrir en sus viviendas, y más teniendo en cuenta que 2021 ha seguido planteando innumerables retos y desafíos a raíz de la pandemia de Covid-19 por la que los clientes se han visto obligados a permanecer mucho tiempo en sus viviendas. Por ello, ha sido transcendental en esta situación sentir la rápida respuesta y la cercanía por parte de la Mutua. En este sentido, la gama de seguros de hogar de Pelayo permite ofrecer un producto más flexible, que se adecúa a las necesidades de cada cliente y características de cada vivienda mediante la inclusión de garantías opcionales, contando además con la garantía del Compromiso a tiempo. Por último, cabría recalcar también las herramientas y procesos dentro del Ramo de hogar que se han desarrollado a lo largo de 2021, avanzando en la adecuada selección de riesgos.

El **Ramo de comercio** tiene un papel muy importante en la diversificación del negocio de patrimoniales y en la apuesta por el crecimiento y la rentabilidad. Comercio Compromiso, es la oferta de productos destinada a proteger los locales comerciales y su actividad como negocio, un producto de amplias garantías y novedosos servicios de valor, que se adapta a las necesidades de protección de los clientes que desarrollan su negocio en locales comerciales. Este Comercio Compromiso también se comercializa y dirige a nuestros corredores a través de una herramienta específicamente diseñada para ellos y que permite ofrecer servicios como el Manitas, la asistencia informática o el novedoso de Marketing Web para ayudar a los clientes a promocionar sus negocios.

Por último, el **seguro de comunidades** tiene por objeto garantizar las necesidades de cobertura de los edificios en propiedad horizontal o vertical. Para ello, Pelayo cuenta con el producto "Comunidades Compromiso" que se estructura en tres modalidades, *Basic*, *Complet* y *Plus*. De esta forma, se consigue adaptar la oferta a las necesidades de cada comunidad, pudiendo elegir las garantías que mejor se ajustan a las características del edificio y todo ello con la opción a incorporar servicios adicionales que aportan un valor añadido. Este producto cuenta también con los Compromisos A Tiempo de Pelayo, garantizando al cliente unos niveles de servicio en función a la urgencia del siniestro y compensándole en caso de incumplimiento de alguno de ellos. Este producto es gestionado a través de un acuerdo en coaseguro con Mutua de Propietarios, lo que garantiza a Pelayo disponer de una oferta de referencia en el mercado.

Cuenta de Seguros Pelayo

Además de disponer de esta amplia oferta de productos, Pelayo sigue desarrollando y potenciando herramientas que fomentan la diversificación entre sus clientes como es la **Cuenta de Seguros Pelayo.**

La Mutua ayuda a Juntar, Ahorrar y Fraccionar a través del programa. La Cuenta de Seguros Pelayo, con más de 65.000 clientes, es la herramienta principal para contribuir al desarrollo de los clientes más vinculados a través de **beneficios exclusivos.**

Los clientes que contratan este servicio, además de gozar de importantes descuentos, tienen las **tasas de abandono más reducidas** en comparación al resto de clientes, lo que demuestra su **alto grado de fidelización.**

Además de las **ventajas en precio**, la Cuenta de Seguros Pelayo, permite a los mutualistas el **mensualizar y agrupar todos los recibos de las pólizas** que pertenecen al programa para su mayor comodidad. Todo gracias a su vinculación.

El actual entorno del mercado asegurador está sufriendo transformaciones profundas en sus modelos de distribución, en sus propuestas de servicios, en la oferta de productos, en la forma de seleccionar y tarificar los riesgos o en las maneras de contactar con los clientes. El modelo de negocio de Pelayo apuesta por competir con las bazas de la excelencia en la **calidad de servicio** y el **trato personalizado** con el cliente.

La Mutua está **comprometida** y trabaja día a día para mejorar todos los productos **revisando procesos y operativas,** con el objetivo de dar una oferta atractiva y soluciones a los asegurados al mejor precio. De esta forma, se trata de ofrecer una **solución adaptada a las necesidades** de los mutualistas gracias al análisis de sus características y de su historial de siniestralidad, lo que permite facilitarles un **precio competitivo** que es consecuencia de las características particulares de cada uno de ellos.

Además, en Pelayo se entiende la calidad del servicio como un **compromiso claro, tangible y medible con sus clientes.** Todos los clientes de Pelayo tienen, a través del Certificado de Garantía, el Compromiso 1:24:72 de autos y el Compromiso a tiempo de hogar y comercios, unos niveles de servicio garantizados.

Compromisos Pelayo

compromiso pelayo

compromiso a tiempo

cláusula 1:24:72

Dentro del Ramo de automóviles, y bajo el amparo de la **Cláusula 1:24:72**, se garantiza un nivel de servicio que se considera necesario y mínimo en determinados aspectos de la prestación especialmente valorados por los clientes, tal como se recoge en los informes de satisfacción de cliente. Por este motivo, Pelayo se compromete al envío de grúas en el plazo máximo de una hora, a prestar el servicio de peritos en 24 horas y a 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.

Otra muestra del compromiso de Pelayo con sus clientes es el **Compromiso a tiempo** en todos los productos de hogar, comercio y comunidades, a través del cual Pelayo se compromete a prestar un nivel de servicio excelente y de manera rápida y eficaz.

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

El **trato personalizado** en Pelayo se traduce, por una parte, a través del ofrecimiento de un precio justo para cada perfil de clientes y para conseguirlo se utilizan las técnicas de *pricing* más avanzadas tanto en la captación de nuevos clientes como en el precio de renovación de los clientes existentes. El trato personalizado también se traslada a la confección de los productos a demanda.

Adaptarse a las **necesidades cambiantes de los clientes** resulta clave a la hora de desarrollar nuevos productos. Este año, además de los estudios de mercado recurrentes, se han realizado estudios con clientes para conocer sus opiniones concretas y cómo valoran la inclusión de determinadas coberturas y servicios. De esta manera, se han identificado sus preferencias para que el diseño de la oferta de productos esté perfectamente alineado con sus expectativas y necesidades.

Para la **fijación de los precios** de los seguros ofertados, la compañía emplea las técnicas más avanzadas, trabajando en la continua sofisticación de los procesos de evaluación de riesgos y generación de tarifas que más se adecúan a los diferentes perfiles de clientes. En este proceso Pelayo complementa la información de los riesgos con variables adicionales procedentes de fuentes de datos externos, lo que permite ajustar los precios aún más a la realidad de cada uno de los clientes en los productos que tiene contratados.

Nuevos productos

En 2021, Pelayo ha implantado herramientas y mejorado diversos procesos dentro del Ramo de hogar con el objetivo de avanzar en una adecuada selección de los riesgos. Esta evolución, propiciará una oferta más competitiva y con un mejor resultado para la Mutua.

En el Ramo de autos, y como evolución al nuevo front de contratación en el que se ampliaron las posibilidades de *up-selling*, permitiendo una oferta de productos más flexible y facilitando una oferta multiramo adaptada a las necesidades de los clientes de la Mutua, se ha desarrollado dentro del mismo entorno, la gestión de las modificaciones en la cartera. Este avance, permitirá una gestión del Ramo más eficaz y en un entorno más amigable tanto para las oficinas de Pelayo como mediadores.

De igual forma y dentro del **compromiso de Pelayo con la sostenibilidad**, en el Ramo de autos se ha desarrollado el segmento de **vehículos eléctricos**, con el objetivo de favorecer la compra y utilización de dichos vehículos gracias a una oferta más competitiva desde el punto de vista del precio y con atributos y coberturas directamente relacionadas con la utilización de estos vehículos.

Gracias a la adopción de un Sistema Integrado de Gestión llamado plataforma SISnet Hogar, el Ramo del hogar ha sido el primero en el que Pelayo ha podido desarrollar nuevos productos para ofertar a los clientes de la compañía. Este sistema ha permitido incorporar un tratamiento de la suscripción de los riesgos más sofisticados y disponer de una oferta que goza de mayor flexibilidad, con mayores garantías y servicios adaptados a las necesidades de los clientes.

Canales de distribución

Pelayo se ha ido adaptando a los requerimientos de los clientes finales con firme propósito de evolucionar de un modelo multicanal a un modelo de **omnicanalidad.** No se persigue cambiar el modelo de compra del cliente sino adaptarse a él apoyando a los colaboradores de la Mutua en este proceso, es decir, **entender la distribución** no desde el canal, sino **desde el cliente final,** en sentido inverso a como usualmente se había entendido. El objetivo es mantener e incrementar el volumen de negocio creciendo "a lo ancho" sobre el actual fondo de comercio, adaptándose a los **nuevos hábitos del consumidor** y a la necesidad de **homogeneizar la experiencia del cliente** con la marca. Es por ello imprescindible para Pelayo:

- **Poner el foco en el cliente** para poder abordar desde ahí todo el proceso comercial que conlleva. El propio canal debe seguir teniendo un papel clave, pero sin perder de vista que era poco fiable y realista no participar y compartir la experiencia del cliente con el resto de los canales.
- **Compartir datos de los clientes de manera interna** para que la **omnicanalidad** tome su **fuerza** en los canales de distribución, disponiendo la aseguradora y el canal de toda la información relevante tanto de venta como de postventa, acciones comerciales, contactos, histórico, etc.
- En este campo de la omnicanalidad, existe todo un amplio abanico de oportunidades, razón por la que Pelayo ha realizado una **gran apuesta tecnológica, incorporando uno de los mejores *CRM*** *(Customer Relationship Management)* existentes en el mercado que da consistencia al modelo comercial que se ha implantado desde hace años y que dota de una fortaleza inmejorable al proceso de ventas. **El *CRM* es la clave** de esta apuesta que ya se encuentra activa en el canal agencial. Asimismo, ya se está utilizando por otras áreas de la empresa directamente vinculadas a la experiencia del cliente como son Contact Center, Prestaciones y Marketing y Clientes.
- La apuesta por la digitalización tiene ya un primer hito con la incorporación de la firma digital plenamente operativa en los Ramos de autos y hogar.

Como se puede observar en el gráfico de la derecha, los pesos en la distribución del negocio total de la Mutua dependiendo de los canales son diferentes. Sin embargo, estos continúan manteniéndose muy estables conforme a los años anteriores, con un claro predominio del canal mediado, donde prevalece el mediador de seguros, agente y corredor como un canal decisivo en la captación de negocio.

Canal dominio

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 propia entidad. Este canal representa el 49,8% del negocio total de la Mutua, gracias a la aportación de:

Agencia Central de Seguros: 35 tiendas operativas.

Agentes con imagen: 264 puntos de venta (179 agentes).

Agentes sin imagen: 232 agentes.

Canal de venta directa

A través de este canal se gestiona toda la venta no presencial de la compañía, utilizándose la comercialización telefónica y la venta *online* como herramientas. Este canal representa el 6,4% del negocio total de la Mutua.

Canal no dominio

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 36,2% del negocio total de la Mutua.

Grandes cuentas y acuerdos de distribución

Respecto a los acuerdos de distribución, la Entidad ha seguido potenciando y fomentando las sinergias ya existentes en estos acuerdos como una línea de desarrollo comercial.

En referencia a las Grandes Cuentas, en 2021 se ha apostado especialmente por aumentar su margen de beneficio, y por apoyarles en los momentos más duros del confinamiento.

*7,6% en otros canales: Bancario, Distribución y acuerdos especiales

A continuación, se puede observar un breve análisis estos canales más relevantes, así como algún apunte sobre las tareas que realizan:

Mediador

Se está evidenciando como un canal **esencial** debido a su metodología, información, palancas específicas y sobre todo su actitud ya que continúa siendo la referencia clave de sus clientes. Hablar de mediadores es hablar de socios ante el cliente y, por tanto, de **relaciones estables** en las cuales el proveedor, el distribuidor y el consumidor encuentren satisfacción a sus necesidades. La rotación de mediadores es mínima en Pelayo, lo que evidencia el alto grado de confianza que existe respecto a la propuesta de valor que se comparte dentro del respeto absoluto a los diferentes modelos de relación existentes.

En 2021 se mantuvieron los diferentes programas de incentivos para mediadores basados en la consecución de los tres objetivos estratégicos principales: **Experiencia del cliente, Omnicanalidad y Diversificación, Rentabilidad y Diversificación**. Estos programas de incentivación para mediadores en el actual entorno están reorientándose hacia eventos formativos, comunicación de estrategias corporativas y participación en talleres donde se tratan aspectos de mejora. En esta línea, se celebran encuentros con mediadores en cada una de las gerencias territoriales.

Agente

Centra su actividad en la **venta presencial**, haciendo de la capilaridad de red y de la capacidad de asesoramiento personal sus puntos fuertes. Pelayo es consciente de que en la mayor parte de los casos el cliente que acude a las agencias a contratar un servicio ya ha comparado precios y coberturas por accesos a distancia (teléfono/internet), por lo que orienta las herramientas de contratación y los modelos comerciales a gestionar una venta presencial, tanto con el cliente actual como con el potencial. Además, cada vez es mayor el peso de las gestiones comerciales realizadas por teléfono desde las agencias, por lo que durante el 2021 se ha continuado trabajando en este aspecto, contando la red con las habilidades y herramientas necesarias para este tipo de venta a distancia. Sin lugar a duda, esta adaptación al nuevo perfil de cliente omnicanal será también un punto relevante.

Esta pandemia está cambiando los modos de compra y también está asentando a los mejores profesionales como referencia en la compra de seguros. Además, hay hueco y sitio para la venta no presencial desde el modelo actual, ya que todos tienen que **cambiar y adaptarse a los procesos comerciales**. Por ello, Pelayo está sumergido especialmente a través de la red agencial incorporando RRSS, acciones de venta telefónica, promociones locales, etc., que mantengan viva la actividad comercial y el contacto con el cliente. El reto de la Mutua es minimizar el conflicto de canales y apostar por el desarrollo del cliente en el canal que él elija.

Corredor

Busca una mayor **diversificación** del negocio partiendo del buen posicionamiento en autos. La estrategia se ha centrado muy especialmente en 2021 en generar margen y en depurar los malos riesgos. A partir de ahí se ha realizado una apuesta clara por la calidad del riesgo y la racionalización de los costes de adquisición, buscando precisamente esa mayor diversidad dentro del negocio.

Impulso a la innovación

Para Pelayo la innovación y la transformación empresarial no se basa exclusivamente en la tecnología; para transformar una empresa hay que **transformar a la vez la cultura y las personas** que trabajan en la compañía, siendo necesario un trabajo paralelo, organizado y conjunto de todos los departamentos que conforman el área de Innovación y Medios. Sobre esta idea es, precisamente, donde se asienta la filosofía de trabajo colaborativo, ágil y transversal que Pelayo está implantando y, fruto de ello, son diferentes los departamentos de la Mutua los que están involucrados en esta profunda iniciativa.

Tecnología

Gestionando el *core* asegurador, los canales digitales de la Mutua, la arquitectura y el gobierno de la tecnología, las infraestructuras tecnológicas y el dato.

Personas y Cultura

Gestionando la organización eficiente de Pelayo, el talento, la cultura, prevención y riesgos laborales, relaciones laborales y servicios a empleados.

Contact Center

Gestionando los servicios de contacto de la Mutua, así como un catálogo de servicios y operaciones relacionados.

Oficina de Transformación Digital

Facilitando el proceso de transformación de Pelayo, impulsando, apoyando y organizando las acciones encaminadas a ese objetivo.

Planificación y Gobierno

Gestionando el core asegurador, los canales digitales de la Mutua, la arquitectura y el gobierno de la tecnología, las infraestructuras tecnológicas y el dato.

Con esta estructura se refuerza el vínculo existente en Pelayo entre la **innovación** y la **transformación** empresarial y entre las personas y la cultura empresarial, alineándose con los objetivos del Plan Estratégico. Asimismo, esta estructura se sincroniza con los objetivos de mejorar la experiencia del cliente, estimular la omnicanalidad y la diversificación.

Basándose en esta visión global tanto de innovación como de transformación empresarial, en el siguiente esquema se pueden observar los **puntos principales**, que más tarde serán analizados, de este característico impulso a la innovación llevado a cabo por la Mutua.

Transversalidad y transformación cultural: Durante 2021 el despliegue del **Plan de Transformación Cultural**, definido y lanzado en el ejercicio anterior, se ha consolidado como palanca fundamental para contribuir a los objetivos estratégicos de Pelayo a través de las personas. El objetivo principal durante 2021 ha sido romper barreras y cimentar las bases de la Transformación Cultural hacia el nuevo Pelayo. Para ello, la Mutua se ha focalizado en una serie de objetivos intermedios:

- Crear un marco de pensamiento y acción basado en la **agilidad** (orientación a productos, equipos expertos transversales, aceptación del error y transparencia) capacitando y dando herramientas en agilidad a las personas.
- Comenzar a romper silos, mediante la ejecución de **iniciativas transversales**, creando el campo de experimentación para la consolidación de esos nuevos modelos de trabajo que trascienden la organización actual; los propios equipos viralizan y hacen tangible el éxito de estas prácticas.
- Crear un nuevo modelo de relación con el **empleado alineado con la marca** que se quiere proyectar, fortaleciendo el ámbito de la comunicación, fomentando la corresponsabilidad y rompiendo barreras que permitan ser mucho más eficientes.

Ejes de la transformación cultural

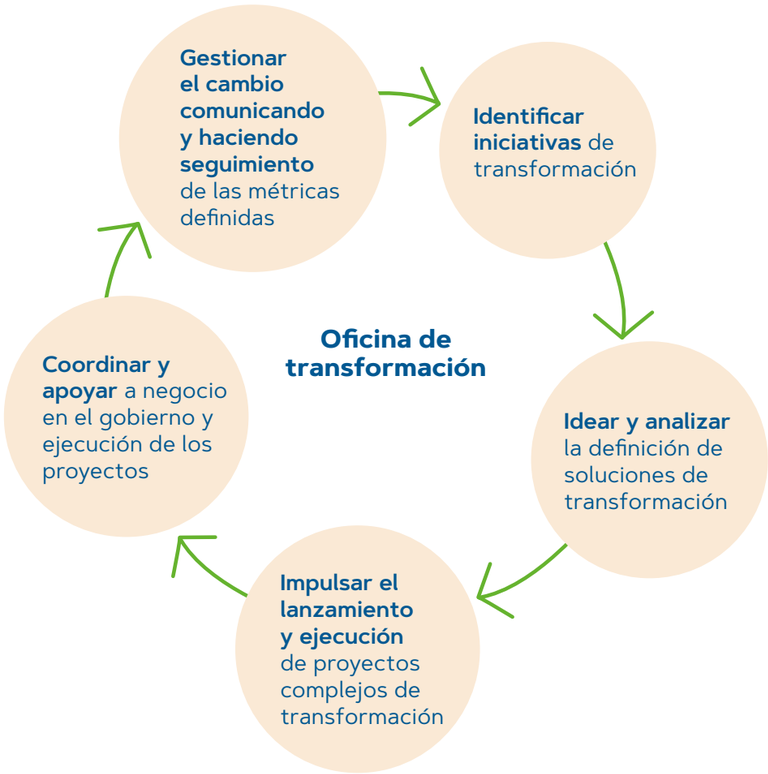
La transformación cultural en Pelayo se concreta a través de un Plan que se asienta en cuatro ejes:

- **Cultura ágil:** Se ha identificado un perfil de empleado Pelayo ágil y un modelo de liderazgo propio, mediante los cuales se construye un mapa de talento que se actualiza continuamente.
- **Viralización de la cultura ágil:** Permite activar la experiencia de empleado Pelayo de forma alineada con la marca, a través de iniciativas y acciones tangibles. En 2021 se trabajó en el marco cultural que debe ser referente para todas las iniciativas de viralización de la transformación cultural.
- **Trabajo adaptativo:** Permite contar con distintos modelos de trabajo en función de las necesidades y de los recursos disponibles, ofreciendo un estilo de vida integrado. En 2021 se implantó en *Contact Center*, el modelo de trabajo 100% en remoto.
- **Nuevo modelo de Personas y Cultura:** Permite hacer una oferta de valor mucho más adaptada a las necesidades de cada empleado. En 2020 se identificaron las necesidades y propuestas de la organización con respecto a los servicios ofrecidos desde Personas y Cultura a la plantilla, que han sido perfilados en 2021.

El Plan se articula como un gran proyecto estratégico gestionado con **metodologías ágiles** y se impulsa desde Personas y Cultura a través de los líderes de la transformación cultural. Son personas con responsabilidades importantes en distintos ámbitos de la organización (Comercial, Prestaciones, *Contact Center* o Marketing y Clientes), que lideran cada una de las iniciativas y que cuentan además con embajadores del cambio. Dichos embajadores son 25 personas de toda la organización, con características muy diversas por edad, ubicación, responsabilidad, función, antigüedad, etc. Además, estos cuentan con un perfil de empleado ágil y una buena visión, participando en los equipos de trabajo de cada proyecto.

Esta línea de transformación cultural se inició en 2020 y durante 2021 se han reforzado por medio del **Plan de Comunicación Interna** dentro del área de Innovación y Medios, que a través de herramientas como *newsletter*, desayunos para el intercambio de opiniones, eventos retrasmitidos en *streaming*, y toda una labor de divulgación de los avances en términos de cultura e innovación que se producen en el área, busca profundizar en ese cambio cultural y consolidar las nuevas formas de trabajar, comunicar y relacionarse en Pelayo.

Oficina de Transformación: Surge dentro del área de Innovación y Medios como palanca para facilitar el proceso de transformación de Pelayo, impulsando, apoyando y organizando las acciones de transformación digital. Con el objetivo de promover el cambio en Pelayo y fortalecer el ecosistema emprendedor a la vez que se incrementa la eficiencia, aumenta la competitividad y mejora la experiencia del cliente, la Oficina de Transformación se apoya en las siguientes palancas:



Proyectos destacados: Por su relevancia dentro del Plan Estratégico cabe destacar algunos proyectos que se enmarcan en el Plan de Transformación Digital de Pelayo:

Panthea

Se constituye como la plataforma sobre la que se organizan y confluyen la mayoría de los procesos relacionados con los clientes en Pelayo. Panthea, como proyecto vertebrador del proceso de transformación, nació con una ambición y objetivos muy claros:

- Ser el escenario sobre el que construir y desarrollar el modelo omnicanal.
- Poner al cliente en el centro de todas las operaciones.
- Visión 360º REAL, recogiendo todas las interacciones con el cliente.
- Incrementar la productividad de la red comercial.
- Aumentar las ventas y la retención.
- Incrementar la satisfacción del cliente mejorando la personalización y la eficiencia en el servicio de atención.
- Mejorar la eficiencia en la comunicación.
- Disponer de cuadros de mando y capacidad analítica.

Digitalización

Se ha implantado la firma digital de pólizas y proyectos, así como la entrega del *Welcome Pack* a los clientes de la Mutua mediante mail o SMS. Se reduce con ello el tiempo en los consumibles y en general, mejora el proceso de contratación, incorporando con el gestor documental unificado, seguridad y eficiencia.

Plan de modernización de siniestros

Este programa de proyectos ha permitido iniciar el uso de la inteligencia artificial para la identificación y valoración de daños en los vehículos; incorporar la videoperitación para el Ramo de hogar, reduciendo las interactuaciones directas y dando con ello seguridad a los clientes. Además, de la mano de Panthea, dicho plan permite facilitar los servicios adicionales mediante la red de colaboradores a los asegurados para aquellos eventos que no cubre una póliza de seguros.

Robotización de procesos (RPA)

Se han automatizado decenas de procesos repetitivos, incorporando además esta tecnología a nuevos proyectos como un elemento más de agilidad y de eficiencia.

Plan de rentabilidad hogar

En este ámbito se ha puesto el foco en la selección de riesgos, segmentando mejor los criterios y enriqueciendo los datos de la contratación mediante bases externas.

ChatBot de voz

Durante 2021 se ha llevado a cabo unos de los proyectos más ambiciosos del sector asegurador en términos de gestión de la relación con el cliente, desarrollando un *ChatBot* de voz. Permite a los clientes de Pelayo realizar determinadas gestiones relativas a sus pólizas, como consultar información sobre oficinas, solicitar información sobre recibos, solicitar documentación, realizar modificaciones sencillas en sus pólizas, realizar el alta de sus siniestros del hogar o realizar consultas posteriores sobre los mismos. El proyecto se realiza en un contexto en el que las tecnologías exponenciales presentan una oportunidad de mejora en eficiencia a través de la automatización de determinados procesos, lo que permite reducir riesgos en un futuro ante la posible indisponibilidad del factor humano en la prestación del servicio. Además, contribuirá a mejorar los costes y la eficiencia de las aplicaciones y procesos.

Seguridad de la información: Por otro lado, se ha puesto el foco en realizar **mejoras en las herramientas de trabajo de tecnología**. Concretamente, se han actualizado los marcos de trabajo con los que se desarrollan tanto las aplicaciones frontales como las aplicaciones de *backend* para adecuarlas a las versiones más recientes con una mayor seguridad en el trabajo del área. También se ha comenzado el despliegue de la cultura DevOps con el objetivo de proporcionar a Pelayo una mayor agilidad y velocidad en la entrega de productos, así como una mayor calidad del servicio. Para ello la Mutua contará en las etapas del ciclo de vida de las aplicaciones con equipos más alineados y participativos a la par que menos estancos, consolidándose estos durante 2022.

El impulso a la transformación digital de Pelayo y la implantación de herramientas colaborativas han supuesto un **antes y un después en la forma de trabajar,** afectando a la visión del rol determinante de la tecnología y del área de Innovación y Medios en la actividad diaria de la Mutua. Además, ambos hechos han sido acompañados por el plan de seguridad que garantiza la actividad y la salvaguarda de la información manejada.

Plan Director de Seguridad

En el ámbito del Plan Director de Seguridad, se han impulsado tres líneas que abordan la seguridad y la **ciberseguridad:**

- **Formación y concienciación** del 100% de los empleados.
- **Incremento de la seguridad del puesto de trabajo** con nueva plataforma de navegación y movilidad.
- Incremento en la **Gestión de Eventos de Seguridad e Información (SIEM)**, realizando un análisis riguroso en tiempo real de los datos obtenidos de los distintos sistemas de información, con la finalidad de revelar las amenazas y violaciones de las políticas de seguridad de la Mutua a través de un Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) que dotan a Pelayo de la capacidad de anticipar, detectar y responder a amenazas, y mitigar los riesgos de forma preventiva.

Innovación colaborativa: Pelayo considera la innovación colaborativa como una oportunidad para poder acceder a múltiples fórmulas para innovar y ser más competitivos en el mercado, por lo que **colabora con diferentes *partners*** tecnológicos y metodológicos. En este sentido, Pelayo sigue trabajando en el área de alianzas a través de la que impulsa, dirige y desarrolla acuerdos estratégicos con algunos de estos *partners* para extender esta relación más allá de lo que es meramente la prestación de servicios. Gracias a ello la Mutua puede beneficiarse de la experiencia y *know-how* de estos *partners* en determinados ámbitos y aspectos de la transformación y la innovación.

Ejemplos de Innovación Colaborativa

A continuación, se destacan algunos ejemplos de colaboración:

- **Vass:** Colabora con Pelayo para dinamizar el mapa de comportamientos de liderazgo, poniendo a su disposición 50 licencias y acompañamiento en su despliegue, para un programa de formación online sobre temas digitales.
- **AT:** A través de su filial Digital Wolves ha contribuido a desarrollar un proyecto de nuevo modelo de liderazgo operativo para Pelayo, como parte del plan de transformación cultural.
- **Paradigma:** Ha participado en la construcción del nuevo Modelo de trabajo adaptativo de la compañía, colaborando en la elaboración de su plan de comunicación e implantación.
- **Fujitsu:** Ha compartido con Pelayo su modelo de empoderamiento a las mujeres en las organizaciones a través de la iniciativa *"I am remarkable"*.
- **Microsoft:** Se ha creado un grupo de expertos que permite avanzar en el uso y posibilidades de las herramientas colaborativas del paquete Microsoft en términos de comunicación con empleados, uso de las herramientas colaborativas y mejora en la eficiencia.
- **Vodafone:** Pone a disposición de Pelayo el uso de una bolsa que permite financiar una prueba de concepto con los empleados de nuevas iniciativas en innovación.

Lab2122: Otro de los puntos a tener en cuenta es la innovación radical surgida en 2020 por medio del Lab2122. Este ***Hub* de innovación** ha continuado siendo en 2021 el centro de exploración encargado de indentificar tendencias y oportunidades que permiten alcanzar nuevos segmentos, modelos de negocio y propuestas de valor innovadoras en el sector de los seguros. Adicionalmente, Lab2122 ha presentado **60 ideas** conjugando aspectos del sector asegurador, **nuevas tecnologías**, tendencias de los hábitos de consumo, etc. De este *pool* de ideas presentadas, 12 de ellas se han desarrollado en prototipos. Se han creado aplicaciones, software, y validado ideas disruptivas, teniendo en cuenta la posible intencionalidad de aceptación de éstas con potenciales usuarios. Además, algunos de los

prototipos con resultados exitosos se están implementando actualmente en Pelayo, como, por ejemplo, la cotización de seguros de auto a través de *Whatsapp*.

Otra de las aportaciones de este centro de exploración es su identificación de compañías con un alto índice innovador como las **startups**, identificando a más de 300 de ellas a nivel mundial en los sectores de Insutech, Fintech, Proptech, Mobility, E-health… Además, el Lab2122 ha sido una fuente de inspiración gracias a las **investigaciones** que se desarrollan y comparten con Pelayo, constituyendo un elemento de apoyo y colaboración en el diseño de la estrategia de la Mutua. El estudio y análisis que ejecutan sobre las iniciativas digitales que están desempeñando otras aseguradoras en el mercado, y la identificación de stakeholders relevantes en el ecosistema (asociaciones y grupos de inversión especializados en Insurtech) otorgan una visión amplia del sector aplicable en proyectos de innovación incremental.

Adicionalmente, el centro de exploración de Pelayo ha llamado la atención de los **medios**, destacando en concreto la apuesta de Pelayo en el área de Innovación. El objetivo para los próximos 5-7 años es que los proyectos derivados del Lab2122 generen un 25% de los ingresos de Pelayo.

Perspectivas de futuro: En cuanto a las perspectivas a corto plazo, Pelayo cree que **2022** será el año en el que se **consoliden las principales inversiones** en innovación aplicada a negocio, tanto en procesos como en servicios de atención al cliente. Además, la Mutua considera que la inteligencia artificial se va a convertir en la pieza clave que permitirá a Pelayo avanzar en el ámbito de la innovación aplicada con el objetivo de ser más eficiente y ágil en la respuesta al mercado y al negocio. Por ello, se consolidarán las inversiones en tecnologías exponenciales como:

Bigdata

El uso masivo de datos, la aplicación de inteligencia al contrastar los resultados de algoritmos con la realidad y el reentrenamiento del modelo con las conclusiones obtenidas está ayudando ya a Pelayo en los modelos predictivos de fraude. No obstante, existen múltiples casos para extender su uso como, por ejemplo, aquellos relacionados con conocer el patrón siniestral del cliente, mejora en la selección de tarifa, predecir el comportamiento de compra de los clientes, su propensión a la fuga, etc.

Inteligencia artificial y *Machine Learning*

Avanzar en utilizar los bots como formas para mejorar y optimizar procesos, así como para mejorar el tiempo de respuesta y resolución de problemas con clientes y usuarios.

Blockchain

Analizar nuevos casos de uso relacionados con *Smart contracts*, transacciones que requieran la certificación del dato, o transacciones que requieran un intermediario.

Internet de las cosas

Utilizar Internet como vía para crecer en el ámbito de la interrelación con el cliente, sus hábitos de uso o consumo, la anticipación a sus necesidades e incluso el seguimiento de todos los sensores de cara a facilitar la prevención del riesgo, todo ello con el objetivo de tratar de evitar la ocurrencia del siniestro. En este eje conviven las tecnologías de inteligencia artificial con *Machine Learning*, facilitando la interrelación de los sensores y facilitando su explotación ágil a través de las líneas 5G.

En otro orden de cosas, Pelayo ha elaborado un dossier para participar en la asignación de fondos europeos *NextGenerationEU*, para la financiación de proyectos de Digitalización con el objetivo, entre otros, de fomentar la digitalización y modernización de la cadena de valor de la industria aseguradora en torno a procesos de contratación, gestión de prestaciones y otras interacciones mediante un uso intensivo de canales digitales y online.

Resultados

El desempeño está relacionado con su **presencia en el mercado** y con la forma en que determinadas **variables** impactan en sus **resultados**. Cabe destacar como principales variables de su desempeño el volumen de pólizas, las primas, las tasas de siniestralidad, los costes medios, los gastos de gestión y su solvencia. Además, la gestión de las inversiones supone otro elemento relevante en el marco de sus resultados.

Mutualistas

827.728

Pólizas

1.210.493

Primas emitidas

328.755

miles de €

Resultado

4.971

miles de €

Para más información sobre resultados correspondientes al ejercicio 2021 ver el apartado resultados económicos y de negocio.

4.7. Responsabilidad Social Corporativa

La apuesta por la Responsabilidad Social Corporativa en Pelayo persigue el desarrollo responsable de la actividad del Grupo en relación con todos sus grupos de interés.

Fruto de ello en 2015 se redactó la **primera Memoria de RSC** de la compañía, bajo los criterios del reconocido estándar del **Global Reporting Initiative.** En 2017 Pelayo fue un paso más allá con la elaboración de una **Política de Responsabilidad Social Corporativa**, que fue revisada en julio de 2020 y que busca establecer un marco de referencia corporativo en su relación con los distintos grupos de interés y demostrar en la actividad diaria compromiso con los valores de la empresa.

Todas las prácticas de Gobierno Corporativo de Pelayo están orientadas a la **creación de valor económico y social** sostenido en el tiempo, que permita salvaguardar el interés de los mutualistas optimizando su impacto positivo sobre el conjunto de la sociedad.

Además, esta política tiene otros objetivos dentro de Pelayo:

- Favorecer la sostenibilidad en la empresa.
- Contribuir a la consecución de los objetivos marcados en el Plan Estratégico.
- Contribuir a la mejora de la reputación de la marca Pelayo.
- Establecer relaciones estables, a largo plazo y basadas en el beneficio mutuo, con todos los colaboradores y clientes.
- Ayudar al desarrollo de los empleados y a la conciliación de su vida laboral y personal.

Fomentar el orgullo de pertenencia de los empleados y colaborar en la mejora de la sociedad en la que participa a través de su Fundación.

El seguimiento y supervisión de esta política depende del propio Consejo de Administración, a través de la Comisión de Retribuciones y Nombramientos. Además, junto a la política de RSC, Pelayo ha definido un Plan Director de Responsabilidad Social Corporativa para el periodo 2020-2022, que sirve de orientación a Pelayo en su impulso de la RSC en los próximos ejercicios.

Este Plan incluye prioridades de gestión y actividades concretas relacionadas con cada uno de los grupos de interés clave, a las que se le asigna un área responsable de su seguimiento.

Prioridades de gestión por grupos de interés

Grupos de interes	Mutualistas	Empleados	Clientes	Colaboradores	Sociedad en general
Prioridades de gestión	• Gobierno Corporativo • Gestión del riesgo • Ética • Transparencia • Cumplimiento • Participación	• Igualdad y diversidad • Formación • Satisfacción y desarrollo profesional • Conciliación y beneficios sociales • Comunicación e implicación • Seguridad y salud laboral • Espacios eficientes • Transformación cultural • Herramientas colaborativas • Trabajo en remoto	• Orientación al cliente • Calidad de servicio • Diversificación y desarrollo de productos • Confidencialidad de los datos	• Beneficio mutuo • Diálogo • Igualdad de oportunidades	• Contribución social • Transparencia • Seguridad vial • Deporte • Discapacidad • Medioambiente

Contribución de Pelayo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Tras la aprobación de la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible por los Estados Miembros de las Naciones Unidas, que incluye los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), organizaciones como Pelayo han querido contribuir a la consecución de estos enmarcando su actuación en relación con los ODS. De esta forma, ha identificado los **ODS que tienen un impacto directo en su actividad**, su contribución y los indicadores vinculados a esos ODS:

Objetivos de desarrollo sostenible (ODS) con impacto directo

ODS	Contribución de Pelayo	Acciones e indicadores vinculados
3 SALUD Y BIENESTAR	• Productos que contribuyen al bienestar de la población. • Promoción de hábitos saludables entre los empleados.	√ Empresa EFR Plus, alcance de nivel excelencia en 2021. √ Pelayo salud, promoción de hábitos saludables. √ 421.000 euros destinados en 2021 a proyectos sociales a través de Fundación Pelayo. √ Evaluación del desempeño anual. √ En el puesto 14 del Ranking de las 50 mejores empresas para trabajar de Great Place to Work®.
5 IGUALDAD DE GÉNERO	• Igualdad de oportunidades laborales independientemente del género.	√ 65% de mujeres en plantilla en 2021. √ 56 % mujeres en el Consejo de Administración en 2021. √ Mujeres en puestos directivos 38,5% en 2021. √ Desarrollo del Plan de Igualdad. √ Participación en proyecto Promociona. √ Adherencia en 2021 al programa Empowering Women's Talent de Equipos&Talento.
8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	• Condiciones de trabajo dignas. • Beneficios sociales.	√ 94,2% empleos fijos en 2021. √ 23,9 horas de formación por persona. √ 1,4 millones de euros de inversión en 2021 en materia de conciliación. √ Red de Talento Pelayo. √ Fomento Promoción Interna. √ Despliegue del Modelo de Liderazgo en todas las unidades organizativas. √ Certificación como Gran Lugar para Trabajar en Diversidad de Género y Diversidad Generacional de Great Place to Work®.
9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	• Desarrollo de la innovación en las distintas áreas de la empresa. • Participación en *startup* y proyectos innovadores.	√ Desarrollo de un nuevo Plan Estratégico 2022-2024. √ Participación en *startup* y proyectos de innovación. √ Definición de nuevos productos con ideas de empleados y colaboradores. √ Impulso del Centro de Innovación Lab2122.
10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES	• Se gestiona a través de la acción social y es el objetivo de la Fundación Pelayo.	√ Apoyo a proyectos sociales y solidarios de ONG. √ Inserción laboral de personas con discapacidad. √ Sello Bequal Premium. √ Participación Programa Inserta. √ Voluntarios con personas con discapacidad. √ Seguros de autos y hogar con coberturas especiales para personas con discapacidad. √ Sensibilización interna a través de formación y voluntariado.
13 ACCIÓN POR EL CLIMA	• Implantación de proyectos de reducción de consumos y reciclaje de consumibles.	√ Medidas de eficiencia en los edificios, cambios a luminarias Led. √ Consumo de papel con certificado PEFC, que prueba que proceden de gestiones forestales sostenibles. √ Flota de vehículos con tecnología híbrida. √ Sistema de recogida de residuos separada para su posterior reciclaje. √ Comercialización de seguros agrarios que contribuyen al desarrollo rural y a la sostenibilidad del sector.
16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	• Políticas de transparencia y Buen Gobierno Corporativo. • Mantenimiento de altos niveles de Solvencia.	√ Políticas de Buen Gobierno. √ Código Ético con procesos que garantizan su cumplimiento. √ Transparencia informativa a Grupos de Interés. √ Política de Compras y Código de Conducta de Proveedores. √ Elevados ratios de Solvencia.

4.8. Premios y reconocimientos

Pelayo, fruto de su dedicación por la gestión responsable y la calidad, ha logrado en 2021 numerosos premios y reconocimientos que respaldan su trabajo y dedicación en esta dirección:

1. Premio Fundación Randstad

Los premios Fundación Randstad están orientados a reconocer las mejores iniciativas impulsadas por empresas, personas o entidades que buscan fomentar la igualdad de oportunidades en el empleo de las personas con discapacidad.

En su decimosexta edición, Fundación Randstad ha otorgado a Pelayo el Premio a la inclusión laboral de personas con discapacidad, en la categoría de gran empresa, por el Proyecto "Contigo sumamos más", bajo el que se engloban gran parte de las actuaciones llevadas desde Pelayo a cabo para impulsar la empleabilidad, la accesibilidad de sus centros y la acción social en torno a la discapacidad.

2. Premio Pelayo recibe Cruz de Honor

Pelayo ha recibido en 2021 la condecoración de la Cruz de Honor Institucional de la Orden Iberoamericana de Justicia otorgada por la Fundación Carlos III en reconocimiento al prestigio internacional que ha alcanzado del Premio Pelayo, a lo largo de sus 27 ediciones, así como por la excelencia profesional de los juristas que componen su Jurado.

El Premio Pelayo para Juristas de Reconocido Prestigio se sitúa así entre los reconocidos por esta Cruz de Honor, concedida hasta el momento a título individual a Jefes de Estado, Presidentes de Cortes Supremas, Ministros de Justicia, y a nivel institucional a los Tribunales Superiores de Justicia del Reino de España y las Repúblicas de Portugal, Panamá, Uruguay y Costa Rica.

3. 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. En 2021 Pelayo ha sido premiada en:

- **Premios al Mérito Profesional** en 4 de las 8 categorías existentes (detective, tramitador, verificador técnico y Fuerzas y Cuerpos de Seguridad), en concreto este año se ha entregado un premio por primera vez en un caso presentado por Pelayo a la Policía Nacional-Grupo Tráfico Ilícito de Vehículos, lo que pone de manifiesto la estrecha colaboración entre Pelayo y Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en la lucha contra el fraude.

- **Premios reconocimiento de participación** en Ramo autos (primer premio) y en Ramo personales (segundo premio).

4. Certificado EFR

En 2008 Pelayo se certificó como empresa EFR, certificación creada por la Fundación Más Familia 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 la auditoria de 2021, Pelayo ha obtenido el sello que le acredita como EFR Nivel A, que le reconoce como una empresa excelente en gestión de la conciliación.

La Certificación EFR, avalada tanto por el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, como por las Naciones Unidas, es uno de los mayores reconocimientos nacionales e internacionales en materia de conciliación e igualdad de oportunidades. De las 850 empresas reconocidas con el Certificado EFR a nivel internacional, tan sólo 34 cuentan con el nivel de Excelencia, entre ellas Pelayo.

5. Certificado *Great Place To Work*

La encuesta GPTW 2020 llevada a cabo en septiembre de ese mismo año ha situado a Pelayo en el puesto número 14 en el ranking de las Mejores Empresas para Trabajar en España, según *Great Place To Work*, desvelado en abril de 2021.

Los resultados de la encuesta que han llevado a Pelayo a la 14ª posición desvelan la valoración que se hace del orgullo por los logros conseguidos (91%), de la honestidad de los directivos (88%) y de la colaboración interna (86%). Asimismo, en un año especialmente complicado por la situación sanitaria, el 91% ha reconocido un gran apoyo de la compañía ante el Covid-19, situando el nivel de confianza de los trabajadores en nada menos que un 79%.

También en 2021 Pelayo ha obtenido la Certificación como un Gran Lugar para Trabajar en Diversidad de Género y Diversidad Generacional, otorgado por la consultora *Great Place to Work®*, líder en la identificación y certificación de Excelentes Lugares para Trabajar.

Tras un diagnóstico del ambiente organizacional, que incluye un cuestionario global a los empleados, en el que ha participado el 85% de la plantilla, la compañía ha obtenido esta certificación que acredita que Pelayo es una organización con una cultura de alta confianza, que fomenta la diversidad, equidad e inclusión en la gestión de las personas.

6. Premio solidario y mención de honor de la Asociación SQM-SFC Madrid

Coincidiendo con el día mundial del Síndrome de Fatiga Crónica, Sensibilidad Química Múltiple y Fibromialgia, la Asociación SQM-SFC Madrid concedió a Fundación Pelayo el reconocimiento de Premio solidario y mención de honor, en su décimo aniversario, con el propósito de poner en valorar la estrecha colaboración que se viene desarrollando entre ambas entidades a través de concurso anual de proyectos de empleados de Fundación Pelayo.

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 de los edificios del Contact Center de Ávila, del Contact Center de Madrid y al edificio de Santa Engracia 67-69.

8. Sello Bequal Premium

La Fundación Bequal ha revisado la concesión de la certificación Bequal Premium a Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, verificando el cumplimiento de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social (LGDPDIS), así como la inclusión de políticas que favorecen la igualdad de oportunidades y no discriminación de las personas con discapacidad en todas las áreas de la empresa.

Desde la auditoría de 2019, Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E., pasó de tener la certificación Bequal PLUS que le fue otorgada 2013 a recibir por parte del Comité Bequal, a la máxima categoría, denominada "PREMIUM", siendo la primera empresa privada en España con esta acreditación.

9. Reconocimiento *Empowering Women's Talent*

Pelayo ha recibido el reconocimiento como Empresa Adherida a *Empowering Women's Talent*, un programa puesto en marcha por Equipos&Talento para desarrollar el talento femenino en las organizaciones. Esta iniciativa nace para contribuir a que el liderazgo femenino se vea impulsado en todo el ecosistema empresarial, un verdadero reto en el que ya se están dando importantes pasos, pero por el que todavía queda mucho por hacer. En este sentido, Pelayo, continúa reforzando su compromiso con el talento femenino, se adhiere a este programa con el objetivo de contribuir a la consecución de este importante reto.

Esta incorporación supone un paso más para la compañía dentro de su compromiso con la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, que forma parte de su línea estratégica de gestión de personas dedicada a la gestión de la diversidad y la inclusión. No en vano, Pelayo lleva años trabajando en favor de la igualdad y en el desarrollo profesional del colectivo femenino.

10. Experiencia Cliente. Instituto Coordenadas de Gobernanza y Economía Aplicada

Pelayo se encuentra entre las 3 compañías aseguradoras con mejor Experiencia de cliente según las conclusiones publicadas del Informe del Instituto Coordenadas de Gobernanza y Economía Aplicada.

El estudio destaca que Pelayo ha mejorado sustancialmente en este campo durante los últimos años de la mano de su Plan Estratégico Trianual y la transformación que está viviendo la empresa con el cambio en su imagen de marca como punta de lanza. El aspecto en el que más destaca con respecto a sus competidores es la rapidez en la tramitación, así como en el trato personalizado.

Medalla de Oro de Cruz Roja concedida a Pelayo Mutua de Seguros.

5. Buen Gobierno.

Datos clave 2021

Consejo de Administración

20% Miembros Ejecutivos

80% Miembros No Ejecutivos

56% mujeres

Comisiones Delegadas del Consejo de Administración

Comisión Ejecutiva

11 reuniones
2 Miembros Ejecutivos
3 Miembros No Ejecutivos

Comisión de Inversiones

11 reuniones
2 Miembros Ejecutivos
2 Miembros No Ejecutivos

Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo

6 reuniones
0 Miembros Ejecutivos
4 Miembros No Ejecutivos

Comisión de Retribuciones y Nombramientos

5 reuniones
0 Miembros Ejecutivos
3 Miembros No Ejecutivos

5.1. Estructura de gobierno

Asamblea General de Mutualistas

La Asamblea General de Mutualistas representa a la totalidad de los mutalistas y es el **órgano supremo de representación y gobierno.**

Consejo de Administración

La **representación, gobierno y gestión de la Mutua** se hallan confiados, con la mayor amplitud de poder, al Consejo de Administración, salvo las atribuciones y facultades delegadas en los Estatutos Sociales a la Asamblea General.

- Presidencia
- Comisión Ejecutiva
- Comisión de Inversiones
- Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo
- Comisión de Retribuciones y Nombramientos

Para garantizar la **mayor eficacia en el cumplimiento de las funciones** que tiene atribuidas el Consejo de Administración se cuenta con comisiones que asumen la decisión de determinados asuntos y refuerzan las **garantías de objetividad y control** en la actividad del Consejo.

5.1.1. Asamblea General de Mutualistas

Todos los mutualistas tienen **derecho de asistencia** a las Asambleas Generales siempre y cuando acrediten dicha condición, se encuentren al corriente de pago de sus obligaciones y así lo soliciten. Los mutualistas pueden 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 tiene lugar necesariamente en Madrid. Éstas deben ser convocadas por el Consejo de Administración con al menos un mes de antelación mediante anuncio en la página web de la Mutua. El anuncio debe indicar la fecha, hora y lugar de la reunión, así como los asuntos incluidos en el orden del día. Además, se deben incluir 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 **grupopelayo.com**

Se puede acceder a ellos escaneando este código.

Asamblea General Ordinaria

La Asamblea General se reúne en sesión ordinaria **una vez al año**, dentro de los seis meses siguientes a la fecha de cierre del ejercicio social, en el día, hora y lugar que se fije por el Consejo de Administración.
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 estas en las condiciones previstas en los Estatutos.
- Nombrar y revocar los auditores de cuentas.
- Fijar la retribución anual global del Consejo de Administración y los conceptos de la misma.

Asamblea General Extraordinaria

La Asamblea General se reúne de forma extraordinaria para abordar los asuntos que no se incluyen dentro del ámbito definido para la Asamblea General Ordinaria. Ésta tiene entre otras competencias la aprobación y modificación de los Estatutos y la adopción de acuerdos que representen transacciones superiores al 25% de los activos de la Entidad.

La Asamblea General Ordinaria correspondiente al **ejercicio 2020**, tuvo lugar el 11 de marzo de 2021 en el Auditorio Rafael del Pino de Madrid. En dicha Asamblea General se trataron, entre otros, los siguientes **temas recogidos en el orden del día** de la sesión ordinaria:

- Informe del presidente del Consejo de Administración.
- Examen y, en su caso, aprobación del Informe de Gestión (Informe Integrado) y cuentas anuales individuales y consolidadas (balance, cuenta de pérdidas y ganancias, estado de cambios en el patrimonio neto, estado de flujos de efectivo y memoria) del ejercicio anual cerrado a 31 de diciembre 2020 (Artículo 20-b de los Estatutos).
- Examen y, en su caso, aprobación del Estado sobre la Información No Financiera del Grupo.
- Examen y, en su caso, aprobación de los movimientos del epígrafe del Fondo Mutual (Artículo 20-c de los Estatutos).
- Examen y, en su caso, aprobación del Informe anual de Gobierno Corporativo, el Informe anual de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo, el Informe de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo sobre la independencia del Auditor de Cuentas relativo al ejercicio 2020, y el Informe anual de la Comisión de Retribuciones y Nombramientos y el Informe anual acerca del grado de cumplimiento del Código de las Inversiones Financieras Temporales.
- Examen y, en su caso, aprobación de la propuesta de aplicación del resultado del ejercicio de 2020 (Artículo 20-b de los Estatutos).
- Examen y, en su caso, aprobación de la Gestión Social durante el ejercicio 2020 (Artículo 20-b de los Estatutos).
- Propuesta de reelección o nombramiento de nuevos Auditores de cuentas para los ejercicios 2021, 2022 y 2023 de Pelayo Mutua de Seguros y Reaseguros a Prima Fija, así como del Grupo Consolidado de Empresas (Artículo 20-d de los Estatutos).
- Memoria del Defensor del Cliente.
- Propuestas a la Asamblea General de las Sras./Sres. mutualistas presentadas dentro del periodo estatutario (Artículo 12-n de los Estatutos).
- Fijación del número de Consejeros. (Artículo 20-a y 24 de los Estatutos). Cese de cargos: Presidente y Vicepresidente (Artículo 24 de los Estatutos). Propuesta de nombramiento de Consejeros (vacantes) y/o reelección de Consejeros (reelección de terna). Artículos 24 y 25 de los Estatutos Sociales: Vicepresidente (nombramiento), Vocal Consejera 1ª (reelección), Vocal Consejera 5ª (reelección). Nombramiento de vacantes: Presidente, Vocal Consejera 4ª y Vocal Consejero 7º.

- Propuesta sistema de remuneración de los Consejeros e importe máximo a percibir en 2021 (Artículo 20-e y 25-g de los Estatutos).

- Delegación de facultades en el Consejo de Administración para la elevación a público de los acuerdos adoptados en la Asamblea General Ordinaria, con las más amplias facultades, para interpretar, rectificar, subsanar, completar, ejecutar y desarrollar los mismos, hasta su inscripción en el Registro Mercantil.

- A final del primer trimestre del 2021 se produjeron cambios en el Consejo de Administración de Pelayo. Tras los nombramientos de nuevo Presidente, Vicepresidente, Vocal Consejera 4ª y Vocal Consejero 7º, se realizó un sentido homenaje en agradecimiento al anterior Presidente, D. José Boada y Vicepresidente, D. Severino Martínez, en el momento de su jubilación por el compromiso y la extraordinaria trayectoria al frente de la compañía durante estos años.

La Asamblea General Extraordinaria, tuvo lugar el 11 de marzo de 2021, junto con la Asamblea General Ordinaria, en el Auditorio Rafael del Pino de Madrid. En dicha Asamblea General Extraordinaria se trataron, entre otros, los siguientes **temas recogidos en el orden del día** de la sesión ordinaria y extraordinaria:

- Modificación de Estatutos:

  - Asamblea General. Derechos de Asistencia. Consejo de Administración. Reuniones del Consejo (Artículos 18 y 27 de los Estatutos).

  - Asamblea General. Voto electrónico (Artículo 18 de los Estatutos).

  - Retribución de los Consejeros (Artículos 24 y 25-g de los Estatutos).

- Delegación de facultades en el Consejo de Administración para la elevación a público de los acuerdos adoptados en la Asamblea General Extraordinaria, con las más amplias facultades, para interpretar, rectificar, subsanar, completar, ejecutar y desarrollar los mismos, hasta su inscripción en el Registro Mercantil.

5.1.2. Consejo de Administración

Como resultado de los cambios aprobados en la Asamblea General de Mutualistas, el nuevo ejercicio arranca en Pelayo con los siguientes relevos en la cúpula del Consejo de Administración: D. Francisco Lara pasa a Presidente de Pelayo Seguros en sustitución de D. José Boada, quien alcanza la edad de jubilación. De esta forma, D. Francisco Gómez Alvado pasa a ser nuevo Director General. Además, se jubila D. Severino Martínez, Vicepresidente de Pelayo Seguros, tomando su cargo Dª. Anna M. Birulés, cuyo cargo anterior asume D.ª Ángeles Delgado.

* Año de incorporación al Consejo.

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 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).

- 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 propuestas a la Asamblea General.

El funcionamiento del Consejo de Administración está regulado según lo establecido en los **Estatutos Sociales**, modificados en 2015, el **Reglamento del Consejo**, modificado en 2018.

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

Se puede acceder a ellos escaneando este código.

Francisco J. Hernando Díaz-Ambrona
15/03/2016
Licenciado en Derecho.

Francisco Lara Martín
15/03/2016
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.
Auditor de Cuentas.

Anna M. Birulés Bertran
22/04/2010
Doctora en Ciencias Económicas.

Francisco Gómez Alvado
11/03/2021
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.
Rama Actuarial.

Mª Mar Cogollos Paja
31/03/2006
Doctora en Psicología.

Konstantin Sajonia-Coburgo
01/09/2019 por cooptación
Licenciado en Ciencias Empresariales Europeas.
MBA especialidad financiera.

Alberto Rodríguez de Lama
14/03/2019
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.

Ruth Duque Santamaría
12/03/2018
Licenciada en Derecho y ADE.
Auditora de Cuentas.
Inspectora de Seguros del Estado.

Ángeles Delgado López
11/03/2021
Licenciada en Económicas.

Paloma Beamonte Puga
12/03/2015
Licenciada en Publicidad y RR.PP.

Leyenda

Nombre Consejero
Fecha nombramiento
Formación

Cargo del consejo

- Presidente - Ejecutivo
- Vicepresidente - No ejecutivo
- Consejero coordinador - No ejecutivo
- Consejero - Ejecutivo
- Consejero - No ejecutivo
- Secretario - No consejero

Otros cargos

- 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

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 de la Mutua y del Grupo.

Consejero Coordinador

En su propósito de mejorar el funcionamiento de los órganos que tienen atribuidas las competencias en materia de gobierno corporativo, Pelayo ha introducido la figura del Consejero Coordinador, en línea con las novedades introducidas por la Ley de la Sociedad de Capital y el Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas. Dicho cargo tiene atribuidas las siguientes competencias:

- Solicitar la convocatoria del Consejo de Administración o la inclusión de nuevos puntos de 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.

Nombramiento y cese de Consejeros

Las propuestas de nombramiento, reelección y cese de Consejeros que someta el Consejo de Administración a la Asamblea General, así como las decisiones de nombramiento provisional que adopte el Consejo de conformidad con la Ley y los Estatutos, requerirán la propuesta previa de la **Comisión de Retribuciones y Nombramientos** de acuerdo con un procedimiento formal y transparente. La Comisión de Retribuciones y Nombramientos y el Consejo de Administración velan por la **igualdad de oportunidades** entre los posibles candidatos y candidatas en las vacantes y para ello pueden buscar deliberadamente que en la relación de aspirantes a dichas vacantes figuren mujeres que reúnan el perfil profesional necesario. En el ejercicio 2021, **5 mujeres** han participado en el Consejo de Administración.

La diversidad en la composición del Consejo se fomenta, además, teniendo en cuenta la inclusión de personas con discapacidad en el mismo. En este sentido, una de las consejeras es actualmente Directora General de la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal.
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. Además, todos los Consejeros deben ser personas con **competencia y solvencia y de reconocida honorabilidad comercial y profesional**. Igualmente, 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.

El Consejo de Administración se ha reunido **12 veces** durante el ejercicio 2021. Durante el desarrollo de dichas reuniones se trataron los temas siguientes:

- Formulación de cuentas anuales y aprobación de la información estadística contable trimestral.
- Seguimiento del Plan Anual de Auditoría Interna.
- Aprobación de las principales estrategias y políticas de gestión de riesgos.
- Revisión y actualización de las Políticas.
- Aprobación de informes de riesgos a remitir al organismo regulador.
- Información de Solvencia II y posición de Solvencia de Pelayo y de Grupo.
- Estado situación de la empresa ante la Covid-19.
- Renovación cargos Comisiones del Consejo.
- Informe y seguimiento resultados autoevaluaciones de los Consejeros.
- Estudio multisectorial RSC de la Gran Empresa 2019 (Solvencia II y Gobierno Corporativo CNMV).
- Propuesta Presidente de Honor de la Fundación a elevar al Patronato.
- Análisis y conclusiones de los trabajos de Auditoría Externa.
- Ciber-riesgos y Auditoría de Seguridad Informática.
- Conclusiones encuesta GPTW y aspectos de mejora.
- Otorgamiento y revocación de poderes.
- Plan trianual de negocio 2021-2023.
- Informe experto Externo sobre Blanqueo de Capitales.
- Actividad de innovación: entorno y avances en Lab2122 y plan 2022.
- Filiales Grupo y Participadas. Situación de cargos.
- Propuesta de uso y afección a cobertura de provisiones técnicas de inmuebles propiedad de la Mutua.
- Modelo de Jornada adaptativa.
- Plan estratégico 2022-2024.
- Propuesta aportación anual Fundación Pelayo, renovación cargo patronos.
- Presupuesto 2022.

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 y evaluación del desempeño

La Comisión de Retribuciones y Nombramientos se encarga de la elaboración de un **Informe sobre la Retribución de los Consejeros** que se remite al Consejo de Administración, quien, una vez aprobado, lo somete 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.

La Comisión de Retribuciones y Nombramientos ha llevado a cabo un proceso de autoevaluación anual de la actividad profesional de la Comisión Ejecutiva y de los Altos Directivos de la Mutua, así como del funcionamiento del resto de las Comisiones Delegadas de Control, de la gestión del Presidente, del Primer Ejecutivo y del propio Consejo. Las conclusiones del mismo reflejan una evaluación favorable y positiva del desempeño profesional de los evaluados.

5.1.3. Comisiones Delegadas del Consejo de Administración

Con el objetivo de lograr una mayor eficacia en el ejercicio de sus funciones el Consejo de Administración cuenta con las siguientes Comisiones Delegadas:

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.

La Comisión Ejecutiva en sus **11 reuniones** de este ejercicio ha tratado entre los temas más relevantes los siguientes:

- Resultado 2020.
- Temporal Filomena.
- Cobertura Reaseguro 2021.
- Ciberpóliza.
- Propuesta modificación Estatutos Mutua, relación mercantil Consejeros Ejecutivos y retribución Consejeros.
- Relaciones Institucionales (ICEA, UNESPA, Consorcio, DGS).
- Asamblea y Jornada con empleados.
- Reuniones y comunicaciones institucionales.
- Agropelayo evolución de negocio y análisis de situación.
- Valoración Asamblea y Jornada con empleados.
- Dirección Financiera.
- Presentación documental Reto Pelayo Vida.
- GPTW.
- Evolución negocio segmentos especiales.
- Actualización situación temas fiscales.
- Revisión modelo Agropelayo.
- Situación acuerdos de distribución con Santa Lucía: automóviles y decesos.
- Pelayo Vida: cierre financiero, evolución provisiones técnicas, incorporación reaseguro al plan de negocio, transformación Santa Lucía Servicios Compartidos, situación de negocio y nivel cumplimiento del plan.
- Agropelayo: siniestralidad primer semestre 2021.
- Proyección facturación diciembre 2021, medidas correctoras sobre nuevo negocio y cartera: implantación y resultados.
- Facturación: situación y planes de acción.
- Plan estratégico 2022-2024.
- Comisión delegada Consejo Agropelayo: plan y acuerdo socios.
- Actualización proyectos inversión renovables.

2 Miembros Ejecutivos **3** Miembros No Ejecutivos

El funcionamiento del Consejo de Administración está regulado según lo establecido en los **Estatutos Sociales**, modificados en 2015, el **Reglamento del Consejo**, modificado en 2018.

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

Se puede acceder a ellos escaneando este código.

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. Esta comisión tiene asignadas, entre otras, las siguientes **funciones**:

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

Esta Comisión se ha reunido **11 veces** en 2021. Durante el ejercicio, desde la Comisión de Inversiones se ha proseguido con un **seguimiento especialmente exhaustivo de los diferentes mercados de inversión**, por la continuidad de la delicada situación que comenzó en el verano de 2008, agravada por la pandemia y el estado de alarma sufrido durante 2020, que ha afectado a las inversiones y los contratos de arrendamiento. En concreto, se ha evaluado de forma continuada el impacto de la situación en los mercados financieros sobre las carteras de inversión, así como la influencia sobre los riesgos y oportunidades de inversión. Todo ello se ha reflejado en el Presupuesto Anual y el Plan de Inversiones Financieras, velando por su cumplimiento. Pelayo ha cumplido fielmente con el Código de Conducta de Inversiones Financieras de carácter autoimpuesto, evitando realizar inversiones en paraísos fiscales y otros aspectos poco éticos.

2 Miembros Ejecutivos **2** Miembros No Ejecutivos

Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo

Es el órgano delegado del Consejo para la **supervisión y control** de la actividad de la Mutua, de la veracidad, **objetividad** y **transparencia** de la contabilidad social, de la información económica y financiera y no financiera y del cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias a las que está sometida la Mutua. Está compuesta por cuatro Consejeros no ejecutivos. El presidente de esta comisión no puede ser un miembro ejecutivo.
Esta Comisión se ha reunido **6 veces** durante el ejercicio 2021 y hasta la fecha de elaboración de este informe. Respecto de cada una de las principales funciones que tiene asignadas, recogidas tanto en el Reglamento del Consejo de Administración como en el de la propia Comisión, los temas más relevantes tratados han sido los siguientes:

- Revisión y análisis de las cuentas anuales individuales y consolidadas del ejercicio 2020, así como del Informe de Gobierno Corporativo y del Informe Integrado, del Estado de Información No Financiera y del Informe de cumplimiento del Código de Conducta de las Inversiones Financieras Temporales.
- Análisis de la información financiera trimestral individual y consolidada que la Entidad hace pública y que ha de reportar al regulador a efectos estadísticos y contables.
- Revisión y análisis del Informe de riesgos corporativos/cualitativos a 31 de diciembre de 2020.
- Revisión y análisis previo, a su aprobación por el Consejo de Administración, de la información cuantitativa y cualitativa anual de Solvencia II individual y de Grupo referida al ejercicio 2020 a remitir al regulador.
- Análisis de la información facilitada por los Consejeros, respecto a su participación en el capital y cargos de los mismos en otras sociedades, para que no exceda del límite establecido en el artículo 19 del Reglamento del Consejo y que no supongan un riesgo que pudiera conllevar un conflicto de interés entre la Mutua y los Consejeros afectados.
- Revisión y análisis del informe anual sobre la situación financiera y de solvencia (SFCR), informe periódico de supervisión (RSR), e información cuantitativa anual (QRT), correspondiente al ejercicio 2020, tanto de Pelayo como del Grupo.
- Revisión y análisis, previo a su aprobación por el Consejo de Administración, del informe de Evaluación Interna de los Riesgos y la Solvencia (ORSA) y de la Estrategia de Riesgos y Planificación del capital de la Mutua y del Grupo.
- Análisis de los hechos más relevantes de Control Interno puestos de manifiesto en la ejecución de los distintos trabajos del Plan de Auditoría Interna de 2021 y seguimiento del grado de cumplimiento del citado plan y del grado de implementación de las recomendaciones efectuadas.
- Evaluación de la independencia del Auditor Externo y propuesta de renovación de su nombramiento para la auditoría de las cuentas anuales de la Mutua y Consolidadas del ejercicio 2021, 2022 y 2023.
- Análisis, en las reuniones mantenidas con el auditor externo, de los resultados de la auditoría de cuentas y de la revisión de Solvencia II del ejercicio 2020, de la planificación de las auditorías de 2021 y de los aspectos más relevantes de éstas, así como la autorización de los servicios ajenos a Auditoría de Cuentas a realizar por la firma de Auditoría de Cuentas.
- Análisis y revisión del Informe anual de la Función de Cumplimiento Normativo 2020 y aprobación del Plan de verificación de cumplimiento relativo al ejercicio 2021.
- Análisis y revisión del Informe Actuarial correspondiente al ejercicio 2020.
- Análisis y revisión del Informe anual de la Función de Auditoría 2020.
- Análisis y revisión del Modelo *Corporate Defense* (Manual de riesgos penales) y canal de denuncias.
- Análisis y revisión del Informe de Experto Externo sobre Blanqueo de Capitales y autorización de servicios ajenos a Auditoría de cuentas a realizar por la firma de Auditoría de cuentas.
- Análisis y revisión del plan de trabajo de la Comisión para el ejercicio 2022.
- Revisión del Reglamento de la Comisión de Auditoría.
- Revisión del cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo (contenido del informe de Gobierno Corporativo) y del Código de Conducta de las Inversiones Financieras Temporales.

→ **Continuación**

- Revisión del grado de implementación de las nuevas disposiciones legales (Reglamento General de protección de datos y Ley de Distribución).
- Revisión de los resultados del análisis de vulnerabilidades en los sistemas de información.
- Análisis y revisión del Plan plurianual de Auditoría interna, así como del plan anual 2021 de Auditoría interna.
- Análisis y revisión del Estado de Información No Financiera correspondiente al año 2021.
- Análisis de cuestiones relativas a Riesgos Cibernéticos.
- Revisión y análisis del informe de la situación sobre la implantación de la normativa de distribución de seguros (IDD).
- Revisión y actualización de políticas y sus documentos de adhesión.
- Validación de la propuesta de firmas auditoras invitadas a participar en el proceso.

0 Miembros Ejecutivos **4** Miembros No Ejecutivos

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.

La Comisión de Retribuciones y Nombramientos en sus **6 reuniones** de este ejercicio ha tratado entre los temas más relevantes los siguientes:

- Informe sobre la política retributiva del Consejo a presentar a la Asamblea y análisis de la política retributiva del equipo directivo.
- Retribución salarial resto de la plantilla.
- Propuesta modificación estatutos: Artículos 24 y 25 g (Remuneración Consejeros).
- Informe anual de la comisión de Retribuciones y Nombramientos.
- Propuesta de contenido del Informe de evaluación anual del Consejo, primer ejecutivo, Comisiones Delegadas, Consejera Coordinadora y Secretario.
- Contratos mercantiles Consejeros ejecutivos.
- Reorganización red territorial Dirección comercial.
- Nombramientos, dirección de clientes y oferta y dirección financiera y gestión de riesgos.
- Plan de formación del Consejo.
- RSC Plan Director y principales líneas de actuación previstas.
- Retribución y variable plurianual del colectivo identificado.
- Modificación política de remuneración.
- Propuesta de evaluación de modificación sistema evaluación órganos de Gobierno.
- Renovación y actualización de la Política de Aptitud y Honorabilidad y de la de Remuneraciones.
- Informe de Aptitud y Honorabilidad, sobre las propuestas de reelección y nombramiento de Consejeros.
- Planes de sucesión.
- Propuestas de nombramientos y reelección de candidaturas al Consejo de Administración.
- Renovación de los miembros de las Comisiones del Consejo.
- *Benchmark* sobre la retribución de la dirección.
- Propuesta protocolo para la instrucción de los conflictos de interés del órgano de administración.
- Nombramiento de la Consejera Ruth Duque como Consejera Banco Mediolanum.

0 Miembros Ejecutivos **3** Miembros No Ejecutivos

5.2. Gestión de riesgos

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. Además, también toma parte en la adecuación del nivel de riesgo a los objetivos estratégicos, integrándose en la estructura organizativa y en el proceso de toma de decisiones. El **"Modelo de las tres líneas de defensa"** es el modelo de gobernanza adoptado por el Grupo en la gestión de riesgos y control interno y permite integrar las funciones fundamentales que establece la normativa de Solvencia II. Las líneas de este modelo tienen las funciones de identificación, control, mitigación y supervisión de los riesgos, con el esquema de responsabilidades siguiente:

1 — 1ª Línea de defensa

Constituida por los **departamentos** de cada una de las entidades aseguradoras del perímetro de consolidación. Son los responsables de la **identificación de riesgos** en cada uno de los procesos asignados a su función, así como de la realización de las **actividades de control y mitigación** del riesgo necesarias para contribuir a cumplir los objetivos del Grupo Pelayo.

2 — 2ª Línea de defensa

Constituida por **tres funciones fundamentales.** Vigila el cumplimiento del marco global de riesgos, proviene la asunción de riesgos incompatibles con la tolerancia del Grupo Pelayo y da soporte profesional para la mejora del desempeño del sistema.

- **Función de Gestión de Riesgos**: Responsable de **coordinar la implantación del sistema** de gestión de riesgos, operativizando el sistema de modo que se pueda monitorizar y se dinamicen las acciones de mitigación y controles necesarios para cumplir los objetivos.
- **Función de Cumplimiento Normativo**: Responsable de la detección, evaluación y gestión del **riesgo de cumplimiento de las obligaciones regulatorias,** tanto internas como externas.
- **Función Actuarial**: Responsable de la gestión del **riesgo de suscripción** y constitución de **reservas, reaseguro y calidad del dato.**

3 — 3ª Línea de defensa

Constituida por la **Función de Auditoría Interna,** es responsable de la comprobación de la adecuación y eficacia del sistema de gestión de riesgos y de control interno.

Por su parte, los **órganos de gobierno** (Consejo de Administración y Comisiones Delegadas) tienen la responsabilidad última de garantizar la eficacia del sistema, establecer el perfil de riesgo, los límites de tolerancia y decidir y aprobar las principales estrategias y políticas de gestión de riesgos.

El **proceso de gestión de riesgos** está **vinculado con la estrategia**, incorporando información adicional en su definición y complementando el Plan Estratégico con la estrategia de capital y la evaluación interna prospectiva de los riesgos (ORSA).

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. Este proceso constituye un ciclo con vocación de mejora, que está compuesto por diferentes fases que integran el ciclo de gestión de riesgos, incluyendo las metodologías, los procedimientos y otras herramientas utilizadas para la identificación, medición, monitorización, gestión y notificación de manera continuada de los mismos:

Fases de la gestión de riesgos

1. **Identificación y categorización de riesgos:** Esta fase tiene un enfoque orientado a procesos, y en ella se identifican los riesgos y las causas que los han originado, clasificándolos según su naturaleza y en línea con lo establecido en la normativa de Solvencia II, con el fin de homogeneizarlos, estandarizarlos y gestionarlos de forma conjunta.
2. **Evaluación de riesgos:** Una vez identificados se combinan técnicas cualitativas con cuantitativas para categorizar los riesgos, homogeneizando el resultado en una matriz de impacto/probabilidad que permite priorizar la gestión de los riesgos considerados como "no asumibles" hasta conseguir el objetivo establecido.
3. **Evaluación de controles y medidas para mitigar el riesgo:** Se identifican los controles que mitiguen los riesgos y se evalúan, obteniendo una matriz de riesgos "residuales". Es en este punto del proceso donde se deciden los riesgos que se deben gestionar en las siguientes etapas.
4. **Monitorización y seguimiento:** Se definen cuantitativa o cualitativamente "indicadores de riesgo" o parámetros de referencia y se marcan los objetivos y límites de riesgo para su seguimiento trimestral. Este seguimiento cualitativo complementa el cuantitativo de la estrategia de riesgo.
5. **Planes de acción:** Se definen acciones a desarrollar para dar una respuesta a los "riesgos no asumibles", con el fin de conseguir los objetivos de tolerancia establecidos en la etapa anterior.
6. **Elaboración y comunicación de Informes:** Finalmente la información relevante se recoge en el Informe Trimestral de Riesgos que, junto a la información cuantitativa regulatoria, constituye el informe más relevante de todo el proceso y que se trasfiere a los órganos de gobierno.

El resultado del proceso constituye la información de partida a tener en cuenta en el siguiente ciclo en el que se vuelve a definir la estrategia. De esta forma se contribuye al aprendizaje y la mejora continua.

La identificación de los distintos eventos a los que está o podría estar expuesto Pelayo, así como las causas que los podrían originar, se realiza siguiendo dos enfoques:

Enfoque *"top-down"* o "de arriba a abajo"

Realizado desde el más alto nivel organizativo, con el fin de identificar los riesgos más relevantes y más directamente relacionados con la estrategia de negocio.

Enfoque *"bottom-up"* o "de abajo a arriba"

Basado en un enfoque por procesos, realizado desde las distintas unidades operativas por los responsables de cada uno de dichos procesos

Los enfoques *"top-down"* y *"bottom-up"* se complementan con el proceso de gestión de eventos materializados que permite contrastar los resultados de los enfoques anteriores adaptando, en caso de ser necesario, las evaluaciones realizadas y los planes de acción con la experiencia real observada.

Los principales riesgos a los que está expuesto Pelayo, así como las principales medidas de mitigación se resumen en la siguiente tabla:

Tipo de riesgo	Fuente del riesgo	Medidas de mitigación
De mercado	• Mantenimiento a medio plazo de bajos tipos de interés. • Volatilidad de los tipos de interés. • Volatilidad de los mercados de renta variable. • Incremento de los diferenciales de crédito. • Volatilidad del mercado inmobiliario.	• Plan de inversiones. • Política de Gestión del Riesgo de Inversión, Liquidez, Activos y Pasivos. • Indicadores de riesgo y límites de exposición. • Seguimiento de los indicadores de riesgo a través de la Comisión de Inversiones.
De suscripción	• Suficiencia de prima. • Suficiencia de reserva. • Renovaciones de cartera. • Sucesos extremos o extraordinarios.	• Seguimiento del presupuesto técnico. • Análisis de rentabilidad de los productos. • Procedimientos de validación y control de provisiones técnicas. • Indicadores de desviación en la valoración de los siniestros. • Indicadores de control de negocio y normas de suscripción. • Plan de reaseguro. • Identificación y gestión de perfiles con mayor exposición a fenómenos meteorológicos.
De liquidez	• Insuficiencia de flujos de caja futuros. • Valor de realización de activos financieros por riesgo de crédito o mercado. • Desajustes de flujos de efectivo relacionados con el activo, pasivos u otras partidas fuera de balance.	• Política de Gestión del Riesgo de Inversión, Liquidez, Activos y Pasivos. • Indicadores de riesgo y límites de exposición. • Seguimiento de los indicadores de riesgo a través de la Comisión de Inversiones. • Manual del proceso de inversiones financieras.
De contraparte	• Deterioro del *rating*/ratio de solvencia de las reaseguradoras. • Situación de insolvencia de tomadores de seguros y mediadores. • Efectivo en bancos.	• Política de reaseguro y seguimiento de *ratings*. • Seguimiento y análisis de saldos con mediadores, aseguradoras y recibos pendientes. • Indicadores de riesgo y límites de exposición.

Continuación

Tipo de riesgo	Fuente del riesgo	Medidas de mitigación
Operacional	• Eventos externos a la empresa. • Incidencias de los sistemas de información. • Incidencias de los procesos. • Incidencias en el servicio y atención al cliente.	• Manuales operativos y protocolos. • Política y manual del proceso de gestión de riesgo operacional (metodología cualitativa de riesgos). • Política de externalizaciones. • Base de datos de eventos de pérdida por riesgo operacional. • Indicadores operativos por proceso. • Modelo de gestión del fraude. • Plan de Continuidad de Negocio. • Política, cuerpo normativo y procedimientos relativos a la seguridad, acceso a los sistemas de información y uso de medios informáticos. • Sistema de quejas y reclamaciones. • Indicador del nivel de satisfacción de los clientes y de los niveles de atención.
Estratégico	• Cambios en el entorno de cliente y canal de distribución. • Concentración y dimensión del negocio. • Solvencia. • Social. • Gobernanza.	• Plan Estratégico y Plan de Transformación. • Seguimiento de la planificación. • Estrategia de capital y ORSA. • Plan de Igualdad y Conciliación. • Política y Plan de RSC. • Código Ético y procedimientos asociados. • Política de Control y Gobernanza de Producto.
Reputacional	• Percepción de la imagen corporativa por los grupos de interés.	• Renovación de imagen de marca. • Seguimiento de indicadores de imagen de marca y redes sociales. • Manual de identidad corporativa.
De cumplimiento Normativo	• Cumplimiento de la legislación vigente.	• Política de la Función de Cumplimiento Normativo. • Reglamento para la defensa del cliente. • Códigos y manuales de cumplimiento normativo. • Procedimientos en protección de datos.

En cuanto a la **situación generada por la pandemia de Covid-19**, durante 2021 se han mantenido las medidas tomadas durante 2020 para proteger la salud de las personas manteniendo los niveles de servicio. La combinación entre trabajo presencial y remoto se ha regulado durante el ejercicio en función de los indicadores y decisiones tomadas por las autoridades sanitarias.

Al mismo tiempo, se ha ejecutado en la primera parte del año un **plan de movilidad** para reforzar la calidad y seguridad de los puestos en remoto, de utilidad tanto ante eventos actuales como futuros, incluyendo no solo pandemias sino impactos sobre la movilidad derivados de fenómenos meteorológicos, tales como el que se desencadenó en el mes de enero a consecuencia de la borrasca Filomena.

5.3. Cumplimiento

La Función de Cumplimiento, como función clave e independiente dentro de la estructura organizativa del Grupo Pelayo, contribuye a la consecución de su estrategia a través de políticas y procedimientos adecuados, mediante los cuales realiza las tareas que por disposición legal le vienen asignadas:

- **Asesorar** al órgano de dirección o administración acerca del cumplimiento de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas que afecten a la actividad del Grupo y de las entidades que lo integran, así como de las normas de autogobierno a la que éstas se hayan adherido.
- **Evaluar** el impacto de cualquier modificación del entorno legal sobre las operaciones del Grupo y de las entidades que lo integran.
- **Determinar y medir** el riesgo de cumplimiento normativo y la idoneidad de los procedimientos y controles establecidos. El objetivo es evitar que los riesgos de cumplimiento se materialicen, estableciendo un plan de actuación para garantizar que todas las áreas se encuentran debidamente cubiertas frente a ellos.
- El Grupo Pelayo dispone de una **Política de Cumplimiento** a la que se encuentran adheridas el resto de las entidades del Grupo, que tiene como finalidad principal instaurar los medios y procedimientos de prevención y control necesarios para disminuir las posibilidades de que llegue a generarse un riesgo de cumplimiento. Este riesgo se define como aquel que puede sufrir una entidad de incurrir en una sanción legal, pérdida económica o reputacional, como consecuencia del incumplimiento de leyes, regulaciones normativas, estándares, normas de autogobierno que se haya impuesto, o incluso requerimientos administrativos que resulten aplicables a la actividad que desarrolla.

Las prioridades que establece esta política son: La evaluación de los riesgos, la idoneidad de los procedimientos y controles de cumplimiento, y la información al resto de unidades relevantes sobre cualquier cambio normativo que implique un nuevo riesgo de cumplimiento, el asesoramiento al órgano de administración y, por último, la promoción y mantenimiento de una cultura de cumplimiento en la organización.

Adaptación a nueva normativa

Durante este ejercicio se ha atendido y analizado la **nueva normativa** procedente de diferentes disposiciones legales, sobre ámbitos y materias diversas, valorando implicaciones, proponiendo, en su caso, las adaptaciones necesarias y, por último, informando, asesorando y formando a las unidades relevantes del Grupo o las Áreas afectadas. De entre todas, se destacan:

- La publicación del **Reglamento Delegado (UE) 2015/35** en lo que respecta a la integración de los riesgos de sostenibilidad en la gobernanza de las empresas de seguros y reaseguros, lo que ha supuesto la integración de los riesgos de **sostenibilidad** en el sistema de gestión de riesgos, con la consiguiente adaptación progresiva de las Políticas y procesos afectados por dicha normativa.
- Las relacionadas con el desarrollo de la normativa de **Distribución de Seguros**, asesorando y siguiendo de forma muy estrecha toda la normativa, directrices, aclaraciones y/o recomendaciones, que se han seguido aprobando asociadas a esta materia, comprobando los riesgos adicionales que de todo ello pudieran derivarse.
- Las relativas a **Ciberseguridad** y externalización a proveedores de servicios en la nube. En particular, las Directrices sobre gobernanza y seguridad de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

Respecto al **proceso de identificación de riesgos de cumplimiento**, se parte de un universo normativo previamente delimitado, donde se relacionan las normas que son objeto de control identificando, a través de una **matriz de cumplimiento normativo**, los riesgos a los que las entidades del Grupo Pelayo se encuentran expuestas. Dichos riesgos se encuadran dentro del (i) principio de proporcionalidad, (ii) las principales normas y (iii) un rango jerárquico, que puede afectar al Grupo en atención a su operativa, procesos, riesgos, controles y planes de acción.

Anualmente se lleva a cabo la revisión de los riesgos identificados con los responsables de los riesgos *(risk owners)*, que son aquellas personas asignadas a la supervisión de cada uno de los riesgos identificados, realizando seguimiento de los controles aplicados sobre los mismos, para verificar su estado y adecuación, y evaluar la posibilidad de que puedan llegar a materializarse.

Una vez realizada la actualización de los mapas normativos, la función de verificación del cumplimiento elabora un **Plan Anual de Cumplimiento** que establece las actividades que tiene previsto llevar a cabo la función de cumplimiento durante el ejercicio en curso, teniendo en cuenta todas las áreas de actividad pertinentes de la empresa, y su exposición al riesgo de incumplimiento. Su contenido y alcance se encuentra supervisado por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo, siendo aprobado por el Consejo de Administración. En este sentido, entre los trabajos que el equipo de Pelayo responsable realiza de manera recurrente, se encuentra la revisión y actualización de los riesgos detectados y gestionados a través de los diferentes mapas normativos ya mencionados, seleccionando, sobre los riesgos existentes y en base al principio de proporcionalidad, aquellas materias que deberán ser revisadas para garantizar la validez de los controles existentes, la evolución de éstos o, incluso, la implantación de nuevos controles que permitan reducir y, en su caso, mitigar los riesgos.

Pelayo cuenta con diferentes procedimientos de control o manuales en materia de cumplimiento:

- **Manual de Cumplimiento:** La función de cumplimiento en su especial preocupación porque las entidades del Grupo cuenten con un **adecuado Sistema de Gobierno** y, en particular, con una función de verificación del cumplimiento eficiente y proporcional a la naturaleza, volumen y complejidad de las operaciones que realiza, recoge en un Manual de Cumplimiento los principios que autorregulan sus actividades y sus criterios de actuación. Adicionalmente, este documento sirve como guía de actuación de las labores llevadas a cabo por la Función en el devenir diario de su actividad y sus relaciones con los órganos de administración, la Alta Dirección y áreas operativas de la organización.

- **Manual de Prevención de Riesgos Penales:** Establece las políticas, los comportamientos y las formas de actuación que deben regir la actividad de las entidades del Grupo, 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. Asimismo, en la matriz de riesgos legales 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, así como a todos los integrantes de las plantillas de las empresas del Grupo.

- **Manual de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo:** 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.

- **Código de buenas prácticas y conducta para colaboradores y proveedores:** Con el fin de lograr un mejor desarrollo de las tareas propias de la actividad mercantil de Pelayo, en este Código se han identificado aquellas actitudes y comportamientos concretos que deben ser **observados en la actividad cotidiana** de todos los profesionales externos, tanto personas físicas como jurídicas, con los que la Entidad establezca un vínculo, cualquiera que sea éste.

Todos los **Códigos y Manuales**, así como las **Políticas de Cumplimiento** se encuentran disponibles en la página web corporativa **grupopelayo.com** o en la Intranet de Pelayo.

Se puede acceder a ellos escaneando este código.

5.4. Ética y transparencia

Principios del Código Ético

El Código Ético de Pelayo contiene los siguientes **principios éticos básicos**:

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

El **Código Ético de Pelayo** establece las pautas generales que deben regir la conducta de la Entidad y de todo su personal, habiendo sido aprobado por el Consejo de Administración el 23 de diciembre de 2009. Actualmente se aplica 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. 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**. En 2021 no se han producido cambios significativos en el contenido del Código Ético.

En todos los contratos con proveedores se incluye una cláusula relativa al cumplimiento del **Código de Buenas Prácticas y Conducta Profesional**. De acuerdo con el principio de Ética Profesional que se establece en este Código, el proveedor debe realizar su trabajo y dirigir sus empresas de forma ética y actuando con integridad. Dentro de dicho principio, se hace referencia al Código Ético y a su publicación en la web corporativa. Durante 2021 no se han comunicado posibles incumplimientos del Código Ético.

El Grupo Pelayo cuenta con un canal de denuncias confidencial a través del cual se pueden reportar **comportamientos contrarios** al Código Ético, o bien **realizar consultas** sobre su interpretación. Todas las denuncias sobre el incumplimiento del Código Ético, incluidas las comunicadas de forma anónima, son tratadas e investigadas dentro del marco de la confidencialidad correspondiente para asegurar la protección adecuada del denunciante, así como del denunciado. Cuando se realiza una denuncia se pone en marcha un proceso en el que toman parte tres áreas de la Entidad:

Departamento de Auditoría Interna

Es el Departamento de Auditoría Interna el encargado de **recibir e instruir** inicialmente las denuncias que se comunican a través del canal de comunicación habilitado a tal efecto, y quien se ocupa de **recabar todos los datos e información** necesaria para emitir el informe o propuesta de resolución que corresponda, que trasladará posteriormente a la Comisión de Auditoría Interna y Cumplimiento Normativo. En aras de establecer un apropiado y adecuado desarrollo de la investigación, se encuentra facultado para solicitar y practicar todas las pruebas que entienda necesarias, estando el resto de áreas y departamentos de las entidades del Grupo Pelayo obligadas a colaborar.

Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo **recibe la propuesta de resolución** del órgano instructor y las **alegaciones** que presenta el denunciado, si las hay. Analizando todo ello **dicta una resolución** determinando si ha existido incumplimiento del Código Ético.

Dirección de Personas y Cultura

La Dirección de Capital Humano es la encargada de **formalizar, notificar y ejecutar las decisiones adoptadas** por la Comisión. No obstante, siempre podrá solicitar la colaboración e intermediación de los responsables inmediatos del infractor para llevar a cabo los referidos trámites, todo ello en interés de los valores del Grupo.

Anualmente, se lleva a cabo una formación obligatoria para todos los empleados con el objetivo de reforzar el conocimiento del Código Ético, sus principios, y el canal de denuncias habilitado para notificar cualquier incumplimiento de cuanto en él se establece.

Tanto el **Código Ético** como el **Código de Buenas Prácticas y Conducta Profesional** se encuentran disponibles en la página web corporativa **grupopelayo.com.**

Se puede acceder a ellos escaneando este código.

6. Pelayo en 2021.

6.1. Entorno de mercado

El año 2021 empezó de forma esperanzadora, a medida que el avance de la gestión de la pandemia ha permitido que no se repitieran los confinamientos de 2020, gracias a la experiencia, conocimiento, y a la progresiva vacunación de la población.

Sin embargo, la aparición de nuevas variantes ha frenado la recuperación total de la ya debilitada economía española ante la fatídica **crisis provocada durante 2020**.

Así pues, España pasó de un crecimiento del 1,2% en el segundo trimestre, a un crecimiento del 2,6% en el tercer trimestre, aumentando progresivamente hasta un 5% para todo el año 2021. Teniendo en cuenta que España finalizó el primer trimestre de 2021 con una bajada del 0,7% del PIB, estos son unos datos que muestran que, aunque el país se encuentre lejos de la rápida recuperación de la que han gozado otras naciones dentro del espectro europeo, se encuentra en un **lento proceso de recuperación económica**.

En este entorno, el sector asegurador, principal ámbito en el que opera Pelayo, ha destacado por su madurez y buen comportamiento durante distintos periodos de crisis y así ha sido a lo largo de la pandemia. En la actualidad el sector asegurador representa el 5,1% del PIB (UNESPA), manteniéndose por lo tanto dentro del 5% de aportación al PIB estatal por parte del sector desde 2011 (INE; Ministerio de Economía y Empresa). Además, el sector también cuenta con **unos ingresos por primas** a cierre de 2021 de 61.835 millones de euros (UNESPA). Claramente impulsado por estos sólidos datos sectoriales, Pelayo ha sido capaz de mantener los niveles de solvencia por encima de las exigencias regulatorias y ha logrado ofrecer la normal prestación en los servicios a los clientes, pese a las dificultades sanitarias de la pandemia.

A continuación, se pueden observar los puntos principales de cada Ramo dentro del sector, así como su visión a futuro:

- El segmento de **No Vida ha ido ganando peso** impulsado por los Ramos de Salud y Hogar; frente al segmento de Vida que ha disminuido los últimos años, lastrado por la disminución de la capacidad de ahorro.
- Se espera que la evolución de los Ramos de **No Vida siga siendo creciente** en los próximos años, impulsada por los Ramos de Salud, Hogar y negocios PYME.
- En el **Ramo de Hogar, ha aumentado el valor percibido** del seguro durante la pandemia del Covid-19 derivado de un mayor uso y preocupación por la protección de primeras y segundas viviendas, teniendo estas últimas un alto potencial de desarrollo.
- La evolución del Ramo de Salud se caracteriza por una **creciente preocupación por la salud** en un contexto de envejecimiento poblacional y saturación del modelo asistencial público.
- Se **espera que el Ramo de Comercios y Pymes evolucione de forma positiva** debido principalmente a la regeneración del tejido empresarial y a la aparición de nuevos modelos de compañía con necesidades de protección específicas y mayores niveles de preocupación sobre ciertos aspectos como, por ejemplo, los ciberriesgos, el multirriesgo, los comercios concretos, etc.
- La reducción del peso del Ramo de Autos sobre el total de No Vida remarca la **necesidad de diversificar la oferta actual** y valorar nuevas líneas de generación de ingresos.

A nivel sectorial hay una **convergencia en cinco tendencias clave** que están presentes en las reflexiones estratégicas de las principales aseguradoras. En ellas predomina el contexto de transformación tecnológica, el foco en el desarrollo de capacidades analíticas y en la eficiencia aplicada hacia la simplificación de procesos.

Tendencias clave

El desarrollo del nuevo **Plan Estratégico 2022-2024** (detallado en el apartado "4.5.Estrategia corporativa") debe dar repuesta a los retos que afronta Pelayo de forma alineada con los objetivos estratégicos definidos. Así los principales retos son:

- Desarrollar un **modelo de omnicanalidad** como respuesta a las expectativas del cliente.
- Definir un **modelo de canales integrado y alineado con el rol de oficinas y el desarrollo del modelo de venta a distancia**.
- **Incrementar el conocimiento del cliente**, a partir de una visión completa de su experiencia a lo largo de todo el *journey*.
- Impulsar el uso de la **tecnología para maximizar el aprovechamiento de las capacidades implantadas**.
- **Potencia el uso de datos, modelos analíticos y de *pricing* dinámico** como palanca de personalización, diferenciación y eficiencia.
- Impulsar **nuevos modelos de trabajo** y una cultura alineada con el desarrollo de nuevos negocios y alianzas.

6.2. Resultados económicos y de negocio

Datos clave 2021

Beneficios después de impuestos

4,97

millones de €

Ingresos por primas

328,8

millones de €

Fondos propios

352,9

millones de €

Ratio de solvencia

2,8

veces el capital de solvencia exigido

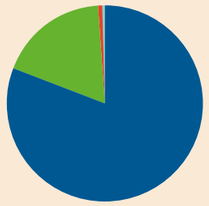
Ingresos por primas Grupo

462,5

millones de €

Facturación por Ramos

miles de €



81% Autos 266.232
12,8% Patrimoniales 59.363
0,8% Otros seguros 2.584
0,2% Vida 576

En 2021 Pelayo se ha mantenido en la senda de consolidación financiera que inició en ejercicios anteriores, obteniendo un **beneficio después de impuestos de 4,97 millones de euros**, apalancado en los últimos años en la selección de los buenos riesgos contratados y, en consecuencia, en una menor siniestralidad. Los fondos propios se han situado en 352,9 millones de euros, casi cuatro millones y medio más que en el ejercicio precedente.

La **cartera de pólizas** se ha situado en un volumen de 1.210.493 unidades, un 2,7% menos que en 2020, mientras que los **ingresos totales por primas** han alcanzado los 328,8 millones de euros, con un descenso respecto al ejercicio anterior del 4,7%. Este descenso está relacionado con la pérdida de facturación del Ramo de seguros de automóviles, consecuencia de la fuerte competencia comercial y de los saneamientos de cartera que se están acometiendo. Los ingresos del resto de Ramos se han mantenido estables respecto al ejercicio anterior. Por su parte el **ratio de solvencia** de la Mutua ha sido de 2,8 veces el capital de solvencia exigido (a 30/09/2021). Los fondos propios de la Mutua representan el 45,1% del total de sus pasivos.

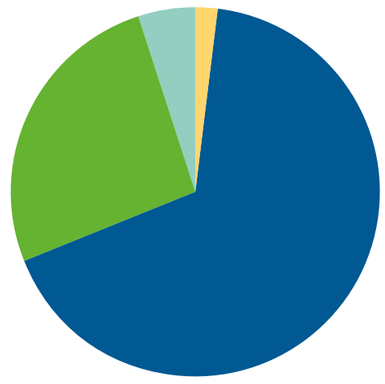
Principales Magnitudes	2019	2020	2021
Mutualistas	881.142	845.444	**827.728**
Pólizas de cartera	1.312.034	1.244.348	**1.210.493**
Primas emitidas*	362.444	344.926	**328.755**
Resultado*	4.040	8.190	**4.971**
Fondos propios*	340.672	348.459	**352.893**
% FP / Pasivo	42,1%	44,2%	**45,1%**
Rentabilidad / Fondos propios (%)	1,2%	2,3%	**1,41%**

* (Miles de euros).

Pólizas

A cierre del ejercicio 2021 Pelayo ha contado con un **volumen total de pólizas de 1.210.493 unidades**, lo que supone un **descenso del 2,7%** respecto a 2020. Cabe destacar que para este análisis dentro del Ramo de patrimoniales se ha agrupado tanto el Ramo de hogar como el de comercio. En general todos los Ramos se mantienen en niveles muy parecidos respecto al año anterior, presentando ligeros aumentos en el Ramo de vida y ligeros descensos en los de autos y patrimoniales. Asimismo, la subida más acusada se ha dado en el Ramo de salud con un aumento del 62,95% anual, alcanzando la cifra total de 2.721 unidades a finales del año 2021. Del mismo modo, aunque el Ramo de automóviles se sigue posicionando como el Ramo dominador en cuanto número de pólizas alcanzando las 807.345 unidades, se observa la misma tendencia descendente de pólizas del año 2020, alcanzando en 2021 una disminución del 0,92% respecto a las 814.842 unidades del 2020.

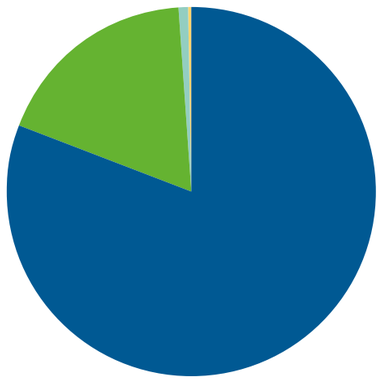
Volumen de cartera por Ramo 2021



67% Autos 807.345
26% Patrimoniales 311.233
5% Vida 67.893
2% Otros 24.022

Por último, la facturación por Ramos sigue precisamente la tendencia mostrada en el volumen de cartera por Ramo. Se observa como es el Ramo de autos el que más millones factura para la Mutua, alcanzando un 81% de los ingresos con 266.232 miles de euros. Detrás se encuentra el Ramo de patrimoniales, con un 18% de la facturación y alcanzando los 59.363 miles de euros. Por último, cabría destacar el Ramo que aglomera al resto de Ramos en la categoría de ¨otros¨ con menos del 1% de los ingresos y sumando 2.584 miles de euros, y vida, representando un 0,2% de la facturación, así como 576 mil euros.

Facturación por Ramos
(miles de €)



81,0% Autos 266.232
18,0% Patrimoniales 59.363
0,8% Otros seguros 2.584
0,2% Vida 576

Primas

El **volumen total de primas** ha alcanzado los **328,8 millones de euros** lo que supone un 4,7% menos que en 2020. Esto se debe fundamentalmente al descenso en el Ramo de automóviles (5,2% de reducción).

Siniestralidad

Pelayo apuesta por una **dinámica de contratación conservadora** con el objetivo de contar con una cartera equilibrada, que le permita hacer frente a un repentino aumento de la siniestralidad en un Ramo, sin necesidad de subir las tarifas en el resto. La apuesta de Pelayo por una cartera de calidad le ha obligado a establecer procedimientos selectivos, habiendo quedado demostrado el éxito de los mismos. No obstante, ha habido incrementos en la frecuencia consecuencia directa de la vuelta a una cierta normalidad tras la situación provocada por la pandemia en el 2020.

Ramo de automóviles (*)

22,2% frecuencia en daños materiales 2021 ▲ 19% en 2020

2% frecuencia en daños personales 2021 ▲ 2% en 2020

(*) Incluye negocios especiales a partir de 2020.

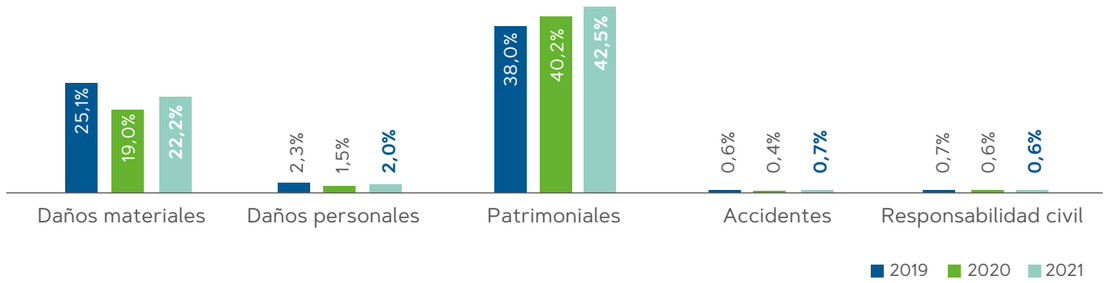
Ramos diversos

42,5% en patrimoniales en 2021 ▲ 40,2% en 2020

0,7% en accidentes en 2021 ▲ 0,4% en 2020

0,6% en responsabilidad civil en 2021 = 0,6% en 2020

Evolución temporal de la frecuencia de daños en los Ramos de automóviles y diversos



Costes medios

Pelayo tiene como objetivo optimizar los costes medios y por ello ha seguido trabajando en 2021 en la **consolidación de su red de colaboradores** a nivel nacional y en el **seguimiento exhaustivo de la tramitación de los expedientes**. Además, ha continuado luchando contra el fraude, ya que entiende que es uno de los puntos clave para el control de los costes medios. Esto ha convertido a Pelayo en un referente en el sector liderando los distintos comités y comisiones especializadas que participan de las decisiones en este ámbito, como en UNESPA, ICEA o Centro Zaragoza, entre otros. Además, colabora en el desarrollo e implementación de herramientas y bases de datos sectoriales que permitan identificar y gestionar de manera más eficaz los elementos que confluyen en el fraude de siniestros.

Ramos de automóviles (*)

458€ en daños materiales ▲ 4€ sobre 2020

4.863€ en daños personales ▼ 399€ sobre 2020

(*) Incluye negocios especiales a partir de 2020

Ramos diversos

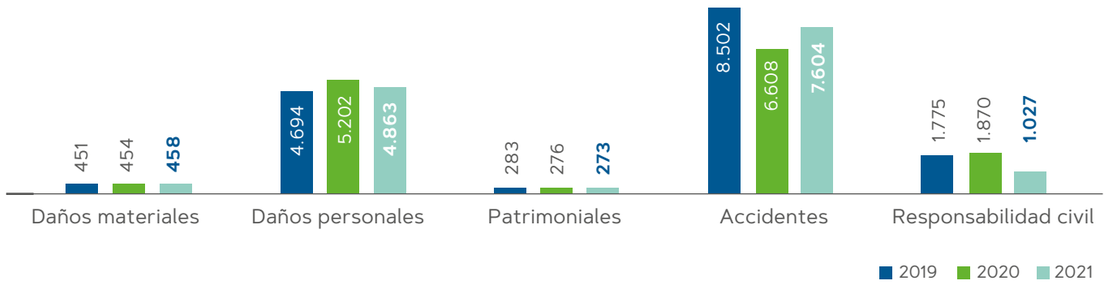
273€ en patrimoniales ▼ 3€ sobre 2020

7.604€ en accidentes ▲ 996€ sobre 2020

1.027€ en responsabilidad civil ▼ 843€ sobre 2020

Durante 2021, en el Ramo de automóviles, han disminuido en 339 euros los costes medios de daños personales habiendo aumentado únicamente en 4 euros el de materiales.

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



Ahorro medio por siniestro

Año	Presunción (expedientes)	Confirmación (expedientes)	Confirmación/ presunción	Ahorro (miles de euros)	Ahorro medio por siniestro (euros)
2019	21.347	11.571	54,2%	16.242	1.404
2020	13.573	9.402	69,3%	18.299	1.348
2021	**13.745**	**9.464**	**68,8%**	**14.343**	**1.044**

Durante el año 2021 se ha trabajado intensamente en la formación y asentamiento de las operativas para la lucha contra el fraude. Aunque ha existido cierta recuperación de los volúmenes de siniestros, por la paulatina vuelta a la normalidad tras la pandemia, todavía no se han alcanzado niveles previos de declaración. Esto, junto a la incorporación de herramientas analíticas a la detección más precisas, han propiciado que los volúmenes de expedientes con presunción de fraude sean sensiblemente inferiores a los años anteriores. No obstante, los índices de eficacia en la confirmación del fraude han mejorado sustancialmente gracias a estas herramientas de detección. Aunque los datos de detección y confirmación son similares al año anterior, se ha producido, no obstante, una reducción del ahorro medio por factores coyunturales.

Además de la detección e investigación de fraudes, en este ejercicio se han realizado grandes avances en la reducción de vulnerabilidades en los procesos de contratación frente a las tramas y en la definición de los productos y, fundamentalmente, sus exclusiones, para evitar que algunas conductas fraudulentas queden cubiertas al amparo de la redacción contractual.

Hay que destacar que, durante este año, se han realizado importantes avances en la especialización y mejora de los procesos de detección e investigación en los siniestros con lesionados y en el Ramo de hogar. La consolidación del trabajo de estos especialistas permite esperar una mejora en los resultados de los próximos años.

Lucha contra el fraude

La especialización en la lucha contra el fraude continúa siendo clave para afrontar las dificultades añadidas a las que nos enfrentamos en este tipo de gestión. Se han producido importantes avances en este sentido en la detección e investigación de lesionados o siniestros de hogar.

Una vez más, esta manera de actuar nos ha llevado a obtener grandes resultados en el fallo del Concurso de Fraudes Sectorial de ICEA de la anterior convocatoria, emitido en marzo 2021, que nos ha mantenido a la cabeza del sector.

Tasa de siniestralidad

Durante 2021 ha aumentado la **tasa de siniestralidad total**, situándose en un 65,5% frente al 59,7% de 2020, consecuencia directa de la vuelta a una cierta normalidad tras la situación provocada por la pandemia en el 2020. Por su parte, las primas imputadas han experimentado una reducción significativa, del 4,1%, y los costes totales por siniestralidad un incremento del 5,2%, respecto al año anterior.

Ramos de automóviles (*)

60,6% en automóviles ▲ 49,9% en 2020

Ramos diversos (*)

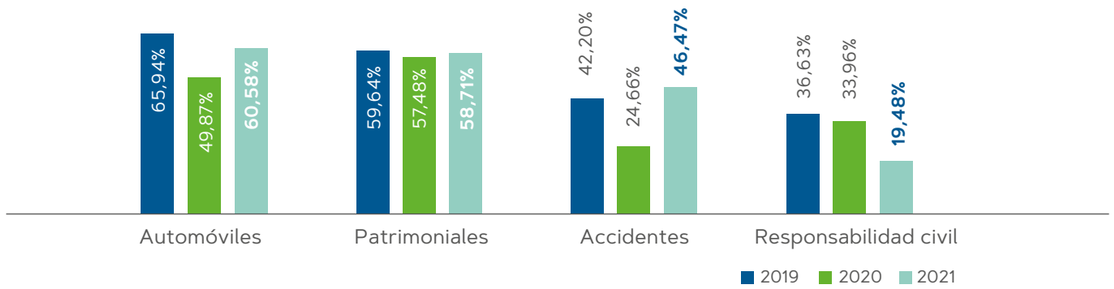
58,7% en patrimoniales ▲ 57,5% en 2020

46,5% en accidentes ▲ 24,7% en 2020

19,5% en responsabilidad civil ▼ 34,0% en 2020

(*) Tasas siniestralidad por Ramos no incluyen asistencia en viaje, ni gastos que no estén directamente asociados a los siniestros.

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



Reaseguro cedido no vida (euros)

	2019	2020	2021
Primas imputadas (miles de euros)	365.786	350.256	**336.063**
Siniestralidad total (miles de euros)	250.426	209.256	**220.071**
Tasa de siniestralidad	68,5%	59,7%	**65,5%**

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

Reaseguro cedido

En lo relativo al reaseguro cedido, Pelayo mantiene sus **contratos XL y Cuota Parte con algunas de las principales y más solventes reaseguradoras** mundiales que operan en España. En estos contratos queda excluida la cobertura de asistencia en viaje prestada directamente por RACE. En cuanto a la cobertura y prioridad de los contratos de reaseguro en el Ramo de automóviles, se ha continuado estableciendo una cobertura en exceso de 750.000 euros. En 2021 ha disminuido la provisión para prestaciones de reaseguro cedido de no vida en un 17,5%, principalmente en el Ramo de autos, y se han incrementado las prestaciones pagadas en un 2,2%, y las primas han disminuido en un 1,2%, ya que en 2021 se ha producido un mantenimiento de las condiciones de los contratos firmados en 2020.

Reaseguro cedido no vida (euros)

	2019	2020	2021
Prestaciones pagadas	23.347.860	23.362.240	**23.877.538**
Provisión para prestaciones	16.466.357	12.721.552	**10.497.541**
Primas de reaseguro	29.907.287	29.966.450	**29.613.452**

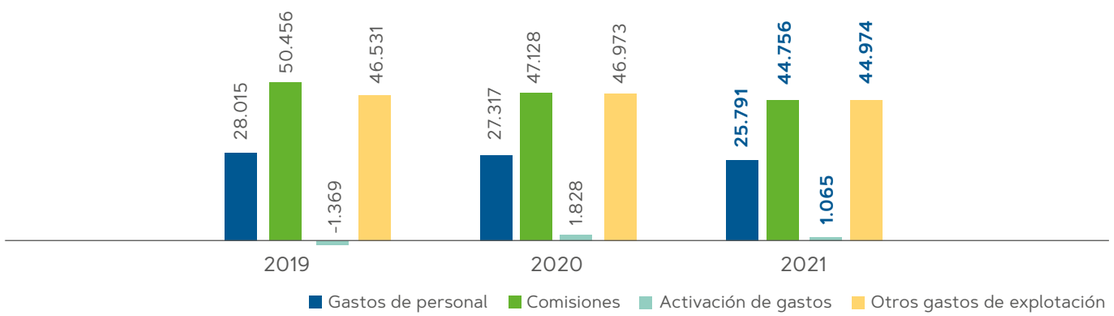
Gastos de gestión

Los gastos de gestión reales alcanzaron en 2021 los **116,6 millones de euros** frente a los 123,2 millones de euros de 2020. En cuanto a los gastos clasificados por su naturaleza se han reducido en las cuatro agrupaciones, como se puede observar en el gráfico siguiente.

Planes y políticas de ahorro

El ratio de gastos del ejercicio ha sido inferior al del ejercicio anterior provocado por la disminución de gastos de personal, por unas menores comisiones y por los esfuerzos realizados en otros gastos de explotación. La Mutua continua con las políticas y planes de ahorro, diseñados en años anteriores, para adecuar la estructura de costes a la de ingresos.

Naturaleza del gasto (en miles de euros)



Ratio combinado

En su conjunto el **ratio combinado**, que engloba la siniestralidad más los gastos de gestión, se ha situado en un 100,2%, superior al 94,9% obtenido en 2020, como consecuencia del incremento de seis puntos porcentuales en la tasa de siniestralidad.

Evolución del ratio combinado total

	2019	2020	2021
Siniestrabilidad	68,5%	59,7%	**65,5%**
Gastos de gestión	33,8%	35,2%	**34,7%**
Ratio combinado	102,3%	94,9%	**100,2%**

Inversiones

En 2021 Pelayo ha seguido manteniendo **criterios conservadores de inversión**, siguiendo las directrices marcadas por el Consejo de Administración que aprueba las políticas y estrategias de inversión presentadas por la Comisión de Inversiones*. Pelayo mantiene actualizados dos Códigos de Conducta de Inversiones aprobados por el Consejo de Administración y la Asamblea de Mutualistas, así como la Política de Gestión del Riesgo de Inversión, Liquidez y Activos y Pasivos y el Manual correspondiente, que recogen tanto las políticas y estrategias como los procedimientos de inversión. Su adecuación y cumplimiento son evaluados por la Comisión de Inversiones y el departamento de Auditoría Interna. En 2021 el valor de mercado de las inversiones financieras ha tenido un ligero repunte con respecto al final del ejercicio anterior.

* Para más información sobre el funcionamiento de los órganos de gobierno, ver el apartado de Buen Gobierno.

Evolución y distribución de la cartera de inversiones

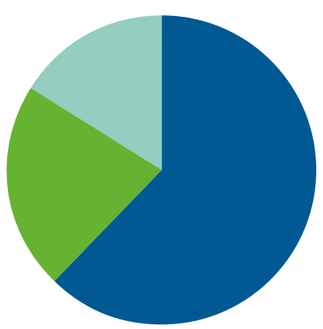
	2019			2020			2021		
	Valor mercado	%	Plusvalía/ Minusvalia	Valor mercado	%	Plusvalía/ Minusvalia	Valor mercado	%	Plusvalía/ Minusvalia
Monetario	262,2	53,8		163,3	35,1		**96,7**	**21,8**	
Renta Fijas	185,5	38,1	11,9	250,4	53,9	10,8	**282,8**	**62,3**	**9,0**
Renta Variable				1,3	0,3				
Fondos de inversión	36,3	7,4	0,7	46,0	9,9	-0,7	**72,0**	**15,9**	**3,4**
Otros	3,4	0,7		3,6	0,8				

	2019			2020			2021		
	Valor mercado	%	Plusvalía/ Minusvalia	Valor mercado	%	Plusvalía/ Minusvalia	Valor mercado	%	Plusvalía/ Minusvalia
Total inv. financieras	487,4	76,7	12,6	464,6	73,7	10,1	**456,2**	**73,6**	**12,3**
Total inv. materiales	148,4	23,3	53,9	165,4	26,3	55,1	**163,5**	**26,4**	**54,7**

La duración de la cartera financiera en el ejercicio 2021 se ha situado entre 4 y 5,3, frente a unas duraciones del ejercicio anterior entre 4,1 y 6,3 años. En 2021 Pelayo **ha mantenido**, con respecto al ejercicio 2020, **su nivel de rating medio en BBB**. La evolución de la rentabilidad de las inversiones de Pelayo para cada grupo de inversión a 31 de diciembre de los últimos ejercicios, comparada con la de los mercados de referencia, se refleja en el siguiente cuadro:

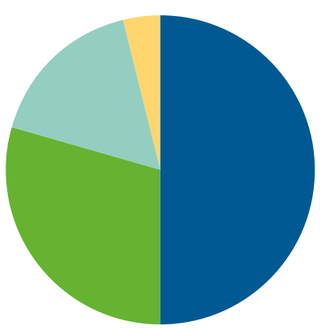
Descripción			2019	2020	2021
Corto plazo	Euribor	Semana	-0,49%	-0,59%	**-0,57%**
		Mes	-0,25%	-0,56%	**-0,58%**
	Mutua		0,03%	0,07%	**0,13%**
Renta fija	Deuda estado	5 Años	-0,08%	-0,44%	**0,08%**
		10 Años	0,46%	0,07%	**0,56%**
	Mutua		5,65%	2,93%	**2,56%**
Renta variable	**Ibex**		12,56%	-15,45%	**7,93%**
	Mutua		20,38%	3,86%	**7,85%**

Distribución de inversiones financieras



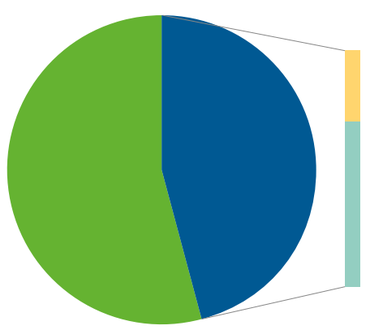
62,3% Renta fija
21,8% Monetarios
15,9% Fondo de inversión
0,0% Renta variable
0,0% Otros

Distribución de la cartera de renta fija por calificación



50,0% Media
16,7% Alta
29,5% BBB-
3,8% Excelente

Distribución renta fija



53,9% Renta corto plazo
46,1% Renta largo plazo
13,9% Estado
32,2% Privada

Solvencia

El Grupo Pelayo cuenta con una situación de solvencia muy sólida, con un ratio de cobertura de los fondos propios sobre el capital de solvencia exigido por la normativa del 2,4, en línea con los ratios de solvencia de años anteriores.

	2019	2020	2021 (T3)*
Ratio solvencia Grupo Pelayo	2,5	2,5	**2,5**
Ratio de solvencia Pelayo	2,8	2,9	**2,8**

* Se incluyen los últimos datos disponibles a fecha de cierre de este informe.

6.3. El cliente/mutualista: nuestra prioridad

Datos clave 2021

Mutualistas
827.728

Contactos de clientes
2,3 millones

Nuevos clientes
122.452

Ratio de retención
83,4%

Recomendaciones
92,5%
clientes recomendarían Pelayo

Tomadores de seguros por Ramos

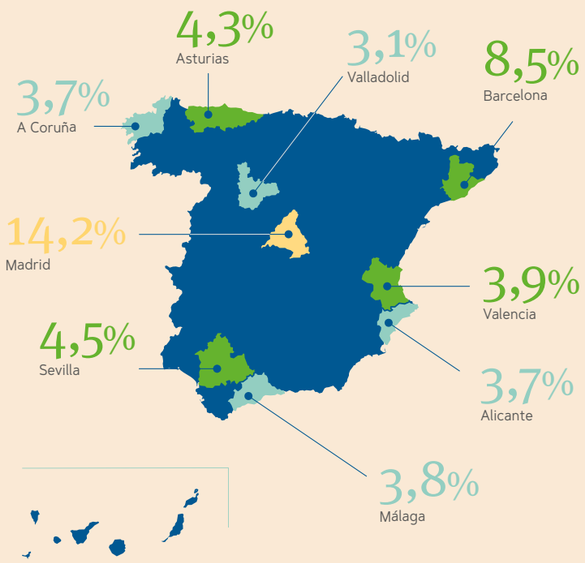
Autos
76,6%

Hogar
21,1%

Vida
2,0%

Otros
6,4%

Distribución territorial de clientes

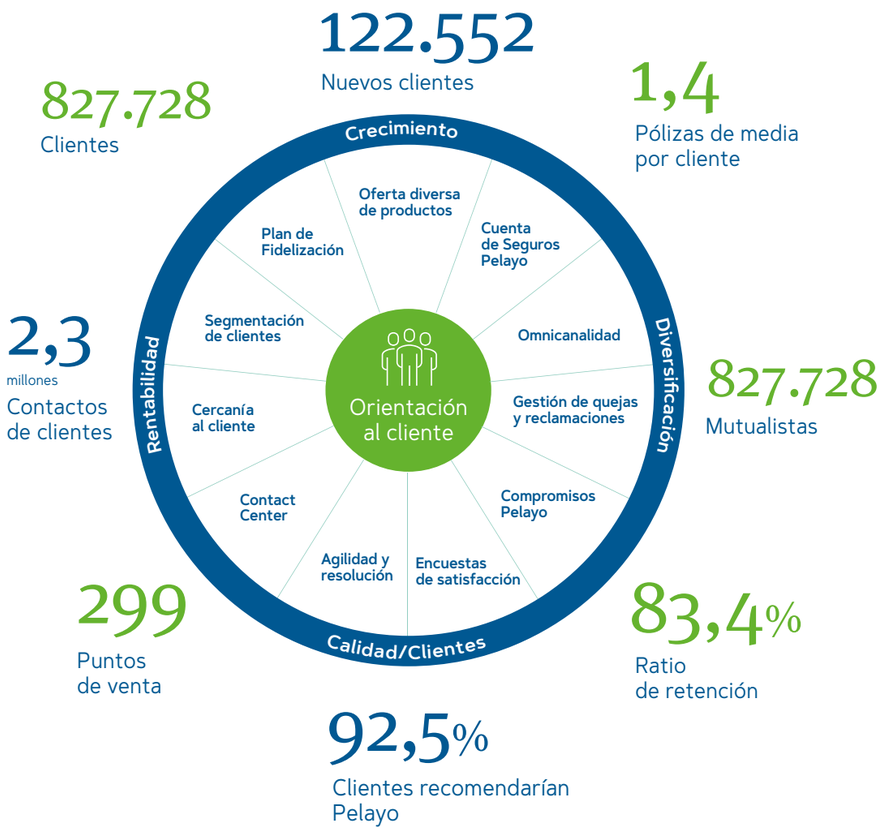


En el Plan Estratégico de Pelayo el foco está en el cliente, priorizando fidelizar y desarrollar a los clientes que aportan mayor valor.

Grupo Pelayo tiene muy claro que tanto la calidad en el servicio como la satisfacción de los clientes es su razón de ser. Los valores como compañía marcan el camino; la excelencia en el servicio, **la cercanía y el trato personalizado** son argumentos claves para que los clientes elijan a Pelayo y confíen en ella para cubrir sus necesidades de aseguramiento.

Para conseguirlo, durante 2021 se ha continuado trabajando transversalmente en proyectos multidisciplinares enfocados en seguir dando un excelente servicio a los clientes. El desarrollo tecnológico resulta fundamental en mejorar la satisfacción del cliente, al servir como un facilitador para optimizar la eficiencia de los procesos mediante los que se dan servicio, mejorar los tiempos de respuesta y ofrecer una visión 360º.

En el marco de esta estrategia y con la puesta en marcha de Panthea (CRM) se da un paso clave hacia la **omnicanalidad**, ya que permite la integración de todos los canales de contacto con el cliente. Con la omnicanalidad también se busca que los clientes puedan acceder a los productos y servicios por distintos canales de distribución de una forma coherente, consistente y sin fisuras, ofreciendo así al cliente una experiencia única y de calidad.



La **cercanía con el cliente** es uno de los valores más arraigados en Pelayo, lo que implica que todos los proyectos y procesos están orientados a ofrecer a los clientes canales adicionales que ayuden a aumentar el contacto de todos los departamentos que le cuidan, con el eje central del mediador. Hay momentos en el ciclo de vida del cliente en los que resulta clave que perciba a Pelayo como una **Mutua cercana** y con trato personalizado, como por ejemplo cuando ocurre un siniestro, permitiendo que evalúe su satisfacción al término del proceso. La nota dada por el cliente cuenta en la retribución variable de los gestores de la prestación. Otro aspecto en el que Pelayo se ha acercado al cliente ha sido con el desarrollo de los niveles de servicio, ya que, superando el marco de excelente servicio a todos los clientes, se han potenciado los niveles de servicio para los **clientes "Premium"**, los mejores de la Mutua.

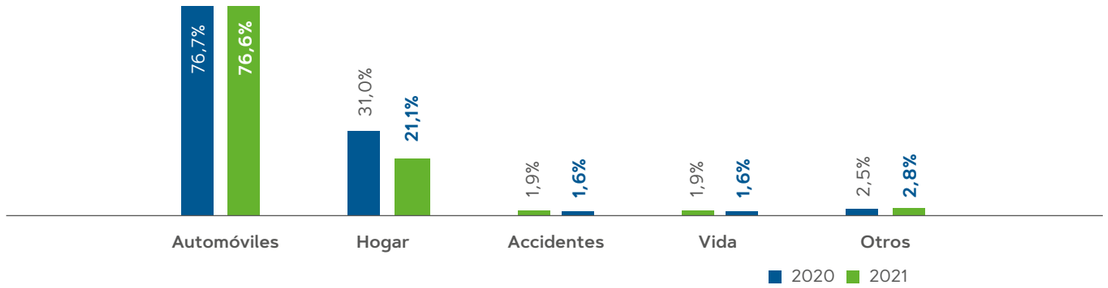
Por ello, durante este año 2021 Pelayo se ha centrado especialmente en **retener a sus mejores clientes**:

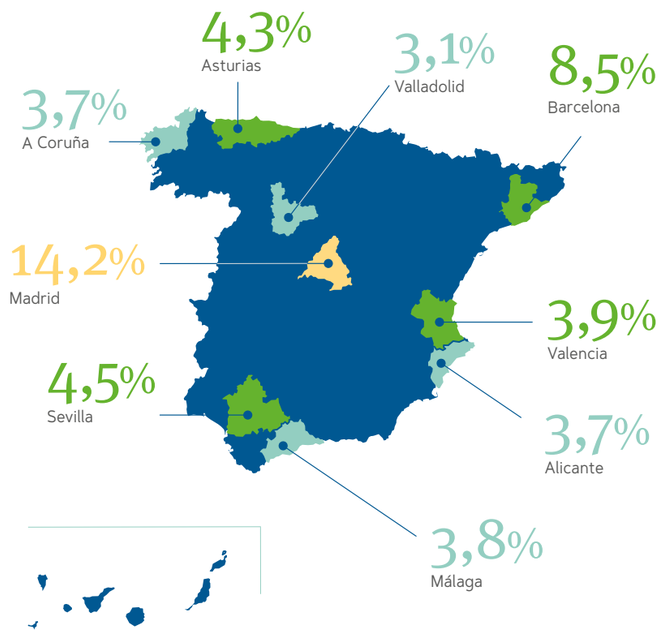
- Se ha habilitado diferentes herramientas y palancas para potenciar el foco en los mutualistas. La más importante de todas ellas ha sido la **creación del caso de Retención en el CRM Panthea**, lo que ha posibilitado poder monitorizar todos los hitos en el ciclo de vida del proceso, las palancas utilizadas con cada cliente cuando se consigue retener y, en el caso de no haber tenido éxito, las razones, agrupadas en diversas tipificaciones. Esta iniciativa ha abierto la puerta al estudio y toma de decisiones ágiles que contribuyan a reducir el porcentaje de bajas de clientes.
- Se ha potenciado el modelo de retención de autos y el de hogar.
- Aunque en 2021 el número de clientes ha disminuido un 2% con 827.728 clientes a cierre del ejercicio, esta tasa es significativamente inferior a la del año pasado, poniendo en evidencia el cambio de tendencia experimentado.

Dentro de la amplia cartera de productos ofrecida por Pelayo, el seguro con mayor número de tomadores es el de autos, representando el 76,6% del total, seguido del seguro de hogar en un 21,1%. El resto de Ramos suponen una menor presencia, habiendo un 1,6% en vida, un 1,6% en accidentes y un 2,8% en el resto.

La mayor parte de los clientes tienen contratada una sola póliza con Pelayo (74,5%), y en cuanto a la tenencia de pólizas por Ramos también la mayor parte se centran en un solo Ramo (el 87,4%), situándose en 12,6% aquellos clientes con más de un seguro contratado.

Tomadores de seguros por Ramo





Pelayo está presente en **todo el territorio nacional**, al igual que su cartera de clientes. La mayor parte de clientes se encuentra en la zona Norte (29,9%) y Este (27,5%), mientras que Sur supone el 23,4% y la zona Centro el 19,2%. Por provincias el mayor número de clientes se encuentra en Madrid (14,2% y cerca de 118.000 en total) y Barcelona (8,5% y casi 71.000), seguidas ya a mayor distancia por Sevilla (4,5%), Asturias (4,3%), Valencia (3,9%), Málaga (3,8%), La Coruña y Alicante (3,7%), y Valladolid (3,1%).

Perfil del mutualista

Se puede caracterizar al mutualista tipo de Pelayo como una persona física (97,43%), de sexo masculino (66,06%), de nacionalidad española (91,5%), con una edad media de 56 años y residente principalmente en núcleos de más de 10.000 habitantes y en capital de provincia. Además, es un cliente que presenta una antigüedad media como mutualista de 7 años y tiene contratadas con Pelayo una media de 1,4 pólizas, de las que 0,97 pertenecen al Ramo de autos, 0,36 al de hogar y el restante a otros Ramos.

La mayoría de los clientes tiene contratado un solo Ramo con Pelayo. De este modo, el 87,44% tienen un solo Ramo, el 11,26% dos, el 1,16% tres y el resto cuatro o más.

6.3.1. Interacción y comunicación con clientes

Pelayo tiene interiorizado que la relación con el cliente es clave para mantener la vinculación y mejorar la satisfacción en todo el ciclo de vida. Por eso, el acompañamiento al cliente desde el primer acercamiento a la Mutua y durante toda la anualidad de sus pólizas, resulta fundamental para captar nuevos clientes y fidelizarlos en un sector tan competitivo como el de los seguros.

Orientación al cliente

La orientación al cliente está presente tanto en los servicios centrales, como en el día a día de la compañía. Con esta premisa, durante el 2021 se ha puesto foco en dos iniciativas:

CRM Salesforce (Panthea)

Durante 2021, la iniciativa que ha copado el mayor esfuerzo de gran parte de los departamentos ha sido el CRM de Salesforce (Panthea), la herramienta líder del mercado. Si bien el año pasado se comenzó con una parte de la red propia de oficinas, este año se ha completado la implantación en el **canal agentes** y se ha comenzado con el área de Prestaciones y el *Contact Center*.

- El objetivo de este proyecto es el de dotar a todas las áreas clave que tratan con el cliente de una herramienta que ayude a prestarle un servicio excelente. Panthea aumenta el conocimiento del cliente y resulta útil para **fomentar la cercanía** con nuevas interacciones por canales presenciales y remotos, aspecto clave para impulsar la omnicanalidad.

Plan de fidelización

El Plan de Fidelización de Pelayo continúa representando un **eje clave** en el mantenimiento de los clientes, contribuyendo a reducir el porcentaje de abandono en dos puntos.

- Durante el 2021 se ha **maximizado el Plan de Fidelización**, extendiendo su aplicación no sólo a los clientes Premium, sino también a los Plus. Con el ánimo de continuar actualizando y mejorando este Plan, de modo que sea una herramienta más útil para agentes y clientes, se han efectuado investigaciones cualitativas y cuantitativas que han arrojado conclusiones respecto a qué cambios son convenientes hacer. Está previsto que se aborden durante el año 2022.

Canales de comunicación

En este año se ha comenzado a prestar el **servicio a los clientes desde redes sociales**, gestionando solicitudes de Twitter, Instagram y Facebook, generando que aparezca un nuevo canal de comunicación entre la Mutua y el cliente. La particularidad de este servicio es la **rapidez** que requiere frente a canales tradicionales por el impacto que puede tener asociado a la difusión. Asimismo, es imprescindible pasar la atención a modo privado debido a la protección de datos, y por ello tanto el equipo de Marketing y Clientes, así como el *Community Manager* de la empresa han formado a especialistas en este nuevo servicio.

Transformación estratégica del *Contact Center*: El año 2020 fue un acelerador para el impulso de líneas estratégicas debido al nuevo contexto del Covid-19, y el 2021 ha implicado su maduración e implantación. Por ello *Contact Center* ha cambiado definitivamente el modelo de trabajo, pasando a ser **remoto de forma estructural 100%** tras poner en marcha un piloto muy exigente testado durante la pandemia. Durante esos meses, se ha validado que no se comprometen los indicadores de gestión y que la operación se mantiene bajo parámetros de normalidad. Además, se ha trabajado en factores clave para la gestión de personas en la distancia, asegurando que el nivel de madurez es compatible con el trabajo en remoto. Dar este paso ha supuesto en los empleados que se **incremente la satisfacción y el compromiso con la empresa**, al favorecer la conciliación entre vida laboral y familiar. Ello se ve reflejado en los resultados de la encuesta de clima laboral *Great Place To Work*, los cuales muestran resultados muy positivos del *Contact Center*.

Otro de los puntos principales, como se ha comentado en la página anterior, es el **plan de fidelización de los clientes**. Para ello, se busca

personalizar y diferenciar el servicio, dando un impulso especial al **desarrollo de automatizaciones** que lleven a la autogestión. El objetivo de estas automatizaciones es ofrecer nuevas posibilidades a los clientes actuales y preparar un futuro cada vez más digital.

Para ello, Pelayo, está haciendo uso de la inteligencia **artificial de *voicebot***: Actualmente un cliente puede dar y consultar un parte, informarse sobre su recibo y solicitar documentación, dejando siempre la posibilidad de ser atendido por un operador, en cuyo caso se proporciona el conocimiento necesario, para que se produzca la continuidad del servicio.

Por lo tanto, la inteligencia artificial amplía el perfil de conocimiento de los operadores, donde tiene que convivir el conocimiento del servicio con el conocimiento de los nuevos canales. Tiene un papel fundamental ayudando y dando confianza a los clientes, enseñando el uso de automatismos, si así se requiere.

Sin duda el CRM, Salesforce/Panthea, es la solución de mayor impacto, al permitir estandarizar la relación con el Cliente desde cualquier canal de contacto, siendo el Contact Center el eje principal por concentrar el mayor volumen de datos anualmente.

Todos los operadores acceden a Panthea, para disponer de información integral de cada cliente y poder adelantarse a las necesidades, siendo más proactivos y ágiles al tener un mejor conocimiento de sus clientes.

87%

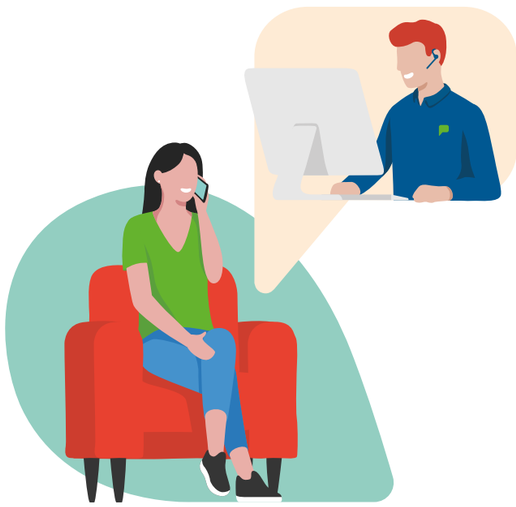
El Contact Center es un excelente lugar para trabajar

90%
Trata justo

83%
Camaradería

90%
Satisfacción Comunicación

90%
Orgullo de pertenencia



En definitiva, esta transformación estratégica:

- Ha permitido poner en marcha servicios automatizados, mejorando la eficiencia, la actividad y optimizando los recursos en los servicios.
- Busca a lo largo de 2022 adaptar la actividad propia de cada servicio a Panthea, optimizando los modelos operativos, automatizando procesos y sincronizando canales con el resto de la Mutua, dando un gran paso en la omnicanalidad con los clientes.

A continuación, se puede observar todas las actividades que el *Contact Center* lleva a cabo desde el año 2019, así como su cierre presupuestario y un gráfico a modo de resumen con las tareas más relevantes a nivel porcentual que el centro realiza.

Principales resultados de la actividad del *Contact Center*	2019	2020	2021
Composición de los principales servicios del *Contact Center*			
Asistencia en viaje	27,0%	27,6%	**28%**
Cartera	15,2%	16,6%	**15,9%**
Retención de clientes	12,5%	11,7%	**12,2%**
Siniestros Diversos-Apertura y consulta	19,3%	23,7%	**22,1%**
Siniestros Autos-Apertura y Consulta	21,7%	16,3%	**15,5%**
Canal financiero y grandes cuentas	4,3%	4,1%	**6,3%**
Número de contactos gestionados:	2.400.000	2.160.000	**2.322.833**
% Llamadas entrantes	55%	57%	**54%**
% Llamadas salientes	35%	34%	**35%**
% Gestión vía email	10%	9%	**11%**
Horas de operación	278.560	257.297	**268.964**
Media de contactos por cliente	2,72	2,54	**2,8**
Aperturas de siniestros de autos	69.763	50.957	**49.501**
% sobre el total de partes	30%	29%	**26,7%**
Desvío a taller garantizado	44,2%	48,9%	**50,8%**
Aperturas de siniestros diversos	119.235	114.997	**94.414**
Pólizas recuperadas	17.598	17.598	**22.851**
Efectividad positivos/útiles en retención	50%	51%	**59%**
Efectividad de contacto CRC	77%	80%	**81%**
Implantación de monitorizaciones de supervisión	10.676	5.782	**6.560**
Empleados del *Contact Center*	230	237	**215**
Empleados con discapacidad	2,7%	2,4%	**2,4%**
% Supervisores y operadores	93%	93%	**94%**
Superávit cuenta de gastos	5,1%	0,5%	**1,4%**
Drivers reales sobre previstos	-8%	-11%	**-8%**
Recursos reales sobre previstos	-2%	-4,8%	**-2,6%**

Composición de los principales servicios del *Contact Center*

28,0% Asistencia en viaje
22,1% Siniestros Diversos apertura y consulta
15,9% Gestión de cartera
15,5% Siniestros Autos de apertura y consulta
12,2% Retención de clientes
6,3% Canal financiero y grandes cuentas

Como se puede observar, los principales servicios del Contact Center se encuentran concentrados tanto en la asistencia de viaje (28,0%), como en siniestros diversos apertura y consulta (22,1%). Seguidamente, con un porcentaje del 15%, se observa la gestión de cartera y los siniestros de autos de apertura y consulta. En último lugar, se encuentra la retención de clientes (12,2%) y el canal financiero y grandes cuentas (6,3%).

La eficiencia en la gestión ha hecho que el *Contact Center* mantenga un alto nivel de calidad en los servicios que presta, gracias a la adaptación de los recursos a la actividad, y a un sistema de remuneración variable que tiene en cuenta no solo los objetivos de cada uno de los trabajadores individualmente, sino también los resultados de la organización. La muestra son el 50,8% de desvío a Taller Garantizado, que ha aportado un ahorro de 4,9 millones, la efectividad del 59% de pólizas recuperadas de posibles bajas, que supone 7,5 millones. Además de los 2,5 millones de cobro con tarjeta. Se culmina el año con un superávit presupuestario del 1,48%.

Cierre presupuestario del *Contact Center* 2021	
Retención	7,5 millones de euros
Desvío a taller garantizado	4,9 millones de euros
Cobro con tarjeta	2,5 millones de euros
Total	14,9 millones de euros

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 Pelayo se materializa en las acciones formativas que se emprenden anualmente 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, se dispone de una **Política de Privacidad** que sigue los principios de licitud, lealtad y transparencia, accesible a todos los interesados.

Reglamento Europeo (UE) 2016/679

La aplicación directa desde el día 25 de mayo de 2018 de esta norma europea sobre el tratamiento de datos personales, ha conllevado el **desarrollo y ejecución de los diferentes planes de actuación y medidas** establecidas previamente para la adaptación a esta normativa. De esta forma, Pelayo garantiza que los tratamientos de datos que se llevan a cabo a partir de esa fecha se adecúan a los requerimientos y obligaciones derivadas de este reglamento.

6.3.2. Relación con el cliente a través del *Contact Center*

Como ha sido mencionado con anterioridad, el *Contact Center* representa una de las vías clave de comunicación con el cliente, pero además este centro de contacto implica dos puntos fundamentales para Pelayo:

- Contribuye a la **transformación empresarial**, que está en el centro de todas las líneas del Plan Estratégico de Pelayo, marcando objetivos de trabajo cuyos resultados inciden directamente en los resultados de la empresa y la calidad en la atención y prestación de servicios al cliente.

- Representa **la voz de la Mutua para el cliente**, gestionando la atención integral a toda la cartera y a los mediadores para prestarles servicios de forma eficiente, efectiva y ágil, concentrando la mayor experiencia y conocimiento directo del cliente en la mayoría de los procesos de Pelayo.

La contribución más importante para mejorar la experiencia de los clientes se encuentra en **la integración de la información** recopilada a través del *Contact Center*, en los proyectos estratégicos de Pelayo. Durante este proceso, es inestimable la experiencia y el conocimiento del equipo para el diseño de procesos eficientes y operativas que garanticen la máxima calidad en el trabajo; manteniendo de manera efectiva un sistema de mejora continua, mostrando su capacidad de adaptación y agilidad frente a los cambios y cumpliendo los compromisos con los clientes para dar respuesta a la solicitud de servicios de forma personalizada a cada situación.

Además, en 2021 Pelayo ha trasformado su marca con un cambio en la forma de comunicarse con los clientes, **"diálogos de tú a tú"**, consiguiendo que la marca disfrute de esa identidad. Por ello, en *Contact Center* todo comienza con un buen diálogo, con el compromiso de Pelayo de estar cerca de los clientes, buscando soluciones ágiles, y respuestas que rompen con el hábito de hablar de usted a los clientes.

¿Qué hay detrás de nuestro concepto?

Hablar nos acerca

Diálogo

El comienzo de todo siempre es un buen diálogo.

De tú a tú

Somos un equipo humano que busca respuestas para ti.

Cercanía

Tenemos un compromiso por estar cerca de las personas

Los servicios ofertados por la Mutua dentro del sistema de comunicación son:

Captación
Verificaciones (contratación)
Alta de póliza

Desarrollo del cliente
Gestión documental
Modificaciones póliza
Cobro póliza
Consultas de información
Fidelización

Prestación del servicio
Asistencia en Viaje
Aperturas Trámites Autos
Aperturas Trámites diversos
Consulta Autos
Consulta Diversos
Asignación Talleres
Hojas de visita
Casos sin cobertura Autos y diversos

Retención y recobro
Acciones retención y recobro

Baja
Solicitudes de baja
Grabación baja

IQR
Grabación de quejas
Grabación Reclamaciones

Cliente final	C. Financiero y GGCC	Mediadores y Corredores	VAD	Proveedores	Oficinas	SAM	Partes del proceso automatizadas

En el *Contact Center* se sigue de forma constante **mediciones de satisfacción** y se comprueba que los resultados se mantienen muy positivos en base a las encuestas a clientes. A continuación, se recogen los resultados del Índice de Satisfacción de Clientes en 2021:

	2021
Valoración del servicio telefónico	96%
Valoración de la atención del operador	97%
Encuesta de índice de satisfacción de clientes (ISC)	248.872
Clientes que recomendarían Pelayo	92%
Incremento de las felicitaciones (Clientes de hogar u otros significativos)	93%

6.3.3. Sistema de Gestión de Calidad y Sistema de Gestión Universal

Además, debido a su importancia el *Contact Center* dispone de un Sistema de Gestión de la Calidad (UNE-EN ISO 9001:2015), basados en un Mapa de Procesos compuesto por 43 procesos que engloban todas las gestiones que se realizan para los clientes en el *Contact Center* y de áreas que se encuentran dentro del alcance de las certificaciones.

Grupo Pelayo dispone de un sistema de Accesibilidad Universal (UNE 170001-2:2007), para los edificios de Santa Engracia, Rufino González y polígono de las Hervencias en Ávila.

AENOR Accesibilidad Registrada UNE 170001-1

Norma UNE 170001-1 Criterios DALCO

La organización debe garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso y utilización de los entornos de trabajo donde realiza su actividad y, por consiguiente, de los bienes y servicios que presta. **Para ello, debe adoptar las medidas que aseguren la accesibilidad universal de los mismos.**

Deambulación
Aprehensión
Localización
Comunicación

AENOR Accesibilidad Registrada UNE 170001-2

Norma UNE 170001-2 Sistema de gestión

Un sistema de gestión de la accesibilidad es el conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para establecer la política y los objetivos, con el fin de dirigir y controlar una organización con respecto a la accesibilidad. **La organización debe establecer, documentar, implantar y mantener este sistema de gestión**

Política y objetivos
Planes de trabajo
Inserción de personas con discapacidad
Encuestas accesibilidad

En la renovación anual de las certificaciones, se han obtenido excelentes resultados no detectándose ninguna "No Conformidad" y destacando positivamente los siguientes puntos:

Gestión de calidad

- La **alta valoración en las encuestas de ISC** por los clientes 99% atención operador, destacando el servicio de Retención.
- La **implantación de la firma digital** como mejora en eficiencia.
- La **implantación del modelo de trabajo en remoto** de forma permanente en *Contact Center* y una jornada de trabajo flexible para el resto de personal de la empresa, favoreciendo la conciliación y retención de Talento.
- El **seguimiento constante con equipos transversales** para asegurar las funcionalidades del Asistente Virtual en la automatización de servicios.

Estar certificados en este sistema de gestión permite garantizar que los clientes van a recibir un servicio de calidad, que proviene de una metodología basada en un sistema de mejora continua cuyo principal principio es el enfoque al cliente.

Accesibilidad Universal

- El premio que ha galardonado a Pelayo Mutua de Seguros y Reaseguros Randstad por la "Inclusión laboral de personas con discapacidad" en categoría Gran Empresa. Así como el reconocimiento de *Great Place To Work* en Diversidad, como una de las mejores empresas para trabajar en España.
- El reconocimiento como "empresa familiarmente responsable" con nivel de Excelencia que ha concedido a Pelayo la Fundación Másfamilia, por las medidas adoptadas para la conciliación y diversidad en su plantilla, (reconocimiento solo otorgado a 34 empresas de las más de 800 en España, Portugal y América).
- El acuerdo al que ha llegado de colaboración con Fundación ONCE e Inserta Empleo en el proyecto Mujeres en Modo ON-VG, para la integración de mujeres con discapacidad que han sufrido violencia de género.

Estar certificados en este sistema de gestión permite garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso y utilización de los entornos de trabajo por todos los empleados independientemente del tipo de discapacidad que se tenga, al adaptar los puestos de trabajo.

6.3.4. Satisfacción del cliente

Durante el año se realizan una serie de estudios, desde distintas áreas del negocio, que tienen por objeto pulsar periódicamente la opinión y el grado de satisfacción de los clientes en diferentes aspectos y procesos del negocio y que permiten a Pelayo identificar oportunidades de mejora.

Barómetro de satisfacción de clientes en autos y en hogar

Se trata de un **estudio sectorial que elabora ICEA** mediante el que se realizan 20.000 encuestas trimestrales *online* dirigidas a asegurados de diferentes compañías del sector. El encuestado valora su intención de recomendar, su satisfacción y su intención de continuar con los seguros que tiene contratados. Además, añade los motivos por los que recomienda a su entidad. De este modo, se obtiene el **índice de recomendación de la 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 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 realizar esta clasificación, se distinguen diferentes *targets*, en función del momento de vida del cliente y de su vinculación con la aseguradora. Para cada grupo se analizan diferentes aspectos:

Clientes de reciente contratación

- Experiencia durante el proceso de compra.
- Satisfacción durante la contratación.
- Conocimiento del producto contratado.

Clientes con renovación reciente

- Experiencia durante el proceso de renovación.
- Recomendación de la compañía.

Clientes sin relación con la Entidad

- Percepción del producto y coberturas.
- Expectativa del servicio y de recomendación.

Clientes con prestación

- Experiencia durante el proceso de comunicación.
- Satisfacción con la prestación.
- Relación entre fidelidad y satisfacción del cliente.

sigue leyendo →

continuación

Los estudios realizados en 2021 concluyen que el 78,5% de los clientes de autos valoran su satisfacción general con una nota por encima de 7. Destacan las siguientes conclusiones por grupo de estudio:

- El 79,5% de **clientes de reciente contratación** valoran positivamente (por encima de 7) el servicio recibido, un punto por encima de la media general del sector, destacando la valoración de la relación entre el precio y las coberturas.
- Los **clientes que han renovado** recientemente su póliza han valorado por encima de 7 su grado de satisfacción en un 79,5%, destacando como mejor valorados la información facilitada en la documentación de la renovación con un 86,6% y la facilidad en las gestiones con un 72,7%.
- Por su parte, el 82,1% de los **clientes que han recibido algún tipo de prestación** puntúan por encima de 7 su satisfacción general. Destacan la facilidad del contacto con la Entidad (81,9%) y la información de los pasos a seguir (83,8%). Además, los clientes de Pelayo consideran que la compañía actúa de una manera rápida en la peritación (80,2%) y en la reparación (75,8%), destacando la calidad de la reparación (81,6%). Adicionalmente, un 87,1% de los clientes aprecian la sencillez del lenguaje utilizado y el 82,6% valoran el interés de Pelayo en la gestión.

Entre los clientes que no se han encontrado en ninguna de las situaciones mencionadas anteriormente, Pelayo ha continuado recibiendo muy buena valoración, destacando en la adaptación del seguro a sus necesidades o en la adecuada relación entre precio y coberturas, aspectos en los que se sitúa en valores similares a la media del mercado.

Tracking de satisfacción con la atención en siniestros de auto y hogar

Se trata de un estudio de seguimiento periódico liderado desde el departamento de Prestaciones y realizado por el instituto de investigación Stiga, que tiene por objetivo **conocer las expectativas y el nivel de satisfacción** de los clientes de Pelayo con la atención de siniestros de automóvil y hogar.

Desde 2015 se realizan 200 encuestas mensuales, es decir, un total de 2.400 anualmente, para clientes con autorización de contacto. Las encuestas son telefónicas, de entre 4 y 8 minutos, para 4 tipos distintos de procesos (daños materiales sin tramitación, daños materiales con tramitación, reclamación de daños personales y pérdidas totales) con incidencia directa en la satisfacción de cliente. Se valoran 5 bloques de información en autos: Trato en la comunicación del parte, tramitación, red de talleres, agilidad en la peritación y gestión del taller. Para los siniestros de hogar también se valoran 5 bloques de información: trato en la comunicación del parte, tramitador, peritación, reparadores e indemnización.

De estas encuestas se obtienen cuatro indicadores (satisfacción global, satisfacción en relación a expectativas, satisfacción con el servicio prestado y NPS).

El indicador de satisfacción para el año 2021 se ha situado en **8,83** (sobre 10) para siniestros de auto y **8,53** para siniestros en el hogar.

Encuestas de satisfacción *Contact Center*

La metodología de encuestas en el *Contact Center* se basa en el ofrecimiento de la misma en cada llamada telefónica que se presta a los clientes de Pelayo, tanto entrante como saliente, a la finalización de la gestión y de todos los servicios prestados al cliente. El sistema de locución de la encuesta es a través de la Respuesta de Voz Interactiva (IVR) que lanza 3 preguntas: valoración del servicio telefónico, valoración de la atención del operador y recomendación de Pelayo.

En 2021 se han realizado **297.745** encuestas directas a los clientes, obteniendo los siguientes resultados:

- El 92,5% recomendarían Pelayo como compañía aseguradora.
- El 95,7% valoran positivamente el servicio telefónico recibido.
- El 97,2% valoran positivamente la atención del operador.

Encuestas de valoración de los reparadores en siniestros de hogar

Estas encuestas recogen la opinión del cliente de seguros de hogar que ha sufrido un siniestro para valorar el servicio prestado por las empresas colaboradoras (reparadores), con objeto de conocer la percepción de calidad de los asegurados sobre la actuación de los colaboradores, detectando así aspectos a mejorar. También se pregunta directamente a los clientes si recomendarían el servicio prestado por Pelayo.

En el ejercicio 2021 los clientes han tenido una satisfacción de **6,98** para el servicio global de siniestros de hogar y de **7,32** con el servicio prestado de urgencia (en ambos casos sobre 9 de valoración máxima). Asimismo, un **74,4%** de clientes recomiendan el servicio globalmente y también un **79,5%** el servicio de urgencia.

Encuestas de valoración de los prestatarios de asistencia de viaje

Estas encuestas de satisfacción tienen como finalidad evaluar la percepción del cliente sobre el servicio prestado en la asistencia en viaje por Pelayo, tanto globalmente como en determinados aspectos claves del proceso. Con esta evaluación, además, se pueden detectar elementos de mejora del servicio a partir de las sugerencias o indicaciones que hacen los clientes. Para ello, se realiza una encuesta telefónica durante la semana inmediatamente posterior a la fecha de solicitud del servicio de asistencia en viaje, utilizando un cuestionario que incluye la percepción del cliente sobre los puntos claves del proceso (valoración del tiempo de llegada de la grúa, el trato y profesionalidad del proveedor, la imagen y estado de la grúa y la recomendación del servicio). Las valoraciones se realizan de 0 a 9 puntos salvo en la recomendación que se computan sólo las respuestas afirmativas.

La valoración media de la prestación de remolque y reparación in situ es del 96,7%.

Gestión de quejas y reclamaciones

El **Servicio de Atención al Cliente** atiende y gestiona las quejas y reclamaciones que se interponen a Pelayo. Durante el año 2021 se ha realizado la integración completa del Servicio de Atención al Cliente en el entorno de Panthea que ha permitido dar respuesta a gran número de reclamaciones en un plazo no superior a cinco días, circunstancia que redunda en la calidad percibida por los clientes de Pelayo Mutua de Seguros y que demuestra el afán continuo de mejora hacia los mutualistas, además va a permitir un análisis más eficiente de las disconformidades recibidas para enfocar proyectos de mejora y proximidad hacia los asegurados.

El procedimiento de resolución de las reclamaciones, en cumplimiento de la normativa vigente, es de 1 mes. No obstante, en coherencia a la estrategia de excelencia de servicio de Pelayo, el tiempo medio de respuesta es inferior a dicho plazo. Como muestra del **compromiso Pelayo** 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.

A lo largo del año 2021, la Entidad tramitó a través del Servicio de Atención al Cliente y del Defensor del Cliente un total de **4.235 reclamaciones**. Las reclamaciones originadas tras la declaración de un siniestro siguen siendo mayoritarias.

En última instancia, en el caso de que la reclamación sea desestimada por Pelayo y/o por el Defensor del Cliente, el cliente puede acudir a la Dirección General de Seguros.

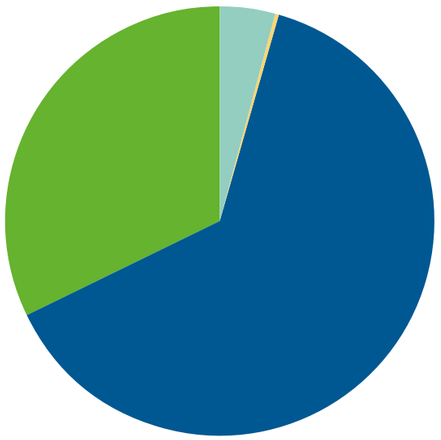
En 2021 el SAC (Servicio de Atención al Cliente) ha recibido y resuelto **3.923 reclamaciones**, frente a las **4.499** del año anterior, de las cuales el 79,99% han sido desestimatorias.

Pelayo cuenta con la figura del Defensor del Cliente representada desde 2016 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 otra vía totalmente válida por la que el cliente puede tramitar su reclamación.

En 2021 el Defensor del Cliente ha recibido y resuelto **312 reclamaciones** frente a las 758 del año anterior, de las cuales el 79,17% han sido desestimatorias.

En este ejercicio 2021 se han recibido **178 reclamaciones** presentadas a través de la Dirección General de Seguros, frente a las 183 de 2020, reflejando una disminución respecto al ejercicio anterior.

Número de reclamaciones por tipo



63,4% Siniestros
32,1% Comercial
4,4% Asistencia
0,1% Multas

En 2021 el plazo medio de resolución ha sido de 18,8 días para las reclamaciones, plazo superior al habitual en ejercicios anteriores consecuencia de la puesta en marcha de una serie de procesos de mejora hacia el cliente que han tenido un tiempo de transición y que ha empezado ya a dar resultados en el segundo semestre del ejercicio cuyo plazo medio ha sido 15 días, volviendo a estar por debajo de la media del sector.

Responsabilidad sobre el producto

Pelayo sigue **adaptándose a los cambios normativos** relacionados con las políticas de gobernanza en materia de gestión de productos dentro del sector seguros, modificando sus procesos, con el objetivo de presentar de manera clara y sencilla todos los servicios y productos con el fin de realizar un cumplimiento estricto de la norma europea. Esta normativa **asegura a los clientes productos adaptados a sus necesidades**, siendo esta la primera prioridad a la hora de diseñar el porfolio de oferta.

Se revisa constantemente el mercado con el objetivo de conocer las demandas de los clientes y mediadores, **estableciendo canales de comunicación** que permiten conocer las necesidades con el objeto de incorporar en las pólizas, coberturas y servicios de valor añadido. Para ello, **se sistematizan estudios de competencia internos y externos** que permiten identificar qué es lo que realmente preocupa a los clientes y mediadores, con el objetivo de desarrollar **nuevas soluciones**. De esta manera los clientes disponen desde el primer momento, tanto en la información previa a la contratación, el proyecto de seguro, como en la póliza, del detalle de las coberturas incluidas, los límites, la definición y cómo acceder a todos los servicios.

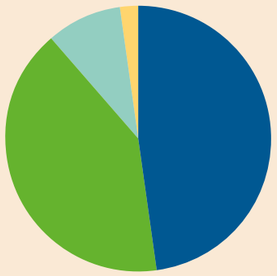
6.4. Empleados, el activo más importante para el crecimiento

Datos clave 2021

Empleados
1.023
empleados Grupo Pelayo

Mujeres en plantilla
65%

Inversión en formación
370.365
euros



47,80% Pelayo Mutua de Seguros
40,96% Pelayo Servicios Axiliares de Seguros, A.I.E.
9,09% Agencia Central de Seguros, S.A.
2,15% Otras filiales

Mujeres en puestos directivos
38,5%

Formación en PRL
305
horas

Empleos fijos
94,2%

Conciliación
1,4
millones de € de inversión

Formación por empleado
23,9 horas

Pelayo considera que su **activo más importante son las personas** que trabajan en la Mutua 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.

La estrategia de Personas y Cultura de Pelayo está alineada con el Plan Estratégico, basándose en un modelo de gestión de empresa familiarmente responsable. En 2021 las principales líneas de actuación han sido las siguientes:

Modelo de liderazgo: La transformación cultural de Pelayo pasa necesariamente por una transformación del modelo de liderazgo. El propósito del líder en Pelayo es ayudar a la Mutua a ser diferencial inspirando y siendo ejemplo y referente desde la **transparencia**, motivando y generando diálogo desde la confianza, siendo accesible de manera transversal y sin barreras, consiguiendo resultados desde la implicación personal y facilitando la adopción de los nuevos modelos de negocio, siendo ágil y con mente abierta. Durante el año 2021 se ha iniciado el proceso de formación con el programa "Liderazgo ACERCO", encaminado a modificar el modelo de liderazgo en todas las empresas del Grupo.

Modelos de trabajo adaptativo: El proceso de evolución cultural que se está impulsando en Pelayo se ha materializado en la implantación de nuevos modelos de trabajo adaptativo, distintos en función de las necesidades de las diferentes unidades de negocio, que ofrecen una mayor flexibilidad a la plantilla y permiten contar con distintas posibilidades de trabajo en remoto, combinadas con jornadas flexibles y adaptables a distintas circunstancias.

Estrategia de formación y desarrollo: Junto con los planes anuales de formación recurrentes, se han abierto líneas de formación específicas relacionadas con los ejes estratégicos, con el objetivo de proporcionar la formación necesaria para conocer los nuevos entornos y la correcta gestión del cambio. Asimismo, se pretende ir preparando a la plantilla para afrontar con mayor capacidad la **transformación cultural y digital** en la Mutua. Para ello se han realizado diferentes acciones formativas encaminadas a la divulgación de los comportamientos asociados a los valores Pelayo que favorezcan la adopción de la nueva cultura ágil.

En el año 2021 es destacable la inversión realizada en el conocimiento de Panthea enfocada en dos vías:

- Formación para la **comunidad de especialistas** en su adaptación y desarrollo según las necesidades del negocio y para la capacitación de la misma por parte de los usuarios.

- Formación de **toda la red comercial** para la implementación de Panthea en los procesos de negocio.

Oferta de Valor a Empleados: Con el objetivo de lograr hacer de Pelayo un mejor lugar para trabajar, se han realizado diferentes tipos de actuaciones:

- **Pelayo contigo:** Durante el ejercicio 2018 se implantó un programa de acogida en el nuevo puesto de trabajo, aplicable a todos aquellos empleados que ocupan un nuevo puesto dentro de la organización, tanto si proceden de fuera de la empresa, como si están en dicho puesto por promoción interna o movilidad geográfica o funcional. El programa incluye **guías para pautar la actuación del responsable** y de los nuevos compañeros, así como un seguimiento personalizado. Durante 2019 este programa continuó vigente para consolidarse en 2020 con la incorporación de nuevas herramientas colaborativas. En el año 2021 se ha realizado una revisión y actualización completa del programa de acogida, incorporando la figura del "Pelayer", como persona de referencia que introduce y guía a las personas de nueva incorporación en los usos y conocimientos informales de la cultura organizacional para favorecer su rápida integración.

- **Fomento de la promoción interna:** En 2021 se ha continuado con la oferta de oportunidades profesionales dentro del Grupo, favoreciendo también la **movilidad funcional** e incluso geográfica, utilizando para ello la herramienta de selección contratada en 2019, que está facilitando la identificación de talento interno y externo de una manera colaborativa con los principales interlocutores de las distintas áreas del negocio.

- **Transformación del ejercicio de evaluación**: Con el objetivo de adaptarse a las nuevas necesidades de Pelayo, se ha modificado el ejercicio de evaluación para incorporar los comportamientos y **valores de la nueva cultura**. Del mismo modo, se ha dado un mayor protagonismo a cada profesional de la organización, que ha asumido un rol de mayor responsabilidad en su proceso de autoevaluación anual. El objetivo final del proceso ha sido el establecer un contexto de *feedback* positivo orientado a la mejora continua y al establecimiento de relaciones profesionales productivas.

Vive Salud: La promoción de la vida saludable entre el colectivo de empleados es uno de los pilares de la gestión de personas, con el convencimiento de que, con empleados más sanos, se consigue un mejor ambiente laboral y se obtienen mejores resultados.

Diversidad: La estrategia en gestión de personas se basa en la promoción de la diversidad, con especial atención a la inserción laboral de personas con **discapacidad** y a la promoción de la igualdad de género. En 2021 nos hemos focalizado en acciones de sensibilización en materia de Igualdad para nuestra plantilla, es por ello que el 8 de marzo, Día de la Mujer, arrancamos un programa de actividades, que se ha prolongado a lo largo del año, con el propósito de evidenciar las diferencias existentes a día de hoy entre hombres y mujeres en condiciones laborales, posibilidades de desarrollo, conciliación, carrera profesional...

Este programa ha permitido a nuestras personas conocer la situación de la igualdad a nivel global y también sectorial,

para desde ahí compartir el análisis de nuestra situación cómo la organización y contribuir, especialmente en el colectivo de personas con equipo a cargo, a que en materia de gestión de personas estemos atentos y seamos conscientes de estas diferencias para impulsar la igualdad.

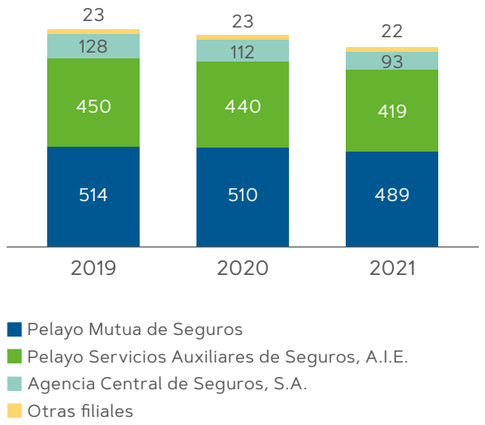
Política retributiva: La estrategia retributiva es una de las palancas más sólidas para conseguir la alineación con los objetivos de negocio de Pelayo, trabajando durante 2021 en la triple línea que se inició en 2017:

- **Retribución fija:** En busca de la competitividad con el mercado, dentro de la equidad interna.
- **Retribución variable:** Atendiendo a la situación derivada de la pandemia, en 2020 se decidió anticipar la liquidación del primer semestre de los objetivos anuales. El modelo de retribución variable pretende impulsar el cumplimiento de la estrategia de la Mutua.
- **Retribución flexible:** Al igual que en ejercicios anteriores más del 95% de la plantilla ha disfrutado de alguna de estas ventajas fiscales.

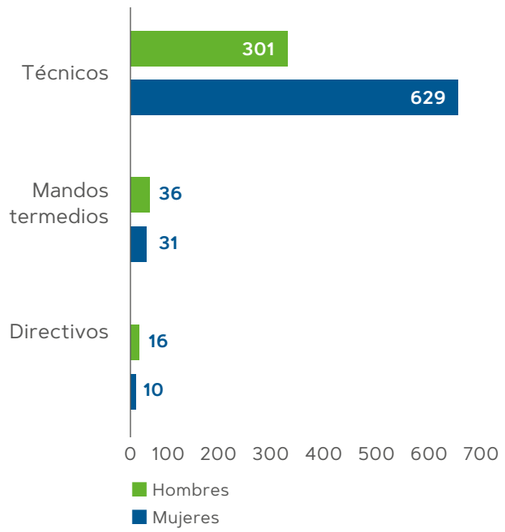
La **gestión de personas**, cuya estrategia se ha descrito, se articula a través de distintos procedimientos debidamente formalizados, que facilitan su implantación homogénea y transparente. Los principales protocolos son: protocolo de formación, protocolo de selección (que incluye la guía de selección no discriminatoria), los planes de igualdad, protocolo de prevención del acoso, así como las políticas derivadas de la aplicación de Solvencia II (referente a políticas de aptitud y honorabilidad, o la Política de Remuneraciones, de la que deriva el Protocolo de Retribución Variable).

6.4.1. Evolución de la plantilla

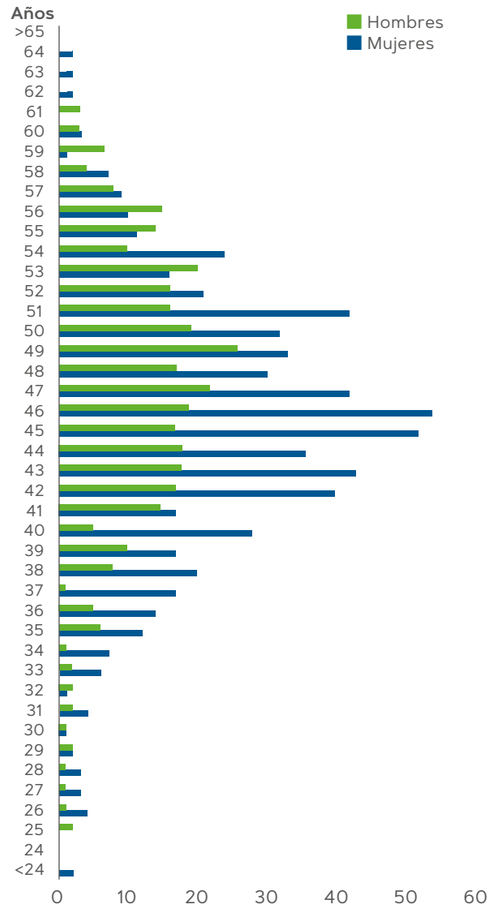
Evolución de la plantilla por filial



Distribución de empleados por grupo profesional y género



Pirámide demográfica



El **número de empleados** de Pelayo a cierre de ejercicio 2021 ha sido de 1.023 frente a los 1.085 de 2020. Cabe resaltar que el **72%** de la plantilla integra la red territorial y el **28%** Servicios Centrales. Por otro lado, la edad media de la plantilla se sitúa en 46 años y la antigüedad media alcanza los 16,8 años, aproximadamente un punto superior a los 15,9 años del ejercicio anterior.

El equipo humano está integrado en un **65% por mujeres** y un **35% por hombres**. En el año 2021 las mujeres han ocupado el **38,5% de los puestos directivos**, aumentando en 4 puntos respecto a 2020.

Durante 2021 causaron **baja voluntaria 30 personas** (de las que 16 eran hombres y 14 mujeres) y el índice de **rotación no deseada** fue del 0,5%, ligeramente superior al del ejercicio anterior, pero manteniéndose en niveles bajos.

Este año se han transformado 12 puestos temporales en indefinidos (3 hombres y 9 mujeres) y la **tasa de empleo fijo** ha sido del **94,2%**, contando **963** empleados con contrato indefinido, y aumentando en un 3% respecto a 2020.

6.4.2. Selección de profesionales

Un equipo humano motivado, cualificado y diverso es garantía de éxito para alcanzar los objetivos estratégicos de Pelayo. Esta es la razón por la que Pelayo se enfoca en el **proceso de reclutamiento y selección de los profesionales** que se incorporan a la plantilla, 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:

En el proceso de contratación y búsqueda de talento, Pelayo no solo evalúa los conocimientos técnicos requeridos, sino que también tiene en cuenta cómo se adapta a el **potencial** empleado los valores de la Mutua: Compromiso, Cercanía y Agilidad.

Pelayo apuesta por la promoción interna como uno de los elementos esenciales de desarrollo y motivación de los empleados, buscando externamente personas para incorporar perfiles nuevos, con una visión y experiencia diferentes a los existentes en la plantilla. Como dato a destacar, en 2021 **se han cubierto 43 puestos a través de promoción interna**, que permitirán a los empleados promocionados seguir apostando por su desarrollo profesional, ampliando sus conocimientos y experiencias, e incrementando sus posibilidades de promoción en el futuro.

Adicionalmente, en 2021 se ha incorporado, de **manera externa** y con carácter indefinido, a un profesional con amplio bagaje en el mercado asegurador y que aportará nuevos conocimientos y experiencias a la organización, contribuyendo de este modo a mejorar su ventaja competitiva.

A todos los nuevos profesionales contratados y promocionados, se les ofrece el programa de bienvenida **"Pelayo Contigo"**, que aporta la información imprescindible para acometer sus nuevas funciones y hace que se sienta integrado desde el primer momento, creando de esta forma un sentimiento de satisfacción, orgullo y pertenencia. En 2021 han participado en el programa **40 personas**. En Pelayo se continúa promocionando las prácticas dirigidas a becarios universitarios y alumnos de institutos de FP con los que se tiene firmados acuerdos, habiendo contado en 2021 con 2 becarios en la Mutua.

6.4.3. Igualdad y diversidad

La estrategia de diversidad de Pelayo pivota en torno a tres ejes: **la igualdad, la inserción laboral de personas con discapacidad** y **la integración generacional**, y tiene como objetivo promover una cultura basada en el respeto, donde la autenticidad de las personas sea fuente de compromiso, de colaboración, de expresión del talento, de soluciones extraordinarias y de creatividad. Esta estrategia toma dos frentes principales:

- Va dirigida a **dar respuesta** a las inquietudes, intereses, necesidades y motivaciones de cada una de las personas.
- Se orienta a **eliminar prejuicios y barreras sociales** y corporativas que puedan existir en torno a un conjunto de personas, apostando por dar mayor visibilidad y empoderamiento.

En este sentido, el **impulso del talento femenino** es un camino emprendido hace más de una década, al que Pelayo ha ido dando forma a través de las acciones recogidas en los Planes de Igualdad, y especialmente desde 2019 a través de la incorporación a la ***Red EWI, Empower Women in Insurance***. Este movimiento está integrado por compañías y profesionales del Sector Asegurador, unidas para alcanzar un objetivo común: impulsar la presencia de mujeres en el ámbito directivo y alcanzar en 2023 un 40% de mujeres directivas en el sector, que actualmente se sitúa en un 31,3%.

En el presente ejercicio, el actual Presidente, **Francisco Lara**, ha tomado el relevo de José Boada, como miembro del Consejo Asesor. A su vez, Pelayo, como empresa asociada, cuenta con diez inscripciones para miembros *Red EWI*, que se han hecho extensivas a directivos y responsables de la organización -hombres y mujeres indistintamente- que actúan como representantes de Pelayo en este foro. En él, participan activamente en la transferencia interna de información que se genera en la *Red EWI*, así como en la creación de iniciativas y en el desarrollo de la línea de Igualdad en Pelayo.

Como acción de sensibilización, en junio ha tenido lugar una sesión para dar a conocer la ***Red EWI* a la plantilla de Pelayo**. La Directora de Innovación y Medios, Inmaculada César, y la Directora de Personas y Cultura, María José Esteban, han participado como anfitrionas del evento con dos mujeres especialmente vinculadas a la *Red EWI*; Susana Pérez, Directora General de INESE y Myriam Alcaide, Fundadora de MAM Advisory. Durante el desarrollo de esta sesión se ha podido conocer los resultados del Estudio de Igualdad de Género en las Aseguradoras 2020, publicado en el mes de abril, así como el posicionamiento de Pelayo en estos indicadores y la importancia que tiene la diversidad y la cultura inclusiva como pilares de la igualdad en las organizaciones.

La puesta de largo de este programa ha tenido lugar en el mes de septiembre con el **evento *Women´s Talent Day***, en el que Pelayo ha participado junto a otras muchas empresas que, como la Mutua, apuestan por dar visibilidad a su compromiso con el liderazgo femenino. El evento ha contado con interesantes debates sobre la necesidad o no de establecer cuotas para que las mujeres alcancen puestos directivos, el papel de los hombres o la importancia de la corresponsabilidad, entre los que queremos destacar dos: en primer lugar, el debate "CEO Voices: Referentes en liderazgo femenino", en el que ha participado Ángeles Delgado, Presidenta de Fujitsu y Consejera de Pelayo; en segundo lugar, el debate "Agenda 2030, Desarrollo Sostenible (ODS)", que ha clausurado el evento hablando de la necesidad de incrementar la presencia de mujeres en puestos directivos, y en el que ha participado Inmaculada César, Directora de Innovación y Medios de Pelayo.

En 2021 el compromiso con el **empoderamiento femenino** se ha visto reforzado con la adhesión al Programa *Empowering Women's Talent*, desarrollado por el Portal de Recursos Humanos Equipos &Talento, que pretende contribuir a que las empresas puedan aprender, compartir, comunicar e inspirar sobre la diversidad de género y que Pelayo ayude a favorecer el desarrollo del talento femenino.

Por otro lado, en el eje de **inserción de personas con discapacidad**, Pelayo ha seguido manteniendo su apuesta por la contratación directa, si bien de forma complementaria y adicional ha seguido colaborando con centros especiales de empleo que prestan servicios auxiliares en los centros de trabajo. La apuesta por las personas con discapacidad se materializa no sólo en las políticas de reclutamiento y selección, sino también en los acuerdos de colaboración con distintas entidades como la **Fundación ONCE**, a través del Convenio INSERTA, o la Fundación Eurofirms, con las que se han llevado a cabo distintas iniciativas a lo largo del año.

Además, durante 2021 se ha renovado la certificación **Bequal PREMIUM** obtenida en 2019.

También se ha superado con éxito la auditoría de renovación de AENOR de Accesibilidad Universal en la A.I.E.

El tercer eje de la Diversidad en Pelayo apuesta por la **integración generacional**. Durante 2021 Pelayo ha participado como miembro en el **Grupo de Trabajo de la Fundación Másfamilia (EFR)** para promover el talento senior en España. El Grupo está integrado por empresas como Caixabank, Cepsa, Enagás, Reale, Generali, Ifema, Linea Directa, Mapfre o Red Eléctrica de España. El objetivo de este grupo es avanzar y mejorar en la gestión del talento senior en las organizaciones.

Premio Fundación Randstad a la inclusión laboral de personas con discapacidad

En 2021 Pelayo ha sido galardonada con el **Premio Fundación Randstad a la inclusión laboral de personas con discapacidad** en la categoría de gran empresa, por el Proyecto *"Contigo sumamos más"*, bajo el que se engloban gran parte de las actuaciones llevadas a cabo para impulsar la empleabilidad, la accesibilidad de los centros y la acción social en torno a la discapacidad.

En 2021 Pelayo ha renovado su adhesión al ***Charter* de la Diversidad**, promovido por Fundación Diversidad. Las empresas firmantes del *Charter* pretenden visibilizar su compromiso con la diversidad y la inclusión en el ámbito laboral, comprometiéndose con la necesidad de extender este mensaje a todo el entorno de la empresa – empleados, clientes, proveedores – para fomentar una comunidad que comparta los mismos principios y por tanto potencie la calidad de vida y de trabajo de las personas y sus organizaciones. El *Charter* de la Diversidad cuenta con más de **1.350 empresas firmantes en España y más de 12.500 en toda la UE**.

En esta línea, entre todas las empresas certificadas como *GPTW*, además del *Ranking Best Workplaces* al que Pelayo ha accedido por primera vez en la **Posición 14ª** de las empresas de más de 500 empleados, el Instituto *GPTW* selecciona también a las empresas que destacan por su gestión de la diversidad, a las que certifica como *GPTW* Diversidad.

Por todo ello, Pelayo ha sido reconocida como un ***GPTW (Great Place To Work)* en Gestión de la Diversidad**.

El Modelo *GPTW* promueve que las empresas velen por ser excelentes lugares para trabajar para todas las personas que forman parte de la organización. *GPTW "For All"*, dice uno de los valores del modelo.

El sello *GPTW* Diversidad valora la **excelente gestión en materia de género y edad** y para ello analiza tanto la percepción de la plantilla, a través de la Encuesta *GPTW*, como las buenas prácticas implementadas por la empresa a la hora de gestionar la igualdad dentro de estos colectivos.

En el caso de Pelayo, *GPTW* Diversidad ha valorado especialmente la fortaleza de la **cultura corporativa** y la cohesión del equipo, la percepción de equidad en cuestión de edad y en cuestión de género, junto con la presencia de mujeres en la plantilla y en puestos de dirección y responsabilidad.

6.4.4. Formación

Pelayo considera la **formación como la herramienta clave** para conseguir el éxito, el compromiso con el cambio y la innovación dentro del Grupo. Partiendo del Plan Estratégico de la Mutua, son diseñados los planes de formación anuales, que, bajo altos criterios de calidad, eficacia y eficiencia, ofertan a los empleados la formación necesaria para mantener totalmente actualizada a la plantilla, no sólo en las nuevas tecnologías y herramientas necesarias para su desempeño, sino también en aquellas competencias y habilidades que va demandando el mercado y los nuevos retos e iniciativas. Los **objetivos** de la formación en Pelayo son:

Objetivos de la formación en Pelayo

- Incrementar la **eficacia** y la **competitividad** en la organización.
- Ser vehículo de **transmisión** y **refuerzo de la cultura organizativa**.
- Proporcionar a los trabajadores las competencias, los **conocimientos y prácticas adecuadas** para el desempeño de cada función o puesto.
- Mejorar aptitudes estimulando el **crecimiento** y **desarrollo profesional** y personal, fomentando la retención de talento.
- Generar una **mejor relación** y **comunicación** entre toda la plantilla.
- Ser **agente de cambio e instrumento de motivación.**

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 cuatro ámbitos:

- **Formación de integración**: Dirigida a formar a las distintas personas en el momento de su incorporación o adaptación desde otras funciones, englobada en el programa Pelayo Contigo.
- **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 para el desarrollo de habilidades:** Programas formativos orientados al desarrollo de las principales competencias propias de la organización.

- **Formación estratégica:** Permite la adaptación a las necesidades del futuro de la empresa, nuevos proyectos/productos, personal clave, planes de desarrollo, etc.

Además, se ha continuado formando en **competencias específicas** claves en la organización, a través de *e-campus*, manteniendo contenidos en habilidades como, por ejemplo, resiliencia, gestión del cambio, iniciativa, curiosidad, etc. Adicionalmente, con el objetivo de alinear a todos los profesionales de Pelayo con los comportamientos asociados a la nueva cultura de la Mutua, se han impartido micro píldoras formativas orientadas a la divulgación y viralización de los comportamientos asociados a los valores Pelayo. Estas píldoras se encuadran dentro de la iniciativa "Somos Pelayo" y constan de tres píldoras diferenciadas: Somos comprometidos, Somos cercanos y Somos ágiles.

Pelayo, como empresa innovadora, sigue apostando por las últimas tendencias en materia de formación, a través de la plataforma de **formación online *e-campus***, que incluye programas con metodologías dinámicas, *webinars*, y cursos de corta duración y gran impacto. Este año, se ha potenciado el uso de las aulas síncronas, trasladando a este formato prácticamente la totalidad de la formación que anteriormente hubiese sido impartida en metodología presencial.

La nueva normativa legal de distribución de seguros ha implicado no sólo la formación de los distintos colectivos implicados en la ley y las materias específicas sino también **el desarrollo de itinerarios formativos** específicos para las nuevas incorporaciones.

En 2021 se ha mantenido el programa anual de **incentivo formativo** para el equipo de comerciales donde se recogen todas las novedades y cambios que se realizan durante el año, de productos, procedimientos, herramientas, etc.

Un foco importante de la formación comercial ha sido el **entrenamiento de habilidades** para la venta híbrida y la gestión comercial remota, como resultado del cambio de costumbres en los consumidores tras la crisis sanitaria del año 2020. Asimismo, se ha mantenido el impulso de la formación relativa a Panthea como principal herramienta de gestión en la relación con los clientes. También en 2021 se ha iniciado el lanzamiento de "Talleres prácticos para la venta proactiva", comenzando con la oferta de talleres prácticos para la venta de salud.

En la red de Prestaciones se ha prestado especial atención a la **gestión del fraude**, comenzando a trabajar con el motor predictivo Vygía. La formación ofrecida a los equipos de gestión, gerentes y tramitadores, "Vygía: Lucha contra el fraude", se ha fundamentado en un sistema mixto, combinando formación interactiva online y sesiones *webinar*.

Con el objetivo de establecer un marco formativo estándar para los operadores de *Contact Center*, se ha dado los primeros pasos para implementar un **sistema de formación basado en la potencialidad** que ofrece la plataforma de formación corporativa *e-campus*. En este modelo se ha reforzado la parte online, diseñando y creando piezas formativas que han permitido dar autonomía al participante y más protagonismo a los tutores. El resultado ha sido la creación de sistemas mixtos de formación, donde el alumno aprende de manera individual y se ve reforzado con el acompañamiento síncrono del monitor.

Desde el **Servicio de Prevención de Pelayo** se concede una gran importancia a la formación como instrumento de reducción de los riesgos laborales. Por este motivo, se realiza formación en diferentes ámbitos: Riesgos en Oficinas, Emergencias, Soporte Vital y manejo de desfibriladores y Reeducación Postural y del Movimiento. En 2021 se dedicaron **305 horas a la formación en prevención de riesgos laborales**.

La inversión económica que se ha destinado en 2021 para la formación de los empleados a nivel de Grupo asciende a 370.365 euros, lo que supone un aumento respecto a los 256.642,3 euros invertidos en 2020.

Horas de formación por género y categoría profesional

Durante 2021, los empleados de la Mutua han participado en 212 cursos de distinta tipología, que han supuesto la ejecución de 1.175 sesiones formativas, lo que ha implicado 23,9 horas de formación por empleado. Estos datos demuestran la persistencia de Pelayo por seguir desarrollando a sus empleados, superando las horas formativas por empleado exigidas por los Convenios Colectivos. El grado de satisfacción general ha sido de 3,4 sobre 4,0, manteniéndose estable con respecto a 2020.

6.4.5. Satisfacción y desarrollo profesional

Tras un diagnóstico del ambiente organizacional, que incluye el envío de un cuestionario a los empleados y una evaluación específica de la cultura de gestión de personas, todo ello realizado a lo largo del último cuatrimestre de 2020, Pelayo ha obtenido este reconocimiento que acredita que se trata de una organización con una **cultura de alta confianza**, en la que sus empleados están motivados por dar lo mejor de sí mismos.

En concreto, de los resultados de la encuesta se desvela la especial valoración que los profesionales de Pelayo hacen del orgullo por los logros conseguidos (91%) de la honestidad de los managers (88%) y de la colaboración interna (86%). Asimismo, tras un año especialmente complicado por la situación sanitaria, el 91% de los empleados de Pelayo han reconocido un gran apoyo de la Mutua ante el Covid-19.

Estos datos son especialmente significativos si se comparan con los de la anterior edición, experimentando una mejora de un 1**0% el índice de confianza y un 13% el de satisfacción General**.

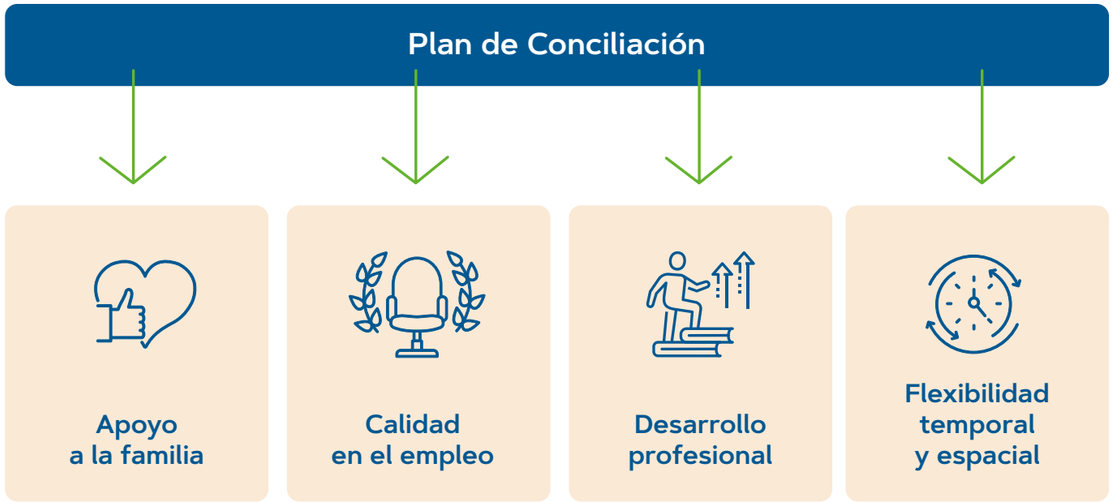
Best Workplaces™ Great Place To Work. ESPAÑA 2021

En 2021 Pelayo **ha accedido por primera vez a la Lista de Las Mejores Empresas para Trabajar en España según el ranking *GPTW*, concretamente en la posición 14** en la categoría de empresas de más de 500 empleados.

6.4.6. Conciliación y beneficios sociales

Con el objetivo de adaptar el Plan a las nuevas necesidades que puedan surgir, el Consejo de Administración aprueba anualmente las medidas de conciliación y beneficios sociales incluidos en el **Plan de Conciliación.**

En 2021 la inversión realizada para la gestión del Plan de Conciliación ha sido aproximadamente de 1.400.000 euros, de los cuales 550.000 euros corresponden a la Mutua, siendo la principal partida el seguro de salud con un coste próximo al 45% del total.

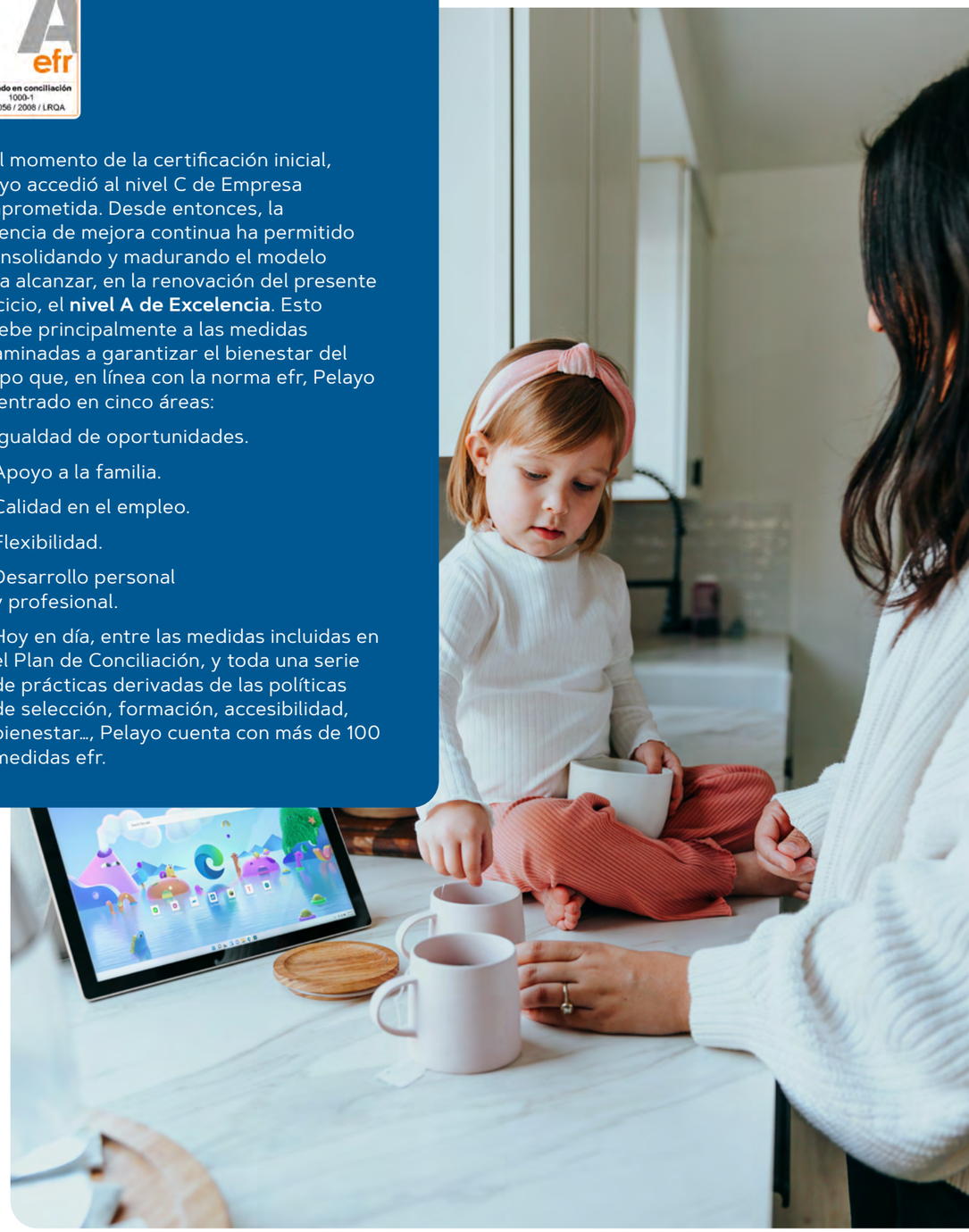


En 2021 Pelayo **ha alcanzado el nivel de Excelencia en gestión de la conciliación según el Modelo efr.** La Certificación efr, promovido por la Fundación Másfamilia y avalada tanto por el Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, como por las Naciones Unidas, quien la ha reconocido como *"Good Practice"*, es uno de los mayores reconocimientos nacionales e internacionales en materia de conciliación e igualdad de oportunidades. Esta calificación reconoce a aquellas organizaciones que se implican en la generación de una nueva cultura del trabajo basada en la flexibilidad, el respeto y el compromiso mutuo, que permita una eficaz armonía entre el entorno laboral y el familiar y personal.

Pelayo decidió confiar en el Modelo efr en el año 2008, con el objetivo de dotar de valor y de sistemática concreta a una **forma de gestionar personas** por la que venía apostando desde hacía ya varios años. Desde entonces, el Certificado efr ha impulsado la implantación de numerosas medidas, desde las más estrechamente ligadas a tiempo de trabajo, como la ampliación de los permisos de maternidad/paternidad, la jornada flexible o la jornada especial por nacimiento de hijo/a, hasta otras medidas para mejorar la compensación, como el sistema de retribución flexible Pelayoflex, los programas de bienestar impulsados desde Vive Salud, o las medidas que promueven el desarrollo profesional, como la Escuela de Idiomas Pelayo.

En el momento de la certificación inicial, Pelayo accedió al nivel C de Empresa Comprometida. Desde entonces, la evidencia de mejora continua ha permitido ir consolidando y madurando el modelo hasta alcanzar, en la renovación del presente ejercicio, el **nivel A de Excelencia**. Esto se debe principalmente a las medidas encaminadas a garantizar el bienestar del equipo que, en línea con la norma efr, Pelayo ha centrado en cinco áreas:

- Igualdad de oportunidades.
- Apoyo a la familia.
- Calidad en el empleo.
- Flexibilidad.
- Desarrollo personal y profesional.
- Hoy en día, entre las medidas incluidas en el Plan de Conciliación, y toda una serie de prácticas derivadas de las políticas de selección, formación, accesibilidad, bienestar..., Pelayo cuenta con más de 100 medidas efr.



6.4.7. Comunicación e implicación de los empleados

Pelayo cuenta con 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 del Grupo, pensando además en la situación actual derivada por la pandemia de la Covid-19. Algunas de las iniciativas del modelo de comunicación interna se han adaptado a las circunstancias existentes, siendo las iniciativas desarrolladas en Pelayo con los empleados 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, notas de prensa, etc.), información sobre los diferentes departamentos, información de formación y plataformas online para la realización de acciones formativas, ofertas de empleo y promociones internas, medidas de conciliación, convenios colectivos, información solidaria (convocatorias concursos, acciones de voluntariado, etc.) y herramientas de trabajo y otras utilidades (aplicaciones, vacaciones, gastos, etc.).
Canal Calidad de Vida	Uno de los principales canales de comunicación entre empleados y 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.
Comunicaciones audio visuales a toda la organización	Se ha comenzado a desarrollar la comunicación interna con empleados a través de videos institucionales con el objetivo de transmitir la información de forma más clara, sencilla y cercana. De ese modo se han grabado diferentes piezas de los miembros del Comité de Dirección a lo largo del año exponiendo las principales líneas del proceso de Transformación Cultural, un video del nuevo Director General exponiendo las principales líneas de trabajo del segundo semestre y una felicitación de navidad del Presidente y el Director General a toda la organización haciendo una reflexión del ejercicio.
Convenciones de 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	Este año se ha celebrado de manera online la jornada con gerentes y responsables comerciales para establecer las directrices del año y fomentar el trabajo en equipo.
Jornadas departamentos	Distintos departamentos están desarrollando un modelo de Jornadas específicas para sus áreas, que a lo largo del 2021 se han ido desarrollando en formato presencial e híbrido, con el objetivo de ser lo más accesibles para todos los empleados y en las que se han podido compartir la situación y proyectos de las distintas líneas de trabajo que se están desarrollando.
Jornadas comerciales "Programa Incentivos"	Asimismo, la jornada con los comerciales que mejores resultados han obtenido se ha podido retomar en formato presencial.
Life Event Presidencia	Con motivo de la pandemia se ha querido facilitar la comunicación del Presidente con la organización a través de la organización totalmente interna de encuentros en los que participan activamente un grupo de empleados seleccionados a través de la realización de preguntas que el Presidente comenta en un evento en directo que pueden seguir todos los empleados o verlo posteriormente en grabación.
Jornada de Directivos y Responsables en Streaming	La jornada de Directivos y Responsables que precede en la mañana a la celebración de la Asamblea General de Mutualistas, se ha realizado este año por primera vez en streaming lo que ha facilitado el acceso de toda la organización.
Realización de encuestas de satisfacción	Se han desarrollado distintas encuestas de satisfacción acerca de los eventos online realizados a lo largo del año para que todos los empleados puedan indicar su opinión y se tenga en cuenta de cara a posibles mejoras.

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. Debido a la situación derivada de la pandemia, en marzo de 2021 se entregaron los premios de la convocatoria de 2020, incluyendo un reconocimiento especial al Comité Operativo que está gestionando la seguridad en los edificios de la Entidad durante el retorno a las jornadas presenciales. 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 **José Espejo Pita**	Premio Cercanía **Rosa Campos Romero**	Premio Carácter Emprendedor **Manuel Huertas Aguilera y Antonio Quintela García**	Premio Fundación **Mª Estela Rodríguez Sotillo**
Reconocimiento Especial al Comité Operativo de Retorno	Los galardonados con este reconocimiento son: Francisco Mancera Mañero, Inmaculada Sanz Ortega, Pilar de la Cal Rueda, Raúl Ruíz Iguzquiza, Rubén Martín Calle, Laura Momblán Martínez, Amparo Villarino García y Mª José Esteban Luis.			
Reconocimiento mejores vendedores de VAD	De forma trimestral se realiza un acto de reconocimiento a los mejores Comerciales y a la mejor Supervisora de Venta a Distancia. Por quinto año consecutivo se mantiene esta iniciativa de reconocimiento en el equipo, con un objetivo claro de premiar el esfuerzo y el buen resultado comercial.			
Concurso interno de fraudes	Desde hace dos décadas se viene realizando de forma anual un concurso interno en paralelo con el realizado a nivel sectorial que también muestra la implicación que existe por parte de todos los intervinientes en la gestión de siniestros, desde tramitadores y peritos, hasta todos aquellos profesionales externos vinculados a Pelayo (letrados, ingenieros, médicos, etc.), quedando plenamente acreditado que la lucha contra el fraude es uno de los compromisos del Departamento de Prestaciones.			

6.4.8. Prevención de riesgos laborales y promoción de la salud

El servicio de prevención mancomunado de Pelayo ha sido avalado por la realización periódica de **auditorías externas** con resultados favorables que le sitúan por **encima de la puntuación media** de empresas auditadas. Este servicio incluye diversas especialidades preventivas de seguridad en el trabajo, higiene industrial y ergonomía y psicosociología aplicada, siendo la especialidad de medicina del trabajo asumida por un servicio de prevención ajeno.

Los **principales riesgos** a los que los empleados de Pelayo pueden verse expuestos durante su labor profesional son aquellos que tienen que ver con la **utilización de pantallas** de visualización de datos y con el entorno de oficinas, por lo que, gran parte de la estrategia preventiva tiene el objetivo de aportar mejoras en esta línea. Asimismo, los accidentes de tráfico in itinere, es un objetivo en el que se está trabajando a través del plan de movilidad y de campañas de seguridad vial.

Durante este ejercicio, en el que ha continuado activa la pandemia del Coronavirus, desde el servicio de prevención, en colaboración con otros departamentos de la entidad y siempre teniendo en cuenta las recomendaciones de las autoridades sanitarias, se han adaptado los **protocolos de prevención frente a la Covid-19** de modo que garanticen un entorno seguro de trabajo. Las principales medidas adoptadas por parte de Pelayo se encuentran expuestas en la tabla inferior.

Principales medidas de prevención ante la Covid-19

- Mantenimiento de los canales de comunicación específicos para la gestión de temas relativos a la pandemia.
- Medidas higiénicas y dotación de elementos de protección (mascarillas, guantes y gel hidroalcohólico).
- Medidas de prevención de la propagación del virus (sistemas de medición de temperatura en los centros de mayor volumen de empleados, establecimiento de un protocolo de actuación ante sospecha de caso positivo de Covid-19 en los centros de trabajo y realización de test diagnósticos).
- Coordinación de actividades preventivas con proveedores y contratas.
- Información y formación de la plantilla en los riesgos y las medidas preventivas frente al Covid-19.

Por otro lado, la Dirección de Pelayo ha impulsado una política de prevención que busca ir más allá del simple cumplimiento normativo, de modo que aporte herramientas al empleado para mejorar su salud incluso fuera del ámbito laboral. Es aquí donde se enmarca la iniciativa **Vive Salud**, la cual busca ser un instrumento que fomente y promueva hábitos de vida saludable entre los empleados:

- La Mutua continúa comprometida con la protección de **la salud cardiovascular de su plantilla**, con una red de centros de trabajo cardio protegidos que dan cobertura a más de 800 empleados.
- Pelayo es consciente de la importancia de **la alimentación saludable** como pilar para una vida sana, y por ello en sus campañas ofrece información actualizada sobre temas de interés, como la relación entre la nutrición y la salud psicológica, la importancia de consumir alimentos de temporada, frescos y con mínimo procesado, así como herramientas para facilitar la planificación y organización de los menús semanales.

Por otra parte, con el fin de incluir las políticas de salud y bienestar y la perspectiva de género, y siendo la Mutua consciente del impacto sobre la salud que puede tener el pertenecer a uno u otro sexo, Pelayo continúa con la iniciativa **Vive Sana**. Por medio de esta, la Mutua:

- Pretende ofrecer información de interés a tener en cuenta para **preservar la salud** a lo largo de las distintas etapas de la vida de las **mujeres**.
- Pelayo tiene en cuenta qué enfermedades tienen mayor o diferente **impacto en las mujeres** que en los hombres y otros temas que puedan resultar relevantes para el bienestar de la mujer.

Además, desde el servicio de prevención de Pelayo se concede una gran importancia a la **formación como instrumento de reducción de los riesgos laborales**. Por este motivo, se realiza formación en diferentes ámbitos: Riesgos en oficinas, emergencias, soporte vital y manejo de desfibriladores y reeducación postural y del movimiento. En 2021 se han **dedicado 305 horas a la formación en prevención de riesgos laborales**.

Implicación de los empleados

Pelayo cuenta con diversas acciones internas con el objetivo de implicarse en un mayor grado con los empleados de la Mutua. **Una de ellas es Calidad de Vida**, uno de los principales canales de comunicación entre los empleados y Pelayo. 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 puedan interferir en el desarrollo de la actividad laboral. Las comunicaciones realizadas tienen un carácter estrictamente confidencial, garantizando la privacidad de la información recibida.

Por otro lado, a raíz del **patrocinio de la Selección Española de Fútbol por parte de Pelayo**, la plantilla de la Mutua ha mostrado su apoyado a la Selección a través del ***Challenge EURO2020***, compartiendo sus fotografías de ánimo a la Selección mientras se disputaba en el mes de junio la decimosexta edición del torneo europeo de selecciones nacionales.

Asimismo, en relación con el patrocinio de la Selección, una vez recuperada la normalidad en los estadios y permitida la presencia de espectadores, Pelayo ha puesto a disposición de la plantilla la posibilidad de adquirir entradas de manera preferente para diferentes partidos que la Selección ha jugado en el camino de clasificación al Mundial de Fútbol 2022.

Otra de las acciones que la Mutua ha podido reactivar tras el periodo Covid-19, ha sido la participación de hijos de empleados en el ***Summer Camp Vicente del Bosque***, del que Pelayo es patrocinador. La edición 2021 ha contado con la participación de 18 "niños y niñas Pelayo" que han acudido mayoritariamente al campus de Madrid.

Cabría destacar también en el ámbito del patrocinio, la participación de los empleados en el **encuentro realizado con Sandra Sánchez** para la celebración del éxito alcanzado en los Juegos Olímpicos con la medallista olímpica en Kata individual y embajadora de Pelayo.

Transformación cultural en la organización

El proceso de transformación cultural ha tenido como objetivo **principal** durante este periodo **romper barreras** y **cimentar las bases** para el nuevo Pelayo. Para ello, se ha trabajado en una serie de objetivos **intermedios:**

Objetivos intermedios para la transformación cultural

- Generar la **necesidad** y las ganas de aprender animando a las personas a **salir de su zona de confort.**
- Crear un **marco** de pensamiento y acción basado en la agilidad (orientación a producto, equipos expertos transversales, aceptación del error, transparencia, etc.) capacitando y dando herramientas en agilidad (empezando por la propia área de PyC como guía motor).
- Comenzar a romper silos, mediante la **ejecución de iniciativas transversales** creando el campo de experimentación para la consolidación de esos nuevos **modelos de trabajo** que trascienden a la organización actual.
- Crear un **nuevo modelo de relación con el empleado** alineado con la imagen de **marca** que Pelayo quiere proyectar.
- Crear una **cultura de medición,** con la organización como principal fuente de información, que permita reflexionar, aprender y mejorar.

Asimismo, algunos de los elementos fundamentales que han contribuido a sentar estas bases para poder convertir a Pelayo en una organización ágil han sido:

- Los comportamientos asociados a los valores que la Mutua quiere y necesita para el nuevo Pelayo **(talento Pelayo)** y en los que los empleados **han comenzado a trabajar** de forma participativa.
- Un modelo de trabajo en remoto **testado, implantado** (en ±15% de la Mutua) y preparado para **escalar**.
- Un nuevo **modelo de liderazgo** acorde con el Talento Pelayo **(ACERCO)** que ha sido testado en la implantación del nuevo Modelo remoto 100% y se está extendiendo a nuevos grupos de la Organización.
- Un nuevo **modelo de jornada flexible**, competitivo, y con el que se ha evidenciado la confianza de la empresa hacia el empleado Pelayo al estar basado en la madurez en la autogestión y la organización del tiempo de trabajo.
- Una **nueva estructura organizativa de Personas y Cultura** adaptada a las nuevas exigencias de la organización y el mercado, que incluye la figura de las ***Partners*** como enlace y agente de cambio.
- El Plan de **iniciativas en Pelayo es posible**, como marco estratégico de referencia y altavoz permanente para ayudar a conseguir la transformación cultural mediante numerosas iniciativas que buscan activar y viralizar su esencia.
- El reaprovechamiento de la **tecnología disponible**, como las **herramientas colaborativas**, para habilitar nuevos canales, ágiles y en tiempo real que han permitido la interacción bidireccional con los empleados en el ámbito de la transformación cultural.

Relaciones laborales

Pelayo ha llevado a cabo diferentes acciones con el objetivo de proporcionar **una jornada laboral lo más adaptable y cómoda** posible para su plantilla. Para ello ha cerrado acuerdos desarrollando nuevas jornadas flexibles que se resumen a continuación:

Acuerdos Jornada Flexible

- Acuerdo nuevo modelo Jornada Flexible Agropelayo Sociedad de Seguros, S.A. suscrito con fecha 5 de agosto de 2021 con el delegado de personal de dicha sociedad.
- Acuerdo nuevo modelo Jornada Flexible Pelayo Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E. suscrito con fecha 5 de agosto de 2021 con las secciones sindicales de U.G.T. y C.C.O.O.
- Acuerdo nuevo modelo Jornada Flexible Pelayo Mutua de Seguros suscrito con fecha 5 de agosto de 2021 con la Sección Sindical de C.C.O.O.

Características del nuevo modelo flexible

- Conforme a la jornada anual establecida por el Convenio Colectivo General Estatal de Entidades de Seguros, Reaseguros y Mutuas Colaboradoras con la Seguridad Social en vigor (siendo en la actualidad 1.700 horas anuales), la distribución del tiempo de trabajo dispone de dos periodos:
  - **Ventana de convivencia:** Es el periodo de tiempo durante el cual todas las personas trabajadoras de la empresa deben estar presentes.
  - **Ventana de disponibilidad:** Es el periodo de tiempo que todas las personas trabajadoras deben utilizar para completar su jornada diaria y su jornada anual, ajustándola tanto a las necesidades de servicio del negocio o de su unidad, como a las necesidades personales.
- Flexibilidad de 3 horas de entrada y salida.
- Tiempo de comida entre 30 minutos y 2 horas.
- Jornada especial para personas con derecho a reducción de jornada.
- Posibilidad de trabajar en remoto un día a la semana.

Acuerdo trabajo remoto 100% Contact Center Pelayo

Este acuerdo ha sido desarrollado por los Servicios Auxiliares de Seguros, A.I.E. suscrito con fecha 6 de septiembre de 2021 con las secciones sindicales de U.G.T. y C.C.O.O, y ha sido uno de los puntos clave del año 2021. Para la elaboración de la propuesta ha sido necesario la realización de un piloto en el que han participado **70 personas de *Contact Center*, 54 operadores y el equipo de supervisión al completo**. El objetivo del programa piloto ha sido doble, por un lado, verificar si esta tipología de trabajo impacta en el negocio y por otro si el nivel de madurez en los equipos permite dar respuestas a las exigencias de esta tipología de trabajo.

Durante los meses de desarrollo de este programa se ha llevado a cabo el seguimiento de diferentes indicadores tanto de negocio como de gestión personal, al tiempo que se desplegaba un programa de liderazgo, Liderazgo **ACERCO**, para facilitar a los supervisores las herramientas de gestión necesarias para la gestión del equipo en situación remota. La etapa piloto ha concluido con muy buenos resultados, posibilitando de este modo la valoración del escenario de implantación.

La **tipología de trabajo remoto 100%** ha comenzado su implantación el día 16 de septiembre de 2021 y se ha ofrecido a la totalidad de operadores y supervisores del Contact Center **contratados con carácter indefinido**.

Para poder acceder a esta tipología de trabajo, de manera previa se debe **firmar un acuerdo individual** en el que se concretan las condiciones del mismo. Este acuerdo es **voluntario** y tiene carácter **reversible**, tanto para la persona trabajadora, como para la empresa.

Algunos de los puntos más destacados de este acuerdo son:

Trabajo remoto 100%

- **Dotación tecnológica de medios.**
- **Compensación de gastos.**
- **Acción formativa.**

6.5. Relación de calidad con colaboradores y proveedores

Datos clave 2021

Distribuidores

Agentes 439

Puntos de venta con imagen 299

Corredores 1.004

Prestadores de servicio

Peritos coche y moto 158

Peritos hogar 34

Letrados especializados 165

Procuradores 942

Seguros de coche y moto

Talleres 13.963
talleres de reparación

Equipo médico 652
centros colaboradores

Seguros de hogar. Asistencia en el hogar.

Colaboradores 154

Entre los colaboradores y proveedores con los que Pelayo trabaja cabe diferenciar a los distribuidores 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 talleres, reparadores y peritos, entre otros) y el resto de proveedores de otros productos y servicios que Pelayo necesita para el desarrollo de su actividad.

Para promover un diálogo cercano y abierto Pelayo 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**. Además, consecuencia de estos mecanismos, Pelayo consigue una actuación coordinada, teniendo siempre como objetivo la **satisfacción de las necesidades del asegurado**.

6.5.1. Aspectos generales de la relación con colaboradores y proveedores

Transparencia e igualdad de oportunidades en el proceso de compras

En relación con sus proveedores Pelayo fomenta la transparencia y la igualdad de oportunidades. El **Comité de Compras** se encarga de velar por este compromiso y, para ello, dispone de un **Protocolo de Compras** donde se establecen los principios que inspiran la función de compras y los procesos de compras establecidos.

Durante este ejercicio Pelayo ha continuado con su actividad de la **Mesa del Gasto**, puesta en marcha en ejercicios anteriores, que, una vez aprobadas las diferentes partidas de coste en los Presupuestos Anuales, revisa todas las solicitudes presupuestadas de adquisición de bienes y servicios, examinándolas junto a los diferentes gestores de gasto, replanteándose su oportunidad dado el momento en que se produzcan, y evaluando el valor añadido que aportan. Una vez que se obtiene la aprobación, la solicitud entra en el proceso de compras, donde la Mesa de Compras garantiza una adquisición eficiente y una adjudicación según el protocolo establecido.

Además, se ha dado continuidad al **proceso de homologación periódica de proveedores**, con el cual Pelayo se asegura del cumplimiento de unos requerimientos técnicos, legales y económicos previamente definidos, entre los que se contemplan los principios del Código Ético.

En 2021 Pelayo ha seguido dando pasos para garantizar un **proceso de compras eficiente** que redunde en lanzar un mensaje homogéneo al mercado proveedor, consolidar todos los procedimientos de adquisición de bienes y servicios del Grupo existentes y conseguir que todas las compras sean realizadas en las mejores condiciones de coste y calidad.

Además, cabe destacar la importancia de la **concienciación de todos los empleados** de Pelayo en la búsqueda de austeridad en el consumo de recursos disponibles. La colaboración activa de los diferentes gestores de gasto y todas las medidas puestas en marcha han conseguido unos **ahorros superiores a 1 millón de euros** sobre el presupuesto de gastos establecido.

Identificación de la necesidad de compra

↓

Proceso de autorización del gasto

(compras no presupuestadas o mayores a 20.000 euros)

↓

Proceso de compra

1. Petición de ofertas (más de 3 y prioridad para proveedores homologados).
2. Evaluación de ofertas (Área de compras, Mesa de Compras o Mesa de Compras ampliada, según importe).
3. Negociación/Resolución.

Criterios de selección y homologación de proveedores

- Referente en el sector que presta sus servicios.
- Amplia experiencia en el servicio a contratar.
- Autonomía y solvencia financiera probada.
- Capacidad y continuidad en el tiempo.
- Ausencia de datos de morosidad y litigios que hagan dudar de su honorabilidad.
- Cumplimiento de los principios que emanan del Código Ético de Pelayo.
- Cumplimiento de las disposiciones establecidas en la Ley General de Derechos de las Personas con Discapacidad.

6.5.2. Distribuidores

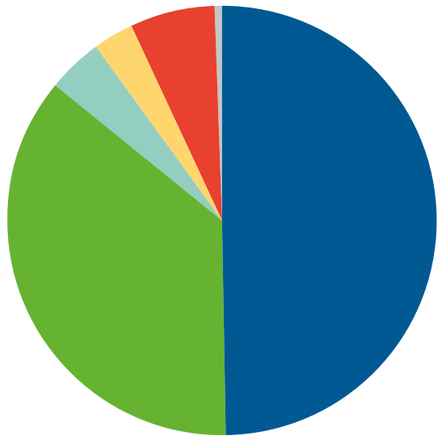
Con el objetivo de hacer frente a un entorno tan competitivo, donde el cliente espera siempre el máximo nivel de servicio, Pelayo está desarrollando una **estructura omnicanal** que facilite a los asegurados la comunicación con la Entidad. Esto le convierte en una compañía única en el sector y le permite diferenciarse de otras compañías en el mercado.

Una de las principales líneas de desarrollo contempladas dentro del Plan Estratégico de la compañía es avanzar en el convencimiento de ofrecer una **experiencia de servicio de calidad y unificada** a través de cualquiera de los canales mencionados. El desarrollo de proyectos como el plan de transformación de la web comercial y la oficina *online* se enmarca dentro de esta estrategia. Con todo ello, no se busca cambiar el modelo de compra del cliente si no adaptarse a él apoyando a los colaboradores en este proceso y entendiendo la distribución desde el cliente final y no desde el canal.

La **mediación** ha cobrado especial fuerza en el modelo de negocio de Pelayo, siendo mediado actualmente el 90% del negocio, aproximadamente la mitad a través de agentes y la otra mitad a través de corredores. Incluso las oficinas de venta directa se han incluido dentro de una sociedad de mediación independiente, filial de la Mutua, que actúa bajo los mismos criterios y parámetros que cualquier otro mediador. Los mediadores disponen de toda la información de los clientes para que la puedan utilizar de manera precisa en su labor comercial, trabajando sistemáticamente con la propia compañía, en una colaboración estrecha y leal donde cada uno hace lo que mejor sabe y puede hacer. De esta forma, se produce una combinación óptima para captar y desarrollar clientes, en coherencia con los valores de cercanía y compromiso propios de Pelayo y asegurando un excelente servicio.

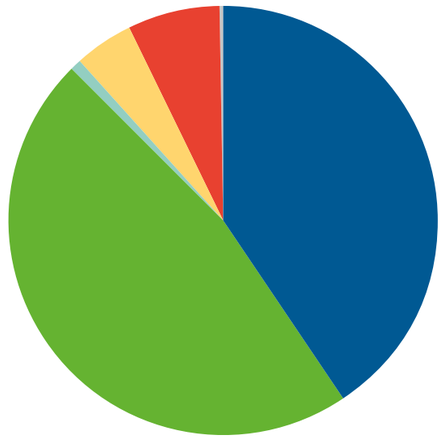
Pelayo apuesta por las relaciones a largo plazo con sus mediadores, apoyándoles en el desarrollo de sus negocios. Por ello, impulsa el lanzamiento de nuevos productos que se adapten a los diferentes modelos de negocio que quieren desarrollar, acompañándolos como socios y aportando su experiencia como compañía aseguradora, ofreciendo soluciones únicas y personalizadas.

Distribución de cartera por canales



49,8% Agentes
36,2% Corredores
4,0% Bancario
3,3% Acuerdos Distribuidores
6,4% Canal Directo
0,3% Resto

Distribución de nueva contratación por canales



40,7% Agentes
46,8% Corredores
1,0% Bancario
4,5% Acuerdos Distribuidores
6,8% Canal Directo
0,2% Resto

Canal Dominio

En 2020 se agrupó el Canal Dominio integrando, el Canal Agentes y el Canal Venta a Distancia. De esta manera se sentaron las bases de la creación de un único canal, que aglutina y comparte los datos de los clientes propios (dejando al margen en esta primera fase a los clientes de Corredores que permanecerán en el Canal No Dominio) y permite desarrollar un planteamiento comercial del cliente y de su desarrollo homogéneo, sea cual sea el punto de acceso a la compañía: oficinas de los agentes, internet y *Contact Center* de Ventas.

Canal Agentes

La Agencia Central de Seguros está en los orígenes de la distribución agencial de la Mutua desde 1989, bajo un modelo que supuso la expansión física con puntos de venta propios centrados únicamente en la actividad comercial vinculada a la apertura de **Centros Comerciales** con un público muy urbanita. En los últimos tiempos, ha constituido un semillero de nuevos Agentes Representantes, donde experimentar nuevos modelos de distribución. Actualmente es un canal en plena evolución que va adaptando sus recursos a

los nuevos hábitos de compra de los clientes y representa el 50% del negocio total de Pelayo gracias a la aportación de un total de **439 agentes**.

El Canal Agentes es sin duda el de **mayor peso dentro de Pelayo** y donde más recursos se invierten con el fin de dotarlo de las herramientas necesarias que garanticen su continuidad, su crecimiento y su adaptación a los nuevos modelos de compra. Las expectativas puestas en él son muy altas y la respuesta de los agentes muy buena, con unos resultados tanto en diversificación como en margen notablemente por encima del resto de canales de distribución. El éxito de este canal radica en un correcto modelo comercial y en su implementación dentro de un proceso comercial muy reglado que permite visualizar todo el proceso de ventas con un cliente en la venta de cada producto o servicio. A partir de ahí se analiza cada fase y se proponen acciones concretas con el apoyo del resto de las áreas.

En 2021 una de las prioridades del Canal Agentes ha sido **la transformación de agentes** sin imagen como en agentes con imagen por el relevante impacto que la marca tiene como factor diferencial en la elección del consumidor. Durante el ejercicio, se han dado de alta 24 nuevos agentes (de los cuales 8 con imagen).

Puntos de venta con imagen de marca	2019	2020	2021
Agencia Central	45	45	**35**
Agentes Representantes	256	255	**264**
Total	301	300	**299**

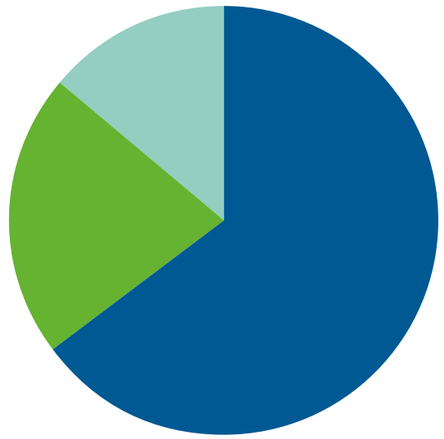
Otras prioridades del canal durante el 2021 han sido **la retención y la diversificación** del negocio generado, teniendo también muy presente la diversificación y rentabilidad del fondo de comercio gestionado:

- Desde 2012 y con el objetivo de mejorar la rentabilidad del canal, se inició **un proceso de externalización** de puntos de venta de Agencia Central de Seguros a empleados de la sociedad que pasaban a desarrollar funciones de agente profesional. A cierre de 2021, este proceso ha incluido 116 actuaciones con un resultado global satisfactorio en desarrollo del negocio, consiguiendo una mejora en el margen y logrando que las nuevas empresas surgidas creen más empleo como aportación directa al entorno social en que se desenvuelven.

- La red de agentes está gestionada por ocho direcciones de zona dentro del territorio nacional que velan por el cumplimiento de los objetivos comerciales y la consecución de la rentabilidad esperada. En cada una de ellas hay un equipo de personas con la responsabilidad de **incentivar y establecer relaciones de apoyo** a los distintos agentes en cualquier necesidad que puedan tener.

- Pelayo pone a disposición de sus agentes diferentes herramientas y **canales de comunicación**, con multitud de funcionalidades relacionadas con el acceso a los aplicativos transaccionales de los distintos productos, acceso a formación y otros contenidos. El principal canal de comunicación es **la red territorial de Gerentes y los Formadores Comerciales**. El ***feedback*** que se recoge a través de ellos es esencial para la toma de decisiones respecto a los planes de acción de mejora, las buenas prácticas, o los gaps que pueden detectarse en las herramientas de gestión y apoyo a la venta. Además, se mantiene activo un portal específico con información *online* del negocio que se comparte, y muy especialmente del resultado del mismo, con una gestión transparente y comprometida con la red de ventas.

Volumen de primas según tipo de mediador



64,9% Agentes con imagen
21,4% ACS
13,7% Agentes sin imagen

Herramientas y canales de comunicación para agentes

1. Frontales de contratación de los productos que se comercializan.
2. Portal del Mediador, que proporciona una herramienta de gestión administrativa de negocio.
3. Portal del empleado para Agencia Central de Seguros.
4. Cuentas de correo corporativas.
5. Portal de e-learning con acceso a formación específica.

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 como son:

Convención Nacional

Anualmente se convoca a los agentes con imagen a una Convención Nacional, donde se comparten los resultados del año anterior y los retos que se propone abordar en el presente, con el fin de alinear la estrategia comercial que se espera de ellos.

Encuesta de satisfacción

Anualmente Pelayo encarga a ICEA (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones) la realización de una encuesta telefónica de satisfacción de los agentes exclusivos, con el objetivo de medir el grado de satisfacción con la oferta de valor que las aseguradoras ponen a su disposición, preguntando sobre aspectos como: formación, producto, herramientas, etc.

Observatorios anuales

Estos observatorios tienen temáticas concretas para escuchar las propuestas y compartir posibles soluciones a nuevas necesidades que la red de ventas precisa abordar.

En todos los eventos se ha incorporado un **sistema de encuestas *online*** que permite obtener de forma rápida y precisa la percepción de los comerciales y de los agentes que intervienen en cada ítem.

Las nuevas tecnologías están brindando oportunidades tanto para mejorar la comunicación como especialmente para desarrollar **nuevas metodologías de formación** incorporando las redes sociales, los webinar, e-learning, etc. de forma habitual en los diferentes programas. Para Pelayo la formación de los agentes es una pieza clave de su oferta de valor, por lo que existe un **equipo de formación comercial** que tiene como objetivo mejorar la capacitación comercial de todos los canales, el cual:

- Se centra en **consolidar la red agencial** y el incremento del número de pólizas por cliente dentro de cada agente, apostando más por la densidad comercial que por nuevos medidores, sin perjuicio de potenciar la incorporación de nuevos agentes con potencial. En 2021 se ha abordado un fuerte proceso de diversificación y retención, acompañado de una clara apuesta por el margen del negocio, con una medición constante sobre KPIs muy exigentes.

- **Gestiona** de manera ejemplar y con rapidez la **situación provocada por la Covid-19**, manteniendo sus vínculos de comunicación, tradicionalmente presenciales, también a través de medios a distancia. No solo el teléfono, sino también la video conferencia, llegando a realizarse, los observatorios anuales y diferentes encuentros con agentes mediante estas nuevas herramientas.

Por otro lado, los **procesos de captación y contratación** de nuevos agentes son realizados teniendo en cuenta criterios como el potencial comercial del candidato, el cumplimiento de la normativa que marca la Dirección General de Seguros y la adecuación del perfil del agente a la misión, visión y valores de Pelayo. Este último aspecto es una de las consideraciones más importantes junto a su potencial para convertirse en agente con imagen en un plazo medio. La apuesta por la calidad ha llevado a Pelayo a priorizar la captación de agentes con imagen, que, además de su capacidad comercial, ofrecen a todos los clientes un mejor servicio y hacen más tangibles los valores de la imagen de marca.

Mensualmente se realiza un **seguimiento de los principales indicadores** del Canal Agentes. El seguimiento de la gestión comercial de los agentes es realizado por los gerentes, que utilizan la herramienta *Panthea* para planificar, ejecutar y reportar. Por su parte, la gestión técnica del negocio es evaluada por los responsables de contratación y por el departamento técnico. Este último es el encargado de acordar las medidas que se toman a partir de los aspectos de mejora detectados y también de su seguimiento.

Canal Venta Directa

Durante 2021, el Canal de Venta a Distancia se integró junto con el Canal Agentes en el **nuevo Canal Dominio** con el objetivo de lograr una mayor sinergia, una gestión unificada y más eficiencia del tráfico recibido. Además, con ello se busca también una optimización de las oportunidades de venta, tanto sobre los actuales clientes como sobre clientes potenciales. A lo largo de este año se han mantenido características diferenciales desde el punto de vista comercial que los nuevos modelos de compra exigen revisar y adaptar a la nueva realidad. La apuesta dentro del Canal Dominio por una **Estrategia Omnicanal** condiciona la respuesta del Canal de Venta a Distancia desde el punto de vista de accesibilidad, atención, servicio y oferta para dar plena satisfacción a la experiencia de cliente en Pelayo con independencia del canal elegido.

El Canal de Venta Directa tiene por tanto dos papeles fundamentales en la estrategia comercial del Grupo dentro del Canal Dominio:

- **Cubrir** en primera línea la demanda que llega a través de **canales *online* y teléfono**.

- Constituirse como un **complemento del canal presencial** contribuyendo a la captación, derivación y desarrollo de clientes con un claro rol de impulsor y generador de negocio.

El reto es pasar de un modelo reactivo a un **modelo muy proactivo en la gestión del tráfico**, al que se tenga acceso por los diferentes circuitos de captación (teléfono, web, comparadores), así como acciones e inversiones en medios realizadas por la Dirección de Marketing y Clientes entre otros.

Esta estructura integradora del tráfico y una gestión muy proactiva del marketing *mix* permite a corto plazo a Pelayo **optimizar la actividad comercial**, desarrollar el negocio en función de diferentes variables conforme a la estrategia definida y lograr mayor eficiencia en términos de mejora de actividad comercial y conversiones. Para ello la Mutua continúa avanzando en el conocimiento y capacidad de medir la trazabilidad del tráfico generado y la influencia de las acciones digitales, en la totalidad de canales y estructuras comerciales.

Durante 2021 se ha afianzado la venta del **Ramo de seguros de vida** dentro del Canal de Venta Directa. El Canal continuará ampliando su *portfolio* de productos, aportando así a la **diversificación**, que es uno de los objetivos principales de Pelayo. Además, se sigue apostando por mejorar la web de la Mutua, dotándola de funcionalidades y capacidades que mejoren la gestión de los tráficos recibidos, tanto en conversión directa como en redireccionamiento a la red comercial. De esta forma se quiere aprovechar al máximo estas nuevas funcionalidades, al mismo tiempo que se maximizan las actuales carteras y fondos de comercio de la Mutua que actualmente están dentro del canal agencial.

En los últimos años el Canal de Venta a Distancia se ha enfocado en las siguientes acciones:

Facilitar la **accesibilidad** a Pelayo por cualquier canal que el cliente elija, convirtiendo el Canal de Venta a Distancia en una verdadera alternativa completa de contratación y servicio, configurando una oferta omnicanal que contribuya al posicionamiento de calidad de Pelayo.

Buscar **clientes de nuevos segmentos y rentables** a medio plazo, que busquen una relación no presencial u omnicanal y para los que el precio competitivo es importante, con el respaldo de la imagen de marca y las posibilidades de la omnicanalidad de Pelayo.

Convertir el Canal de Venta Directa en la **alternativa** ideal para consumidores que busquen un acceso a distancia, ya sea por vía telefónica, vía web, o con *tablet* o *smartphone*, aportándoles el respaldo de una estructura de distribución omnicanal consolidada para que puedan contactar cuando y donde deseen. Esto implica que estos consumidores puedan obtener los beneficios y ventajas de la mejor oferta de producto, con toda la seguridad y garantía que transmite la marca Pelayo.

Por último, como **perspectivas para 2022**, Panthea y las posibilidades que esta representa jugarán un papel esencial a partir del próximo año, sustentando el proceso comercial en la Venta a Distancia y aportando valor más allá de la gestión única del tráfico natural entrante. Para ello esta herramienta cuenta con tres roles bien definidos: **cazador, inductor y desarrollador de negocio**.

Canal No Dominio

Durante el 2020, se creó el Canal No Dominio que agrupa el **Canal Corredores, Acuerdos de Distribución y Grandes Cuentas**. La actividad de venta que se realiza a través del Canal No Dominio está focalizada en el corredor como actor principal frente al cliente final, abarcando también la generación de negocio a través de otros mediadores como son los operadores de banca seguros e incluso más allá de la mediación a través de Acuerdos de Distribución con otras entidades aseguradoras.

Canal Corredores

La actividad de venta que se realiza a través del Canal Corredores está focalizada en el corredor como actor principal frente al cliente final. A diferencia del resto de canales de distribución, los corredores **trabajan con diferentes aseguradoras**, siendo ellos mismos quienes establecen el contacto, facilitan la oferta, contratan y asesoran directamente al cliente. Es una particularidad que aplica y se extiende a todos los actores que intervienen en la actividad del canal, desde la Dirección Nacional a la Red Territorial (gerentes, responsables y servicios de apoyo a la atención del mediador), y también a las plataformas que puntualmente prestan servicio a la red de corredores. Todo ello, requiere de una adaptación de procesos y operativas orientadas a dar respuesta a las necesidades propias que presenta.

Las particularidades todavía se ven más acentuadas en el negocio generado por las grandes cuentas, al requerir:

- **Una gestión muy personalizada.**
- **Un adecuado tratamiento de la visión cliente-corredor.**

Todo ello en un entorno de gran competencia continua con otras aseguradoras. Esta diferencia explica y justifica el mantenimiento de redes especializadas diferenciadas que permitan un **óptimo desarrollo de cada canal**.

El Canal Corredores está en **plena transformación** y es quizás donde más impacto están teniendo las **nuevas tecnologías**, con apuestas novedosas. Dentro del canal empiezan a tomar especial fuerza modelos y aspectos de gestión que están modificando sustancialmente el ecosistema del corredor. Entre ellos destacan la evolución de las Asociaciones de Corredores, los modelos de integración, los modelos de gestión *online* o los modelos de compras de cartera. Las carteras de los corredores siguen manteniendo como vía de acceso del cliente los productos de mayor demanda para luego profundizar en otros productos más de oferta como accidentes, vida o salud.

La **estrategia** implementada en el ejercicio 2020 en el Canal Corredores, marcada por el **Plan Estratégico**, se ha seguido ejecutando en 2021:

La estrategia implementada en el ejercicio 2020 en el Canal Corredores, marcada por el Plan Estratégico, se ha seguido ejecutando en 2021:

Estrategia del Canal Corredores

Rentabilidad

Supone una actuación continua y un avance en los criterios y filtros de selección que faciliten al mediador la calidad en la suscripción de riesgos, así como un seguimiento de su evolución a través de la ficha del mediador. Además, busca establecer herramientas que le permitan una mejora en su resultado, como por ejemplo la derivación a la red de talleres garantizados o la capacidad de actuación sobre la cartera como herramienta de retención basada en el valor cliente. Por último, tiene el objetivo de **mejorar la rentabilidad** que conlleva para el mediador el poder beneficiarse de una serie de descuentos, y, por tanto, una **mayor competitividad en sus condiciones.**

Diversificación

Es un elemento clave de la estrategia, que se pone de manifiesto fundamentalmente a través de la comercialización de los productos de hogar. Pelayo mantiene la oferta de Ramos, comercializando productos de Pelayo Vida en el canal de corredores y la apuesta por el seguro de comunidades. Adicionalmente la Mutua continua con la oferta de productos agropecuarios de la mano de Agropelayo, entidad líder por cuota de mercado en el negocio agropecuario.

Crecimiento

Apalancado no solo en la generación de nuevo negocio sino fundamentalmente en la fidelización y retención de la cartera de clientes. Conlleva una firme apuesta por parte de la Mutua por desarrollar la actual plataforma hacia un perfil de corredor comprometido y con un volumen de negocio relevante que permita consolidar la relación con él a medio y largo plazo, además de establecer acciones para potenciar este crecimiento. En nuevos nombramientos se establecen unos criterios de selección alineados con la estrategia y que encajen en la plataforma íntegra de la red de Pelayo.

La **comercialización en el Canal Corredores** se realiza a través de herramientas específicas diseñadas para este canal, como son los multitarificadores. Pelayo cuenta con el **Portal del Mediador** que es una aplicación tecnológica específica para corredores con amplia conectividad y usabilidad, con funcionalidades de gestión íntegra de todo el negocio del corredor, desde la oferta hasta la gestión de la cartera, pasando por la contratación de la póliza. En el ejercicio 2021 se ha implementado un **nuevo *front* de contratación** para adaptarlo a los nuevos requerimientos que el canal exige.

La plataforma de corredores continúa consolidándose de la mano de la cercanía y profesionalidad de la Red Comercial de Gerentes y de los valores de Calidad y Compromiso de Pelayo. En 2021 Pelayo ha contado con 1.004 **corredores activos.**

Acuerdos de distribución y Grandes Cuentas

Respecto a los **Acuerdos de Distribución**, la Mutua ha seguido potenciando y fomentando las sinergias ya existentes en estos acuerdos como una línea de desarrollo comercial. Ejemplo de ello son los acuerdos con Santalucía, Mutua de Propietarios, Mutua de Pamplona, Seguros El Corte Inglés, Eurocaja Rural Mediación y ASISA.

En referencia a las **Grandes Cuentas**, en 2021 se ha apostado especialmente por aumentar su margen de beneficio. Algunos de los acuerdos más relevantes son RACE, ERSM, El Corte Inglés y Proyectos y Seguros. Además, Pelayo continúa colaborando con fabricantes de automóviles como Hyundai, Honda y Volkswagen, facilitando soluciones adaptadas a las necesidades de estos clientes.

Por último, cabe destacar que en 2021 Pelayo ha tenido una participación selectiva en las **asociaciones del sector** y se ha continuado consolidando la relación con las principales, Adecose, Fecor, Apromes o Espabrok mostrando así también el apoyo a la mediación.

6.5.3. Prestadores de servicio

La estrategia de prestaciones como área de negocio troncal está alineada y es causa en si misma de la estrategia de Pelayo. Por una parte, desde prestaciones se **gestiona el 80% de los costes de Pelayo** y, por tanto, el 80% de la prima recaudada. Por otra parte, en Prestaciones se gestiona, principalmente, la calidad percibida por el cliente, al contratar el seguro precisamente para cuando tenga que utilizar los servicios que los riesgos asegurados contemplan.

En las **líneas estratégicas** de la Mutua definidas en el **Plan Estratégico** y gestionadas y elaboradas por prestaciones se encuentran:

Contención de los costes siniestrales

Que hagan posible la construcción de una ***tarifa atractiva*** que permita a Pelayo competir en un mercado muy exigente.

Plan de modernización de siniestros

El objetivo de Pelayo es convertir las áreas de post-venta en un elemento diferenciador, en un mercado muy maduro con fuerte competencia comercial, donde la diferenciación sólo por producto y precio es complicada.

Para conseguir este fin, esta iniciativa pretende incorporar **soluciones de vanguardia** a los servicios ofrecidos por la Mutua utilizados para ello, siendo en determinados casos, tecnologías exponenciales.

Modelo predictivo del fraude

Tanto en automóviles como en hogar, los modelos predictivos del fraude se han convertido en una palanca fundamental de la estrategia de Pelayo. La segmentación de los clientes para poder ofrecer a cada segmento un precio y un producto competitivo y justo parte de la necesidad de **aislar aquellos nichos de clientes fraudulentos** que lastran la posibilidad de ofrecer precios altamente competitivos al resto de clientes.

La **aplicación de nuevas tecnologías** como inteligencia artificial o *machine learning* entre otras, deben permitir identificar aquellos segmentos que son susceptibles de presentar indicios de fraude para que los equipos especialistas puedan corroborar dichos indicios.

Procesos Lean

Revisar y reformular los procesos de la Mutua para hacerlos más sencillos y eficaces, supone también un elemento diferenciador y un aspecto clave en las nuevas estrategias de Pelayo. Este nuevo enfoque se extenderá también como otro aspecto estratégico a los procesos post-venta. A estos procesos Lean, y en la misma línea, también se han incorporado otros proyectos encaminados a incrementar la eficiencia en las plataformas de gestión, aumentando el objetivo de número de siniestros de tramitación Express.

Pelayo 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, entre otros, médicos, peritos, abogados y procuradores, reparadores o especialistas de la asistencia en viaje, que están preparados para subsanar el daño material y el daño personal producido, así como el resto de los perjuicios ocasionados.

Para poder prestar un **servicio de calidad** a los asegurados es imprescindible contar con los **mejores prestadores de servicios**. Por ello, se dispone de un procedimiento de selección, mantenimiento y seguimiento bastante similar al que se aplica con el resto de los proveedores, con un proceso y una secuencia de actividades estipuladas desde el primer contacto con el proveedor hasta su alta para comenzar la prestación del servicio requerido. Los principales criterios de evaluación que se tienen en cuenta son requisitos legales, financieros, fiscales y técnicos.

El objetivo principal de este proceso de selección es mantener la **red debidamente dimensionada** con el fin de proporcionar 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. Con ello se busca siempre los compromisos de calidad y coste. Asimismo, Pelayo impulsa relaciones estables a medio y largo plazo como base del compromiso mutuo que la Mutua 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 específicos para cada tipo de colaborador, a través de la información aportada por el cliente y el prestador de servicios. Pelayo mantiene una línea común de gestión para prestación de servicios en autos y hogar.

En caso de un siniestro, el papel de Pelayo se centra en:

- **Gestión:** Una vez se comunica el siniestro, sus características y circunstancias definen una tipología y un criterio de gestión. Dependiendo por tanto de esta existen siniestros en los que se deriva el vehículo a un taller para tasar los daños, o se realiza seguimiento de los lesionados, otros de acción inmediata por parte del tramitador o siniestros en los que se asigna reparadores quedando el tramitador en un plano de tutela a la espera de la visita del profesional a la vivienda.

- **Ocurrencia y cobertura del siniestro:** Se verifica en la declaración del siniestro, la fecha de ocurrencia de este, contrastándola con periodo de cobertura. Igualmente se chequea circunstancias, daños y lesiones reclamados frente a las garantías contratadas.

- **Información y comunicación con el cliente:** Se tiene el diseño de un catálogo de hitos de comunicación con los asegurados. Una vez se producen esas situaciones predefinidas, se dispara comunicación, por el canal o canales que también la situación tiene previamente definida.

- **Resolución del expediente:** Se informa a los asegurados de la resolución del expediente. Especialmente si la misma implica no contemplar la totalidad de la reclamación del asegurado.

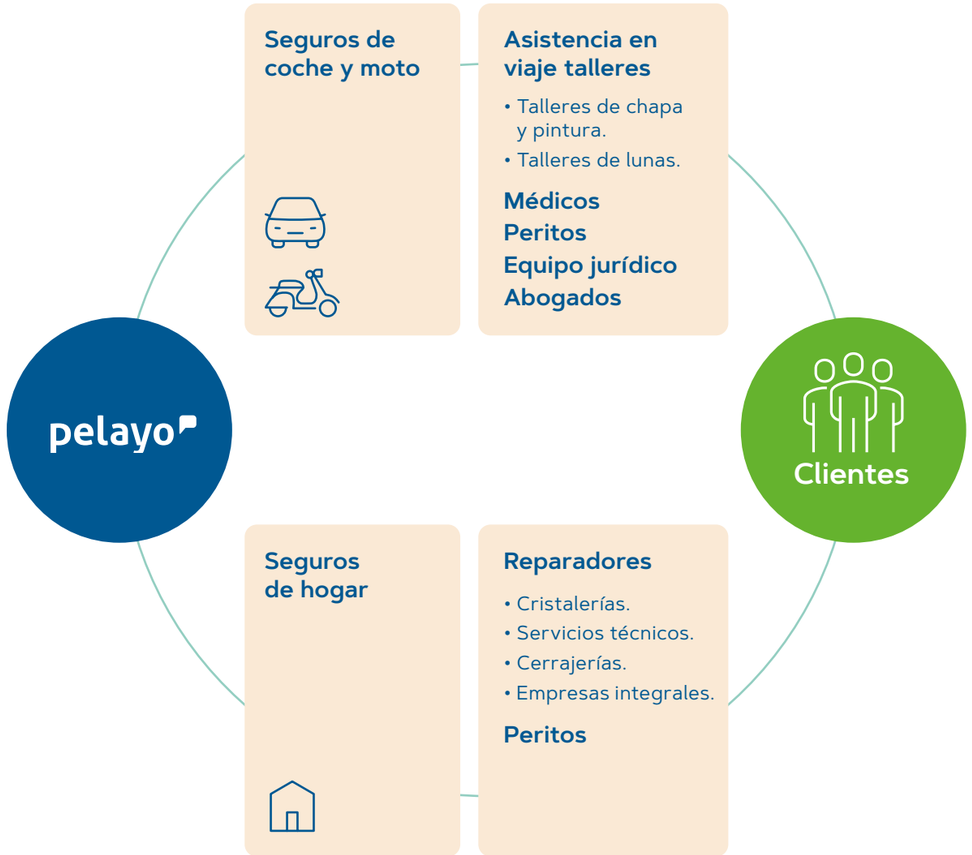
- **Finalización o mantenimiento del contrato:** Desde Prestaciones únicamente se plantea la finalización de contratos en situaciones muy definidas y afortunadamente esporádicas (por ejemplo: fraude demostrado por parte del asegurado).

- **Valoración de la experiencia del cliente:** Se mide la satisfacción y experiencia cliente de varias formas. Las más significativas son los ISC: Índice de calidad de servicio sobre el reparador que asistió a su siniestro. Y las encuestas de satisfacción realizadas por una empresa independiente, que valoran todos los aspectos en la gestión de un siniestro, desde la apertura a la finalización.

Código de buenas prácticas y conducta

Pelayo aprobó en 2016 un código de buenas prácticas y conducta para colaboradores y proveedores que éstos deben conocer, respetar, aceptar y vigilar su cumplimiento. Está 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.



6.5.4. Asistencia en viaje

Seguros de coche y moto

Durante el ejercicio 2021, el servicio prestado a los clientes de Pelayo a través del acuerdo de reaseguro cedido con RACE **ha continuado consolidándose de manera exitosa**. Todos los objetivos que motivaban el acuerdo se han cumplido, mejorando la experiencia del cliente, la eficiencia de los equipos y la utilización de las nuevas tecnologías, vanguardia de la empresa líder en el sector de asistencia.

Gracias a la colaboración con RACE, la asistencia en viaje está **cubierta las 24 horas del día**, cubriendo el *Contact Center* de Pelayo la franja horaria de entre las 7.30 y las 00.00, y RACE el tRamo restante. En ambos casos, la aplicación informática empleada es la desarrollada por RACE debido a su madurez y especialización en este Ramo de seguros. Con ello se busca conseguir mejoras en aspectos como la experiencia del cliente, la eficiencia de los equipos humanos y la efectividad en costes, apoyándose en tecnología especializada, procesos con un **mayor grado de evolución y una extensa red de proveedores**.

Para garantizar la satisfacción del cliente con el servicio prestado, Pelayo ha implementado indicadores de calidad mediante los que ha realizado **procesos de seguimiento y evaluación mensual**.

Servicio Nocturno	% de llamadas atendidas en 30 segundos	90,1%
	% de llamadas atendidas	98,5%
	Índice de Satisfacción del Cliente	97,3%
Grupaje Nacional	Días medios de entrega en servicio de largo recorrido (GPS)	**3,4**
RIS	% de Reparación In Situ	**45,6%**
Tiempos de llegada solo GPS (Automóvil)	% de Servicios con llegada hasta 50 minutos	**95,0%**
Encuestas automáticas	% de recomendación del Servicio	**96,7%**
Compromiso 1 hora	Incumplimiento	**326**

Sistema IAS

El sistema (IAS) permite realizar la gestión mediante *"dispatching"* de forma automática, bajo algoritmos identificados por tipología de servicio y sin tener que contactar telefónicamente con el proveedor. El cliente tiene en todo momento información de la trazabilidad de su servicio a través de "SMS":

- El sistema analiza los datos del conductor en cuanto a domicilio y destino y propone la mejor alternativa de ofrecimiento frente a la selección del vehículo de sustitución.
- El programa incluye la recogida de datos de forma automatizada permitiendo recuperar y trasladar la información del cliente a otras pantallas del expediente.
- Se pone en marcha la autogestión de proveedores a través de la web, permitiendo centrar y dar prioridad en el *Contact Center* a los servicios de Clientes.

En 2021 se ha aumentado el número de gestiones en las que se aplica el registro automático de la información en el expediente asociado al cliente (por ejemplo, modelo del vehículo para realizar el envío del tipo de grúa más adecuado).

Eurekar

Este servicio, se puso en marcha en 2020 para **dirigir a los clientes** que hayan sufrido averías **a la red de talleres Eurekar,** lo que les aporta importantes beneficios, como la ampliación de la garantía a 9 meses y sin límite de kilometraje, descuentos en la reparación, trato preferente mejorando los tiempos de espera. Además, se le da acceso al cliente a una plataforma *online* donde puede ver la información del diagnóstico y realizar el seguimiento y pago de la avería.

En 2021 se ha continuado con el proceso de mejora y consolidación del servicio, habiéndose **ampliado la red de talleres y los beneficios** para los clientes del servicio Eurekar.

La calidad del servicio se refleja en los ISC de la Asistencia en Viajes:

% Satisfacción del servicio	96%
% Correcta atención del servicio	**97%**
% Recomendaría Pelayo	**96%**

Todas estas mejoras en el servicio han provocado que **el 96% de los clientes recomienden los servicios de Pelayo en asistencia en viaje**, estando 3 puntos porcentuales por encima del índice de recomendación del global de servicios de la Mutua.

6.5.5. Peritos

Los peritos de Pelayo son los profesionales que valoran los daños y se encargan de realizar tasaciones en siniestros, realizando también tareas de control y seguimiento, investigaciones y elaborando en algunos casos informes biomecánicos. Su actividad es muy importante ya que se encargan de garantizar el cumplimiento de los indicadores específicos de cada prestador de servicio.

Pelayo ha contado en 2021 **con 158 peritos para los seguros de coche y moto y 34 peritos** para los seguros de hogar. La Mutua dispone, en el caso de las tasaciones de autos y las de hogar, de **peritos empleados o de plantilla y peritos externos** para realizar las peritaciones en el plazo comprometido. El objetivo es tener una red de peritos con amplia cobertura territorial que permita un fácil acceso al servicio por parte de los asegurados, evitando las esperas que derivan de su traslado de un sitio a otro. Existe un compromiso para iniciar el peritaje en las 24 horas posteriores a la entrada del vehículo en el taller. Además, cuando la magnitud de la reparación o la calidad del taller lo recomienden, se realiza el seguimiento de la reparación hasta su finalización.

Para realizar la selección de peritos se tienen en cuenta requisitos legales, de formación y de experiencia. No obstante, el proceso de selección de peritos se realiza de diferente forma en función del tipo de perito que se busca seleccionar, teniendo en cuenta en cada caso determinados criterios:

Peritos en plantilla

El proceso de selección de peritos de plantilla cuenta con tres etapas principales:

- Personas y Cultura selecciona a candidatos con **formación mínima**:
  - De Grado Superior en Automoción en el caso de los automóviles.
  - De Curso de Formación en Pericia Aseguradora: Especialidad IDR en el caso de hogar.
- Se imparten **cursos de formación**:
  - De peritos de automóviles y una formación en talleres en el caso de automóviles.
  - Una formación específica de 5 semanas con peritos de plantilla senior en caso de hogar.
- Se realiza un **examen de acceso** teórico y práctico.

Peritos externos o libres

En el proceso de selección de peritos libres se tienen en cuenta las siguientes consideraciones:

- Que tengan **licencia fiscal**.
- Que sean **personas jurídicas**.
- Que cuenten con experiencia previa en peritación.
- Se valora que pertenezcan a gabinetes periciales que tengan una estructura de más de un perito y que colaboren con otras compañías de seguros.

Pelayo lleva a cabo un proceso de **evaluación y de seguimiento continuo** de sus peritos, realizando inspecciones anuales en las que se tienen en cuenta indicadores con criterios de eficiencia (coste medio y tiempos de actuación, entre otros) y calidad. Las inspecciones que se realizan pueden ser de dos niveles, en función de si se verifican los siniestros en la oficina o en la oficina y el taller. Este último nivel de inspección más exhaustivo se aplica en peritos que tienen más de 100 tasaciones anuales. Además, los peritos de plantilla están sujetos, como cualquier otro empleado, a evaluaciones de desempeño que se realizan desde Personas y Cultura.

Los peritos de Pelayo disponen de varias **aplicaciones y herramientas** para desarrollar su actividad de forma eficiente:

- En el Ramo de automóviles existe un aplicativo que funciona a través de una conexión a internet en **cualquier tipo de dispositivo móvil**. De esta forma, el perito dispone de distintas funcionalidades donde puede consultar los siniestros y encargos, así como su calendario y la agenda programada de servicios. No obstante, se sigue realizando el contacto **vía telefónica o por correo electrónico**, en los casos en los que sea necesario. También se utilizan sistemas modernos de tasación como es el caso de la **fototasación** o de la **videotasación** para mejorar en eficiencia. De esta manera se consigue mejorar su comunicación, y superar así la barrera que suponen los continuos desplazamientos a los que se ven obligados para desarrollar su trabajo.
- En el Ramo de hogar los peritos disponen del aplicativo de postventa diversos, donde pueden consultar los expedientes asignados, direcciones, pólizas y demás, así como la agenda de las videotasaciones concertadas, para lo que utilizan una aplicación externa de mercado.

6.5.6. Talleres

Pelayo trabaja con todo tipo de talleres relacionados con la **reparación de siniestros de automóviles**, aunque predomina con diferencia el colectivo de talleres especializados en reparaciones de chapa y pintura y en reparaciones de lunas. Normalmente los talleres son seleccionados por el cliente, bien atendiendo a criterios de confianza o considerando el ofrecimiento de Pelayo de su red de talleres garantizados, cuya gestión está delegada en las gerencias territoriales de peritos y talleres.

Los **talleres garantizados** son los que conllevan una gestión más activa por parte de Pelayo, ya que comprende la selección de nuevos talleres y mantenimiento de los actuales, con el fin último de prestar un servicio de calidad. Esta red ofrece servicios añadidos de valor para el cliente junto con la ampliación de la garantía de reparación. En total emplea **13.963 talleres de reparación de vehículos, 12.847 especialistas en chapa y pintura y 1.327 talleres reparadores de lunas**. Algunos de los talleres colaboradores garantizan la reparación de los daños del vehículo en **72 horas,** siendo en total 653.

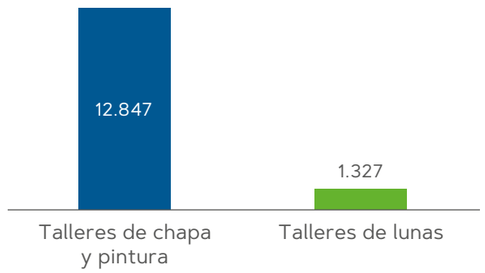
Entre los dos grupos principales de talleres también se realizan gestiones diferenciadas. Los **talleres de chapa y pintura** se pueden clasificar según el grado de vinculación que tengan con los fabricantes de automóviles:

- **Concesionarios:** Abanderados de una o varias marcas de fabricantes de automóviles en las que están especializados, aunque pueden reparar vehículos de todas las marcas.
- **Servicios Oficiales**: Abanderados de alguna marca de automóviles y que dependen organizativamente de un concesionario de referencia que normalmente está ubicado en una misma área geográfica.
- **Talleres libres:** No tienen vinculación con ningún fabricante.

Por su parte, **los talleres especialistas en lunas** o acristaladores se dedican casi exclusivamente a reparar y sustituir lunas, ofreciendo un alto grado de especialización y una gran rapidez en las reparaciones, al no ser necesaria la peritación del vehículo.

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. Para ello se dispone de un **cuestionario de evaluación** en el que se valoran diferentes aspectos relacionados con la reparación de carrocerías, con la zona de pintado, con la zona de mecánica y con las oficinas del taller. Las quejas y reclamaciones interpuestas por los clientes y las informaciones aportadas por los peritos son también aspectos que se tienen en cuenta.

Distribución de talleres



Una **buena comunicación con los talleres** es clave para el desarrollo del servicio de forma satisfactoria. Por ello, la red de talleres garantizados de Pelayo 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. Una de estas herramientas es una aplicación que ofrece al taller diversas funcionalidades que pueden variar en función del grado de vinculación con el taller. Además, los talleres acristaladores de la red disponen de un sistema integral que les permite efectuar la grabación del siniestro, realizar la valoración y facturar el trabajo realizado y consultar los pagos realizados. Este servicio depende de la vinculación que tenga el taller con Pelayo y es totalmente controlable mediante diferentes aplicaciones.

Funcionalidades de la aplicación para talleres

Las funcionalidades que incluye la aplicación para talleres garantizados de Pelayo son:

- **Agenda taller:** Permite al taller conocer las citas de vehículos de Pelayo e informar de las mismas.
- **Agenda *express*:** Es una versión reducida de la Agenda taller.
- **Datos taller / calendario:** Permite al taller actualizar la 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.
- **Fototasaciones.**
- **Consulta notificaciones:** Permite al taller consultar las comunicaciones enviadas por Pelayo mediante la aplicación de talleres.
- **Consulta de pagos al taller:** Permite al taller consultar los pagos recibidos por reparaciones abonadas por Pelayo.
- **Consulta de tasaciones cerradas:** Permite al taller consultar tasaciones cerradas de vehículos tasados en su taller.
- **Información siniestros:** Permite al taller consultar información de los siniestros de los vehículos tasados en su taller.

Actualmente existen diversos canales de comunicación para establecer una comunicación bidireccional entre Pelayo y los talleres pudiéndose realizar por correo electrónico o por un teléfono específico de atención al taller.

En 2021 los pagos totales realizados a la red de talleres han sido de 89,30 millones de euros.

6.5.7. Equipo médico

Además de la asistencia por medio de los talleres previamente mencionados, Pelayo ofrece a los asegurados que han sufrido un menoscabo en su salud derivado de un accidente de tráfico un equipo de expertos en salud, que trabaja para facilitar la curación y/o estabilización de las lesiones, compuesto por **652 centros colaboradores**.

Así mismo dispone de **102 médicos valoradores y 16 peritos consultores** para la valoración de las lesiones y secuelas derivadas del accidente. Los pagos a estos profesionales suman **1.897.835,99 euros**.

6.5.8. Equipo jurídico

Asimismo, Pelayo trata de obtener una resolución por vía amistosa con el perjudicado en accidente de carretera o siniestro en el hogar consiguiéndolo en un **95% de los casos**. Cuando no es posible acordar dicha resolución y hay que hacerlo por vía judicial, Pelayo dispone de un equipo jurídico formado por **165 letrados especializados y 942 procuradores**.

Seguros del hogar y otros diversos

Pelayo dispone de una gama de Seguros de Hogar con el fin de disponer de un producto más flexible, donde poder adecuar la oferta a las necesidades de cada cliente y características de cada vivienda, mediante la inclusión de garantías opcionales.

La **gama de Hogar** se compone de cuatro modalidades (Producto Hogar):

- **Hogar Básico:** Se trata de una modalidad sencilla para aquellos clientes que quieren tener coberturas esenciales en siniestros como Incendio, robo o daños por agua. Esta modalidad tiene carencia en las garantías de daños por agua, daños eléctricos, roturas y R.C. de agua.
- **Hogar Plus:** Esta modalidad está dirigida al segmento mayoritario de clientes. Es un producto flexible que ofrece la posibilidad de ampliar la cobertura mediante la incorporación de garantías opcionales y modulables para adaptar la oferta a cada cliente.
- **Hogar Premium:** Enfocada para aquellos clientes que valoran tener una alta protección y el máximo abanico de necesidades cubiertas.
- **Hogar Segunda Vivienda:** Esta modalidad está orientada para dar cobertura a las viviendas secundarias y vacacionales.

Con respecto al **Producto Comercio Compromiso** cabe señalar que se trata de una oferta de productos destinada a proteger los locales comerciales y su actividad como negocio, ofreciendo:

- **Producto "Básico":** Pelayo ofrece este producto para dar cobertura de las incidencias más graves: Incendio, fenómenos meteorológicos, riesgo catastrófico y responsabilidad civil. Además, incluye también asistencia al comercio 24 horas.
- **Comercio Compromiso:** Es un producto con amplias garantías y novedosos servicios de valor, que se adapta a las necesidades de protección de los clientes que desarrollan su negocio en un local comercial. En estos servicios destaca el Manitas, para solucionar pequeñas reparaciones, la asistencia informática y el novedoso servicio de marketing web para ayudar a los clientes de Pelayo a promocionar sus negocios.

Las modalidades incluidas tanto en hogar como en comercio cuentan con el **Compromiso a tiempo**, mediante el cual Pelayo se compromete con sus asegurados a prestar unos niveles de servicio en caso de siniestro, y en caso de no cumplirlos, la Mutua les devuelve su dinero. Pelayo se compromete con los asegurados una vez conocida la ocurrencia del siniestro, a intervenir en un plazo de 3 horas en siniestros graves, en un plazo de 12 horas para contactar con el asegurado y cerrar la visita y un plazo de 48 horas para que el profesional realice la primera visita e inicie el proceso de reparación. En caso de no cumplir estos plazos, Pelayo se compromete a no cobrar la próxima renovación del seguro de hogar del asegurado afectado, por lo que supone un reto para el que la calidad y seriedad de los reparadores y colaboradores es un punto clave.

6.5.8. 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. Además, se incluyen las garantías como avería de electrodomésticos, reparación de tuberías sin causar daños e infidelidad de empleados y la cobertura de responsabilidad civil y asistencia sanitaria de los animales domésticos de los asegurados.

El **número de colaboradores** para reparar los daños producidos a asegurados y perjudicados de este tipo de seguros es de **154** y una facturación de 19,16 millones de euros. Además, se cuenta con **34 peritos**, con unos **pagos totales de 1,82 millones de euros**.

Durante el ejercicio 2021, Pelayo ha reforzado el dimensionamiento de la red propia de reparadores, tanto la de empresas integrales, como cristalerías y servicios técnicos, teniendo en cuenta el incremento de frecuencias derivado de la pandemia, por el mayor uso de las viviendas, así como para dar mayor capilaridad a la misma y el mejor servicio postventa a sus asegurados.

Prestaciones a raíz de la pandemia de Covid-19

Como consecuencia de la pandemia de Covid-19, desde Prestaciones, en línea con la Mutua, se ha priorizado la seguridad de los equipos y de las redes de proveedores, acción que se ha compaginado con mantener un servidor de calidad para los clientes, adecuado a las circunstancias existentes y en el que se ha reforzado las áreas prioritarias.

En este sentido Pelayo ha mantenido durante todo este periodo, sus principales compromisos con los clientes, entre los destacan la Cláusula 1:24:72 para autos y el Compromiso a tiempo para hogar y comercios según se fija en el condicionado de las pólizas.

Como medidas de apoyo a las redes de proveedores, cabe citar: anticipo del 15% al 20% de la facturación futura (base 2019) y de líneas de crédito para la red de reparadores preferentes, adelanto del cierre de liquidaciones en todos los asuntos con abogados y médicos y elaboración de salvoconductos para los reparadores que lo necesitasen.

6.6. Compromiso con la sociedad

Datos clave 2021

Contribución tributaria

Recaudado
39,2
millones de €

Soportado
46,3
millones de €

Patrocinio

Selección Española de Fútbol

Deporte femenino
embajadores de marca

Fundación Pelayo

Social
421
miles de € en proyectos y actividades sociales

ONG
6
proyectos

Empleados
26
proyectos

Difusión de la educación Vial

Presencia en redes sociales

27,7
miles de fans

13,4
miles de contactos

3,5
miles de seguidores

11,4
miles de seguidores

14,7
millones de visualizaciones

La actividad de Pelayo crea valor económico y social en el entorno en el que opera, en forma de contribución a las arcas públicas, colaboración con iniciativas de ámbito social a través de la Fundación Pelayo y actividades de sensibilización sobre temas relevantes para la sociedad, entre otras. Además, Pelayo lleva a cabo iniciativas para minimizar el limitado impacto ambiental derivado de su actividad.

Valor económico generado y distribuido 2021

* Datos en miles de euros.

356.398
Ingresos de explotación

6.759
Ingresos de las inversiones

10.333
Otros

2.060
Descenso de las inversiones

375.550
Valor económico generado y distribuido

137.839
Retribución a colaboradores en la prestación de servicios

85.516
Servicios directos a Mutualistas y Beneficiarios

93.486
Otros colaboradores

39.539
Administraciones públicas

19.170
Retribuciones a empleados

6.6.1. 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:

Información en miles de Euros.	2019	2020	2021
Impuesto sobre sociedades y retenciones soportadas			
Soportado	1.433	1.083	**1.852**
Retenciones practicadas por rendimientos de trabajo			
Recaudado	9.174	9.680	**10.138**
Cotizaciones a la Seguridad Social			
Soportado	10.193	10.147	**9.991**
Recaudado	2.080	2.040	**1.995**
Impuestos indirectos			
Soportado	30.120	24.392	**24.698**
Recaudado	28.392	29.502	**34.197**
Impuestos municipales			
Soportado	2.221	2.346	**2.447**
Otros conceptos			
Soportado	231	245	**229**
Recaudado	9	78	**56**
Total Soportado	**44.198**	**38.213**	**39.217**
Total Recaudado	**39.655**	**41.300**	**46.385**

**No incluye el pago que se realiza a la Gestora de conciertos para la contribución a los servicios de extinción de incendios, A.I.E.*

6.6.2. Fundación Pelayo

La Fundación Pelayo fue creada en julio del 2005, fruto de la convicción de Pelayo de la necesidad de **revertir a la sociedad** parte de los beneficios recibidos de ella, demostrando con ello un nivel de compromiso que excede el estricto ámbito empresarial y que se extiende a la sociedad en su conjunto. La Fundación Pelayo cuenta con unos recursos mínimos de un **2% de los beneficios anuales** de la Mutua, que suelen incrementarse conforme al acuerdo de la Asamblea General de Mutualistas y se complementan con aportaciones individuales. Sus fines y objetivos están claramente orientados a las actividades solidarias y humanitarias.

La misión que guía a la Fundación es **construir una sociedad más justa y solidaria**. Por ello, desde su constitución ha estado enfocada a mejorar la sociedad actual, a través de la ayuda humanitaria nacional e internacional y mediante el impulso del voluntariado. De esta forma genera un espacio de participación que posibilita a los empleados la práctica

solidaria y la atención a personas en riesgo de discriminación por razones físicas, sociales o culturales, haciendo posible la integración social de los más desfavorecidos.

Desde 2008, tras una **consulta realizada a los empleados** de Pelayo, los esfuerzos de la Fundación se han centrado en favorecer la promoción integral de niños y jóvenes excluidos y desfavorecidos por la sociedad, mejorando su calidad de vida con una asistencia sanitaria digna, con oportunidades de ocio y tiempo libre y con una educación, enseñanza, formación y capacitación que les garantice un futuro más favorable. Además, desde 2019 también se están focalizando esfuerzos en empoderar a madres en situación de riesgo de exclusión.

Patronato de la Fundación Pelayo

La Fundación cuenta con autonomía plena y está regida por un Patronato que se reúne como mínimo **dos veces al año.** Estas reuniones tienen como objetivos, entre otros, 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.

En el Patronato participan **personalidades de reconocido prestigio**:

- **Presidente de Honor:** D. José Boada Bravo
- **Presidente:** D. Álvaro Gil-Robles Gil-Delgado
- **Vicepresidente:** Dª. Mar Cogollos Paja
- **Resto de patronos:**
- Dª. Patricia Abril Sánchez
- Dª. Anna M. Birulés Bertrán
- D. Vicente del Bosque
- D. Manuel Conthe Gutiérrez
- Dª. Cristina Garmendia Mendizábal
- D. Francisco Lara Martín
- D. José Antonio Martín Pallín
- Dª. Inmaculada Lucía Saratxaga Menoyo
- D. Juan Soto Serrano
- Dª. Nuria Vilanova Giralt
- Dª. Cristina del Campo Pereiro: gerente y secretaria

En este año 2021, ha entrado a formar parte del Patronato de Fundación Pelayo D. Francisco Lara Martín, al tomar el relevo de D. José Boada Bravo, como presidente de la entidad fundadora Pelayo Mutua de Seguros. Asimismo, D. José Boada Bravo ha pasado de ser Patrono a ser nombrado Presidente de Honor de la Fundación.

Anualmente, la Fundación presenta su **Plan de Actuación**, donde se recogen los ámbitos que enmarcan las principales iniciativas que se pondrán en marcha durante esa anualidad y la asignación de recursos que se realiza. El Plan de Actuación del ejercicio 2021 contemplaba destinar **421.000 euros** para proyectos y actividades sociales. Llevándose a cabo 6 proyectos a través del Concurso de ONG y 26 a través del Concurso de Empleados, Patronos y Consejeros.

Asignación de recursos

Acciones Covid-19

Se ha seguido apoyando el programa Cruz Roja Responde, a través de la financiación de tarjetas monedero para la distribución de bienes de primera necesidad a personas vulnerables. También se ha apoyado la situación sanitaria ante el Covid-19 en India, en apoyo a la compra e instalación de un generador de oxígeno con Manos Unidas y la adquisición de material hospitalario con Fundación Vicente Ferrer.

En general la pandemia ha limitado la celebración de actividades presenciales, por las restricciones sanitarias implementadas, en su gran mayoría afectando a actividades de voluntariado y fomento de integración de personas con discapacidad.

Concurso ONG

Dentro de su Plan de Actuación Anual la Fundación Pelayo convoca un concurso para financiar proyectos de carácter humanitario de gran envergadura de Asociaciones y ONG consolidadas, que se centren en temas dirigidos a menores de 18 años, a nivel nacional e internacional y en materia de educación y sanidad, así como a madres en riesgo de exclusión para garantizar la viabilidad de la familia y la educación de los menores. En 2021 se ha destinado una financiación máxima de 20.000 euros a cada proyecto y han sido seleccionados y ejecutados los siguientes:

Federación Down España: Programa de intervención logopédica, a través de metodologías digitales innovadoras para impulsar el desarrollo del lenguaje de menores con síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales.

Fundación Tomillo: Programa que facilita la integración sociolaboral de menores que se encuentran bajo medidas de protección, mediante itinerarios formativos y de inserción prelaboral en el ámbito de la hostelería, desarrollando competencias y valores que favorecen la vida autónoma.

Por la Sonrisa de un niño: Programa educativo de clases intensivas para jóvenes con pocos recursos en Camboya, con apoyo alimentario y actividades extras, para evaluar el nivel de los estudiantes y ayudarles a alcanzar las competencias necesarias para poder acceder al nuevo curso académico sin perder ritmo curricular a consecuencia de la pandemia sanitaria por el Covid-19.

Fundación Aladina: Con el objetivo de ayudar a familias sin recursos nace Fondo de Ayudas Extraordinarias Aladina, a través del cual la Fundación Aladina se ocupa de financiar la compra de prótesis, pelucas, sillas de ruedas, audífonos, sesiones de fisioterapia, gastos funerarios, o cualquier otro elemento que pueda necesitar el menor como consecuencia de su enfermedad.

Fundación Padre Arrupe: Proyecto para dotar de becas de alimentación a alumnos/as del colegio Padre Arrupe de Sayapango, El Salvador, procedentes de familias de escasos recursos, sensiblemente afectadas a consecuencia de la pandemia sanitaria.

Fundación Padre Garralda Horizontes Abiertos: El Proyecto Mafalda pretende Promover acciones que favorezcan la rentabilidad positiva y faciliten la recuperación integral de los y las menores víctimas de violencia de género, así como prevenir la cronificación del daño sufrido por las niñas y niños a través de servicios y actividades socioeducativas y psicoterapéuticas.

Concurso Empleados, Patronos y Consejeros

La Fundación Pelayo colabora con los empleados para apoyar su labor social y contribuir tanto a la financiación como a la difusión de proyectos en los que participen, por lo que realiza anualmente un concurso interno para financiar proyectos presentados por los propios empleados, patronos o Consejeros del Grupo. Se consigue así que los esfuerzos de la Fundación se sumen a aquello sobre lo que mayor interés produce a sus empleados, creando un vínculo entre los empleados y la propia Fundación. Se seleccionan proyectos preferiblemente dirigidos a temas de infancia y discapacidad. En 2021 la financiación máxima ha sido de 3.000 euros por proyecto y se han financiado 26 proyectos, como, por ejemplo:

Asociación Adaner Granada: El proyecto incluye por una parte un Campamento Urbano para personas afectadas de Trastornos de Conducta Alimentaria, y por otra, una formación en TCA para padres, familiares y entorno cercano de personas afectadas.

Asociación Algarabía: Programa de actividades educativas y tiempo libre que favorezca el respeto y diálogo entre niños y jóvenes de distintas etnias con el objetivo de reducir la exclusión social.

Asociación Calor y Café: Programa integral para la cobertura de necesidades básicas de familias en riesgo de exclusión de Granada que han visto su situación agravada por la crisis sanitaria, económica y social provocada por el Covid-19.

Asociación SFC-SQM Madrid: Proyecto que pretende apoyar a nivel social y emocional a las personas afectadas por diagnósticos de Síndrome de Fatiga Crónica/Encefalomielitis Miálgica (SFC/EM) o de Sensibilidad Química Múltiple (SQM) y promover una planificación de actividades con enfoque de género que permita satisfacer las necesidades estratégicas de las mujeres afectadas.

Asociación Talismán: Proyecto para ofrecer a los jóvenes de la asociación una formación integral para aumentar su empleabilidad a través del programa de Ciencia con Capacidad, que contempla talleres formativos con una vertiente medioambiental y científica, aumentando su autoestima y seguridad.

Asociación Extremayuda: Este proyecto, promovido por Extremayuda desde el año 2012, persigue la complementación educativa de niños de la zona urbano-marginal de la ciudad peruana de Trujillo, con varias finalidades que van desde ofrecer una alternativa de cultura y formación en la que ocupar el tiempo libre y evitar la estancia en la calle y situaciones de delincuencia, hasta afianzar la educación en valores y desarrollo de habilidades artísticas a través de la participación en la Orquesta Sinfónica Infantil-Juvenil Sonidos de la Arena, del Alto Trujillo, Perú.

Fundación Cauce: Proyecto de actuación integral basado en acciones dirigidas a complementar los programas de apoyo escolar y compensación educativa, que desarrollan los centros educativos públicos de Valladolid, con el objetivo de facilitar la integración de los niños en exclusión social a través de la normalización en el sistema educativo, fomentando la multiculturalidad y evitando el abandono escolar de los menores con menores oportunidades y recursos educativos.

ONG SED: Proyecto de continuidad que pretende atajar la dura realidad que la pandemia de la Covid-19 ha provocado consecuencias sanitarias, sociales y económicas muy negativas en todo el mundo, pero especialmente entre aquellas personas que ya de por sí vivían en una situación de vulnerabilidad especial, es el caso de los y las estudiantes de la Escuela St. Pauls en Zambia y sus familias.

Deporte solidario

Dentro de su Plan de Actuación para el ejercicio 2021, la Fundación contempla el apoyo organizativo a actividades deportivas solidarias,animando a los empleados y colaboradores de Pelayo a participar y de esta manera fomentar los hábitos de vida saludable a la par que apoya económicamente a proyectos sociales. En 2021, a pesar de las circunstancias adversas,Pelayo ha querido seguir estando, por octavo año consecutivo,en la XI Carrera Down Madrid, carrera popular que se realiza en beneficio de la práctica del deporte y el ocio saludable para las personas con discapacidad, participando en modalidad presencial y virtual,bajo todas las medidas de seguridad. También se ha participado en la X marcha solidaria de la Asociación Talismán, que se celebra para dar visibilidad a las personas con discapacidad y su integración sociolaboral.

Euro Solidario

Fundación Pelayo ha continuado con la iniciativa del Euro Solidario destinando el importe a contribuir con la Fundación Cris Contra el Cáncer, apoyando el proyecto de investigación de la inmunoterapia como tratamiento contra el cáncer.

Esta iniciativa nace con el ánimo de sumar fuerzas y, tras la donación de un euro mensual de la nómina de todos aquellos que lo soliciten, conseguir multiplicar esfuerzos contribuyendo con distintas causas sociales.

Por cada euro donado por los empleados, la Fundación Pelayo aportará otro euro adicional, doblando así la cantidad recaudada.

Reserva Desastres Humanitarios

Fiel al compromiso de ayudar a los que más lo necesitan, en 2021 Fundación Pelayo ha querido contribuir, no solo con proyectos enfocados a paliar la situación de pandemia por la Covid-19, sino también con otras crisis que se han sucedido como es el caso de la erupción del volcán de La Palma, el terremoto de Haití o la ayuda a los refugiados de Afganistán tras los últimos conflictos políticos.

Proyecto con colaboradores/ partners

Fundación Pelayo y el partner de Pelayo Enterprise Holdings, se han unido para apoyar de manera conjunta a la Asociación Amasol, en el proyecto "Espacio AMASOLETE", un proyecto que tiene por objeto desarrollar un programa dirigido a menores, hijos/as de madres solas, en situación de exclusión o riesgo de la misma, que presta cobertura a sus necesidades básicas en el ámbito educativo, nutricional, sanitario, etc., ayudando a la familia a conseguir su plena autonomía.

Premio Solidario

Fundación Pelayo otorga anualmente un premio a un empleado de Pelayo que destaque por su labor social y solidaria en alguna asociación u ONG como voluntario. En 2021 se ha entregado el premio previsto en 2020 dado que en ese año debido a la situación de crisis sanitaria no se pudo celebrar el acto de entrega de este galardón, habiendo recaído el mismo en Mª Estela Rodríguez, Gerente de tramitación de daños personales de Valladolid, por su compromiso con las acciones que promueve la Fundación Pelayo y su implicación con las personas con menos recursos.

Actividades de sensibilización-Voluntariado

Voluntariado

Fundación Pelayo selecciona y coordina acciones encaminadas al desarrollo de voluntariado por parte de los empleados de Pelayo, principalmente en asociaciones u ONG con las que colabora en apoyo al desarrollo de proyectos. En 2021, al igual en el ejercicio anterior, las actividades de voluntariado se han visto muy restringidas con motivo de la pandemia, al ser en su mayoría presenciales, habiendo podido llevar a cabo los siguientes voluntariados:

Unespa ha querido seguir fomentando el incremento de la notoriedad y visibilidad del sector asegurador en la sociedad a través de la campaña "Estamos Seguros". Muestra de ello es la iniciativa de voluntariado "El Riesgo y yo", por la que por tercer año consecutivo y a nivel nacional, voluntarios de distintas aseguradoras han impartido cursos en centros educativos, con la ayuda de la Fundación Junior Achivement, para acercar el mundo del seguro a los más jóvenes y concienciar a un colectivo que representa el futuro. En esta edición y por medida de prevención sanitaria los cursos se han impartido en modalidad online.

En colaboración a la Asociación Talismán y en beneficio de la investigación del cáncer se ha celebrado una actividad de voluntariado en la que los empleados y familiares de Grupo Pelayo, a través de unas plantillas, han podido hacer sus propios diseños de cuadros con las figuras de las Meninas del pintor Diego Velázquez, para contribuir en una exposición benéfica.

Difusión de la Seguridad Vial

Fundación Pelayo ha impulsado acciones encaminadas a fomentar la seguridad vial entre los más jóvenes, entre las que cabe destacar la firma del acuerdo de colaboración entre Europcar España, la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (AESLEME) y Fundación Pelayo, con el objetivo de ayudar a reducir el número de jóvenes fallecidos y heridos en accidentes de tráfico. Gracias a este acuerdo de colaboración las tres organizaciones se han comprometido a desarrollar el programa de educación vial "Te puede pasar", para prevenir accidentes y lesiones, dirigido a jóvenes de 3º, 4º ESO, Bachiller y Ciclos formativos (15-20 años), de manera presencial y *online* adaptándose a las medidas de todos los centros educativos.

6.6.3. Patrocinio

Pelayo busca que su marca sea percibida como relevante y prestigiosa, siendo el **patrocinio uno de los grandes activos** de la Mutua y una palanca fundamental para vender y retener. El reconocimiento y la reputación de marca son fundamentales en un mercado tan competitivo como el de los seguros en España. Por ello, el patrocinio en Pelayo está perfectamente alineado con su actividad y encaja con los valores que traslada al mercado, impulsando la posibilidad de **generar vínculos emocionales** y cooperar en la evolución del posicionamiento de la Mutua. A continuación, se listan dos de las acciones más importantes desarrolladas por parte de Pelayo en este campo:

Real Federación Española de Fútbol (RFEF)

Como lleva ocurriendo desde 2008, Pelayo ha continuado trabajando de la mano de la RFEF, siendo una referencia de trabajo. Se trata de un **patrocinio estratégico** y sólido que ayuda a poner a la marca en primera línea de comunicación en un entorno poco intrusivo y que continuará durante el año de 2022. Todo el trabajo realizado junto a la RFEF permite llegar de una manera diferente a los consumidores, formando parte de sus vidas y trasladando sus valores y el compromiso máximo de calidad en los servicios prestados.

Durante 2021, Pelayo amplió su apoyo a las selecciones de la RFEF, acompañando en sus competiciones a la selección absoluta femenina, masculina y por primera vez, a la selección Olímpica. Fuera de las propias selecciones, ha sido patrocinador de las dos finales de la Copa del Rey, disputadas en el año (2020 y 2021), ampliando así la colaboración dentro del acuerdo que mantiene con la RFEF. Dicho acuerdo ha permitido la explotación de un extenso plan de activación en todos los partidos que se han disputado en España, siendo un pilar de máxima importancia en **la recuperación de la actividad tras la pandemia.** Como en años anteriores, desde Pelayo se ha continuado apostando por la realización de una serie de acciones especiales junto con la RFEF, que dotan a la marca de una mayor repercusión mediática y permiten contribuir a mantener los niveles de imagen elevados.

Embajadores de Marca

Continuando con la estrategia de dotar de credibilidad a la comunicación de Pelayo y aportar valor a la marca, se ha mantenido la apuesta por la figura de "embajadores de marca". Como ocurrió, y manteniendo la estrategia de la compañía desde 2018, en 2021 se ha apoyado al deporte femenino a través de la figura de **Sandra Sánchez**, actualmente campeona del Mundo, Europa y Olímpica, y mejor karateka de la historia por parte de la Federación Internacional de Kárate, así como número 1 en el ranking mundial.

Reto Pelayo Vida

En línea con la política RSC de Pelayo, el #RetoPelayoVida es una iniciativa exitosa que busca transmitir un **mensaje de ilusión y esperanza** a todas las **personas enfermas de cáncer**. En la séptima edición celebrada en 2021, cinco mujeres que han superado un cáncer se han embarcado en una nueva aventura, llegar en barco de vela al **Paralelo 66 Norte, entrada al Círculo Polar Ártico**. Una travesía extrema, llena de dureza que las ha llevado a vencer a la fuerza del mar, las condiciones climáticas extremas y temperaturas gélidas.

6.6.4. Premio Pelayo para Juristas

Pelayo mantiene un compromiso especial con las iniciativas relacionadas con el mundo jurídico y sus representantes, por el papel decisivo que desempeñan en el buen funcionamiento de la Entidad. 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 XXVII edición del Premio, bajo la Presidencia de Honor de S.M.R. Felipe VI, hizo entrega del galardón El Presidente del Senado, D. Ander Gil García, a la **premiada Dª. Araceli Mangas Martín**, por su larga y fructífera trayectoria en el ámbito jurídico y su gran contribución a la sociedad española. El acto se celebró bajo rigurosas medidas de seguridad a causa de la pandemia de la Covid-19 para garantizar el bienestar de los asistentes, entre los que se encontraba el jurado en pleno, presidido por D. Antonio Garrigues Walker, y una representación de las personalidades políticas, jurídicas y empresariales.

6.6.5. Compromiso con la transparencia y la información

Pelayo se caracteriza por desarrollar una estrategia de comunicación de **máxima transparencia y colaboración**, manteniendo una estrecha relación con los medios y poniendo a su disposición la opinión y experiencia de los máximos directivos de la Mutua. Además, se cumple siempre con 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 y la apuesta 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.

Página web corporativa

La página web corporativa contiene toda la información económica y de gobierno corporativo, así como como las decisiones adoptadas en las Asambleas Generales convocadas, las principales normas y manuales que rigen sus principios, los premios y reconocimientos o la historia del Grupo Pelayo. Además, 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.

Redes sociales

Pelayo entiende las redes sociales como una **realidad de la vida diaria**, un canal de comunicación rápido, sencillo y efectivo que ayuda a estar más cerca de asegurados y colaboradores.

Por esta razón, el comienzo de Pelayo en las redes sociales se inició en 2010. Aprovechando el patrocinio de la Selección Española de Fútbol, se creó en Facebook una *fan page* llamada **"Pelayo con la Roja"**, con el objetivo de ofrecer a los usuarios una plataforma en la que poder **comentar los avances de la Selección** y de esta manera, **participar y vincularse** entre ellos. Aún siendo una página de contenido lúdico, se comenzaron a recibir a través de ella **peticiones de información de los productos Pelayo**, presupuestos, consultas de diversa índole y otras cuestiones relacionadas con la parte comercial de la marca. Esto **impulsó la apertura de los perfiles corporativos** de Pelayo en Twitter y Facebook, alineados también con una competencia cada vez más activa en redes sociales.

A cierre de año 2021 Pelayo ha contado con los siguientes seguidores en sus principales perfiles de redes sociales.

27,7
miles de fans

11,4
miles de seguidores

13,3
miles de contactos

14,7
millones de visualizaciones

3,5
miles de seguidores

2,5
miles de seguidores

Agropelayo
8,6
miles de fans

Agropelayo
591
seguidores

Sin embargo, desde la iniciación de Pelayo en 2010 en el mundo de las redes, tanto Pelayo como estas han cambiado mucho. La inmediatez en la comunicación asociada a ellas ha supuesto que actualmente se contemplen **como un canal más de contacto** entre Pelayo y sus asegurados, situándolas al mismo nivel que la asistencia telefónica o presencial en cualquiera de las oficinas. Por este motivo, la estrategia de Pelayo con respecto a las redes sociales se ha basado en tres pilares fundamentales:

- **Generación de contenidos de interés** para los seguidores (seguridad vial y conducción segura, explicación de la "letra pequeña", curiosidades, etc.).
- **Amplificación de mensajes** y **promociones** (información de nuevos productos, tendencias del sector asegurador, etc.).
- **Atención al cliente.**

Perfiles de Pelayo en redes sociales

Actualmente el Grupo Pelayo está presente en las redes sociales con los siguientes perfiles:

- **Pelayo:** Perfil corporativo y oficial del Grupo.
- **Agropelayo:** Perfil oficial de la filial del Grupo, centrada en información agraria y contenidos del campo.
- **Perfiles individuales de agentes Pelayo:** Iniciativa de proyecto que supondrá la apertura de 300 perfiles individuales.

En los últimos años, Pelayo ha ido abriendo perfiles corporativos en diferentes redes sociales y canales, cada uno de ellos con una función y un enfoque diferenciado:

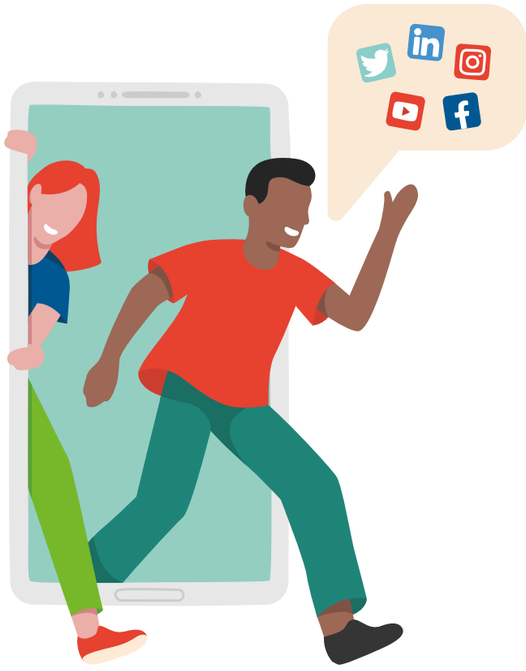
- **Facebook:** Se busca generar una comunidad estable, compartiendo generalmente contenidos relacionados con el sector asegurador, siendo junto al de Twitter el perfil más activo.
- **Twitter:** Esta red social permite amplificar contenidos corporativos, y debido a su inmediatez y capacidad de difusión, se ha convertido para Pelayo en la principal red social en cuanto a comunicación con el cliente.
- **LinkedIn:** Pelayo utiliza este perfil como un canal de comunicación externa, donde da conocer las acciones de RSC, los patrocinios, contenidos relacionados con los empleados, o entrevistas y artículos de opinión publicados de los directivos. Ocasionalmente se incluyen también artículos relacionados con el sector que se consideran de interés para los seguidores. Los directivos de Pelayo, con un perfil propio, también alimentan los mensajes de marca en esta plataforma.
- **Youtube:** Es un repositorio de todo tipo de contenidos audiovisuales de Pelayo (contenidos institucionales, spots televisivos, piezas de patrocinio, etc.).
- **Instagram:** Este perfil tiene una estética muy particular y en él se comparte información relacionada con el entorno asegurador de un modo desenfadado. Incluye imágenes atractivas y memes relacionados con los Ramos de productos que Pelayo comercializa, mediante los que se busca un acercamiento al público más joven y menos comprometido con el sector.
- **Tik Tok:** Pelayo siempre está atento a las nuevas tendencias, y por ello en 2021 se creó un perfil social en esta red que está experimentando un crecimiento muy relevante. Es una red de contenidos muy breves, donde el tipo de usuario es, cada vez más amplio y desde donde se suben bailes virales al mismo tiempo que otros creadores tratan aspectos relacionados con el mundo jurídico o financiero de un modo desenfadado, generando mucho interés.
- **Blog "Te lo aseguro":** Blog de contenidos relacionados con el sector y un lugar donde se pueden ver las distintas áreas relacionadas con la marca, como pueden ser productos, patrocinios, contenidos desenfadados, opiniones de expertos, etc.

Twitter, a pesar del paso de los años, continúa siendo la red social que recibe **más peticiones** sobre información de peritaciones, solicitud de precios, presupuestos, etc. En Facebook, se ha notado un crecimiento cada vez mayor en el número de mensajes privados para asuntos que requieren un mayor diálogo por su complejidad (disconformidad con actuaciones, reclamaciones de terceros, solicitud de modificaciones por venta de vehículo, peticiones desde el extranjero en otros idiomas, etc.). No obstante, año tras año, se nota un **crecimiento relevante** de interacción en Instagram, en detrimento de Twitter.

En cualquier caso, desde los inicios de Pelayo en las redes sociales se ha experimentado un **crecimiento positivo de seguidores**, y este crecimiento se ha mantenido también durante el año 2021, durante el cual la Mutua ha profundizado más en la estrategia de creación de contenidos específicos para cada una de las redes sociales.

Asimismo, Pelayo entiende que las redes sociales forman parte intrínseca de la sociedad y que, por tanto, estar presentes en ellas es clave. Por ello, en los próximos años seguirá impulsándolas como un medio adicional de acercamiento que puede fortalecer la relación con empleados, clientes y otros grupos de interés haciendo todo lo posible para fomentar su uso como herramienta, a la vez que tratar de acercar este público a las oficinas y a la web, con objetivo de servir de apoyo al negocio.

Por ello, en 2021 se han completado las formaciones tanto a los agentes como a los responsables comerciales en el territorio nacional. Esta actuación se ha realizado con el fin de que pronto todos los agentes puedan tener su propio perfil corporativo en Facebook y que les sirva de apoyo en su gestiión comercial. Se tratará de un **nuevo canal, ágil y cercano**, donde poder interactuar con los clientes.



6.7. Medio ambiente

Datos clave 2021

Consumo de energía

4.053 litros de gasoil

188.177 litros de combustible para desplazamientos

20% descenso en el residuo de papel generado

51.011 m³ de gas natural para calefacción

2.901.346 KWh de electricidad

Consumo de agua

4.065 m³ en los principales edificios del Grupo

Consumo de materiales

32 toneladas de papel 100% certificado PEFC

176 unidades de toner

Gestión de residuos

29,9 toneladas de residuos de papel gestionadas

Siendo conscientes de la necesidad de **preservar y cuidar del medio ambiente**, Grupo Pelayo ha llevado a cabo una serie de gestiones para identificar los riesgos medioambientales derivados de su actividad.

Actualmente, dada la actividad de la empresa, **no se generan impactos significativos sobre el medio ambiente** más allá de la generación de residuos de oficinas (papel principalmente), el consumo de energía eléctrica o el de combustibles convencionales para el transporte y calefacción. Además, respecto a los residuos que se generan por parte de la actividad de mantenimiento, principalmente son componentes eléctricos o electrónicos y todos son reciclados convenientemente.

En el futuro, **tampoco se prevé que la empresa genere un impacto significativo**; sin embargo, aunque en menor medida que otras compañías, sí contribuirá al Cambio Climático por su consumo de combustibles fósiles para el transporte, así como por el consumo de electricidad.

A nivel de biodiversidad, las actividades del Grupo Pelayo no se llevan a cabo en áreas protegidas, por esta razón no se considera un aspecto material para el Grupo.

Como queda patente, el **respeto y la defensa del medio ambiente** forman parte de la estrategia de Pelayo, dirigiendo esfuerzos e iniciativas a conseguir hábitos más respetuosos con el entorno y a minimizar los limitados impactos que su actividad puede generar. Destacan acciones de compra responsable de materiales a proveedores y su posterior revisión, el fomento del reciclaje tanto dentro como fuera del trabajo o iniciativas corporativas para concienciar a los empleados y clientes. De esta forma el Grupo Pelayo, siguiendo el Código Ético del Grupo, manifiesta su compromiso de difundir y fomentar la adopción de buenas prácticas medioambientales entre sus empleados y entre otros terceros con los que se relaciona.

Los principales impactos ambientales del Grupo Pelayo son:

- **Energía eléctrica:** Oficinas.
- **Combustibles fósiles:** Transporte y calefacción.
- **Agua:** Oficinas.
- **Recursos materiales:** papel, material de oficina.
- **Gestión de residuos:** Papelería y RAEE.
- **Maquinaría y equipos:** mantenimiento.

6.7.1. Consumo de energía

La actividad de negocio de Pelayo hace que no tenga grandes consumos de energía. Sus principales fuentes de consumo de energía corresponden a la iluminación, calefacción climatización, ventilación y uso de equipos electrónicos en sus oficinas, así como a combustible consumido por la flota de vehículos. En 2021 se han consumido **4.053 litros de gasoil** para calefacción y **51.011 m³ de gas natural** en el edificio de Santa Engracia que es el único que consume gas natural para la calefacción de sus oficinas. La flota de vehículos de Pelayo ha necesitado de **188.177 litros de combustible** (113.168 litros de diésel y 75.009 litros de gasolina) para llevar a cabo sus desplazamientos, lo que supone una aumento del 34,5% respecto al año pasado, debido al aumento de desplazamientos por el levantamiento de las restricciones derivadas de la pandemia.

En cuanto al consumo de electricidad los esfuerzos de Pelayo para ser más sostenible se enmarcan en conseguir un paulatino descenso del consumo. En 2021 se han consumido en todo el Grupo **2.901.346 KWh**, ha aumentado ligeramente con respecto a 2020, donde se consumió un total de 2.823.218 KWh, debido al aumento de la frecuencia de uso de las instalaciones en comparación con el año 2020, en que se inició la pandemia. Teniendo en cuenta el consumo por filial el 96,2% del consumo total pertenece a Pelayo Mutua de Seguros.

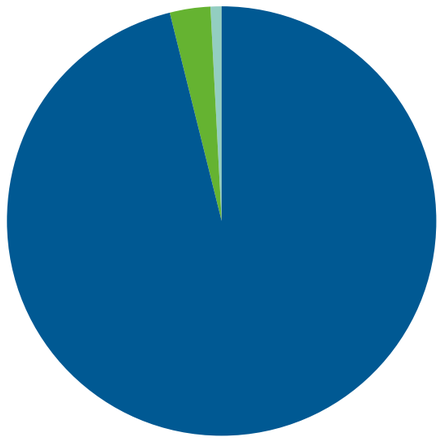
6.7.2. Consumo de agua

El cálculo del consumo de agua del Grupo ha sido estimado teniendo en cuenta el consumo total de los edificios de Santa Engracia (253 empleados) y Rufino González (292 empleados), pertenecientes a Pelayo Mutua de Seguros, que es de 2.166 m³, mientras que en 2020 fue de 1.905 m³. Conociendo el cómputo total de empleados del Grupo (1.023), el **consumo total de agua estimado en 2021 es 4.065 m³**. Este consumo se ha visto ligeramente incrementado respecto al 2020 debido a que **el uso de los inmuebles ha sido mayor en 2021 que en 2020**, a pesar de que durante 2021 también ha habido afectación. por la pandemia por lo que el régimen de uso no ha llegado 100% todavía.

No obstante, desde Pelayo se llevan a cabo diferentes iniciativas para tratar de minimizar este consumo:

- Registro como empresa colaboradora del Canal de Isabel II, realizando campañas de información en edificios principales y baños.
- Registro de consumos en edificios principales.

Consumo energético (KWh)



96,2% Pelayo 2.790.506,0
3,2% ACS 92.233,0
0,6% Agropelayo 18.607,0

* El consumo de gas no es tenido en cuenta para el cálculo del consumo energético total del Grupo.

- Instalación de aireadores en todos los grifos de los edificios de Grupo Pelayo.
- Concienciación del personal mediante correos informativos.
- Cierre parcial de las llaves de paso en lavabos y fregaderos para optimizar consumos.
- Reducción de facturación por revisión de contratos y bonificaciones del Canal de Isabel II.

Otras actuaciones de mejora de eficiencia energética en 2021

En 2021 se han planteado las siguientes medidas, continuando con el trabajo de años anteriores:

- Instalación de cargadores de vehículos eléctricos.
- Instalación de equipos de Climatización eficientes en reformas y nuevas instalaciones.
- Iluminación eficiente.
- Instalación de detectores de presencia e interruptores temporizados.
- Reciclaje de residuos vegetales para la obtención de compost y biomasa.
- Reducción de facturación en papel de proveedores. Además, para reducir la contaminación ambiental, Grupo Pelayo continúa incorporando a su flota vehículos de tecnología híbrida e híbrida-enchufable.

6.7.3. Consumo de materiales

El consumo más relevante de materiales en Pelayo corresponde a **papel, cartón y tóneres** de las impresoras. En total en 2021 se han consumido **32 toneladas de papel** y 9,9 toneladas de sobres. Todo el papel consumido tiene el certificado del Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC) que prueba que proceden de gestiones forestales sostenibles. Por otro lado, Pelayo ha consumido **176 unidades de tóner** en 2021, 18 menos que el año pasado, promoviendo, de esta manera el consumo de tóner certificado y de cartuchos de tinta reciclados en todas las impresoras que lo permiten. Todos estos indicadores también han sufrido importantes reducciones debido al impulso del trabajo en equipo.

Pelayo se compromete a trabajar con **proveedores que sean ambientalmente responsables**. Por ello, desde el área de compras de la empresa se exige presentar a todos los proveedores los certificados de Sistema de Gestión Ambiental (ISO 14001) y Certificados FSC correspondientes. Además, se ha apostado por la reutilización y correcta gestión del mobiliario, por lo que cuando se renueva se dona el antiguo mobiliario a ONG.

Iniciativas para minimizar el consumo de materiales

- Día sin papel: se celebra anualmente para sensibilizar a los empleados sobre la importancia que tiene realizar un uso responsable del mismo.
- Fomento de uso de papel por las dos caras en impresiones.
- Proyecto de innovación tecnológica para fomentar la documentación en formato digital.
- Fomento de la comunicación vía telemática.
- Píldoras informativas sobre reciclaje.
- Centralización de papeleras, diferenciando entre plásticos, papel y restos.

6.7.4. Gestión de residuos

Pelayo, 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 tóneres de impresión. Para estos residuos tiene establecido un **sistema de recogida separada** mediante el contrato con proveedores especializados:

- El cartón y papel es retirado por un gestor autorizado y homologado que se encarga de su separación y reciclaje.
- La documentación y material confidencial es retirada por el mismo gestor que el papel y cartón, pero en este caso se encarga de su destrucción y posterior reciclaje.
- Los tóneres usados son retirados por personal de las marcas que los proporcionan.

En total la Mutua ha generado **30 toneladas** de residuos de papel en 2021, disminuyendo respecto a 2020.

Actuaciones en gestión de residuos en 2021

Los residuos gestionados se han efectuado con la mayor de las diligencias a través de proveedores homologados para reciclar el 90% de los residuos de los mismos, primando siempre la revisión de las 3Rs del principio fundamental de la gestión de residuos: Reducir, Reutilizar y Reciclar.

Además, se han unificado puntos de reciclaje en algunos edificios, minimizando el consumo de bolsas de plástico y promocionando el reciclaje entre empleados.

6.7.5. Inversiones en renovables

En el 2008 se creó Producciones Medioambientales (75% Nexia 24, 25% Cenit Solar) con el objetivo de **impulsar la producción de energía eléctrica mediante la tecnología de placas solares** y su venta posterior a la red de la energía producida. Con la producción de la energía solar se tiene un impacto medioambiental a través de la huella de carbono. La instalación tiene una potencia instalada de 1,09 MW. Existe un plan 2021-2025 para invertir 50 millones de euros.

Además, se ha creado **Pelayo Energías Renovables** (75% Nexia 24 y 25% Cariz, S.L. –Carlos Izquierdo-) con el objetivo de construir plantas de energía solar con una capacidad entre 0,5 MW y 1,5 MW, por instalación, para la venta en el mercado libre de la energía producida. Para el periodo 2021-2022 se van a desarrollar 9 instalaciones con una potencia total de 9,1 MW.

En enero de 2021 quedó constituida **Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones** (90% Nexia 24 y 10% Cariz, S.L.) con el objetivo de construir plantas de energía solar con una capacidad entre 10 MW y 15 MW para la venta en el mercado libre de la energía producida. Para el periodo 2021-2022 va a desarrollar una instalación con una potencia de 14,7 MW.

6.7.6. Contribución de los seguros agrarios

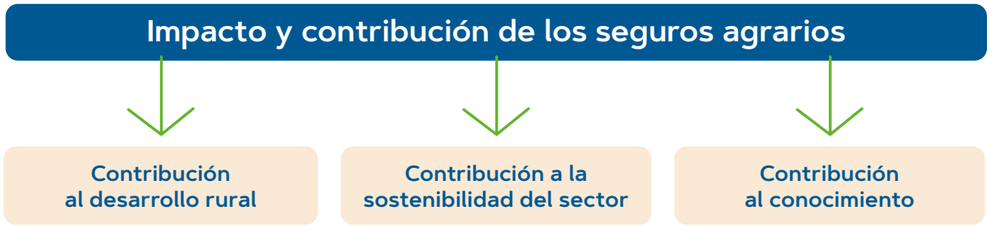
Los seguros agrarios tienen como objeto la **cobertura de riesgos por adversidades climáticas** que puedan afectar a las **explotaciones agrícolas, ganaderas, forestales y acuícolas**. El seguro agrario exige unas condiciones mínimas de cultivo y explotación a todos sus asegurados, de forma que es un instrumento no solo estabilizador de riesgos sino de economía agraria y de ordenación productiva.

El seguro agrario 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.

Cabe destacar, que la actividad aseguradora de riesgos agrarios y agropecuarios contribuye al **respeto y cuidado del medio ambiente**, así como la sostenibilidad del sector productor y el fomento de las buenas prácticas tanto en sanidad animal como vegetal.

Agropelayo mantiene una presencia activa con ENESA (Entidad Estatal de Seguros Agrarios) y es sociedad partícipe de AGROSEGURO (Agrupación de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Combinados, S.A.), lo que le permite estar **presente en foros internacionales** y pertenecer a diferentes asociaciones internacionales: Asociación Internacional de Aseguradores de Pedrisco (AIAG), Comité Europeo de Aseguradores (CEA), Asociación Latinoamericana para el desarrollo del Seguro Agropecuario (ALASA), etc.

Se promueven acciones y se colabora de forma permanente con las organizaciones profesionales agrarias en la **formación y divulgación del seguro agrario**. En concreto, Agropelayo está suscrito a un convenio de colaboración con la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias de España para el estudio, la promoción y la investigación de riesgos climáticos asociados a la actividad agraria.



6.8. Hechos posteriores al cierre

Desde el 31 de diciembre de 2021 hasta la fecha de la firma de este Informe no se ha producido ningún hecho relevante.

6.9. Agradecimientos

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

Madrid, 16 de febrero de 2022
El Consejo de Administración

7. Filiales del Grupo Pelayo.

7. Filiales del Grupo Pelayo

En el ejercicio 2021 Grupo Pelayo ha obtenido un **beneficio** después de impuestos de **4.825 miles de euros,** frente a los 11.473 miles de euros de 2020. La reducción del resultado tiene origen en la caída del resultado de Mutua y de Agropelayo.

Los ingresos totales por **primas** han alcanzado los **462,5 millones de euros,** presentando una disminución respecto de 2020 donde fueron de 480,9 millones de euros. Dicha disminución se ha producido en las dos aseguradoras que integran la cifra de primas del consolidado, las cuales se encuentran en Pelayo, por el descenso en el Ramo de automóviles, principalmente motivado por las medidas implementadas de saneamientos de carteras, y en Agropelayo por el ajuste en la cuota de participación en el pool agrario.

Datos clave 2021

Beneficios antes de impuestos
4,9
millones de euros

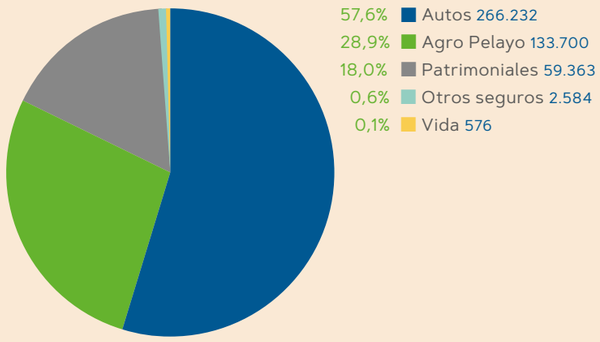
Patrimonio neto
385,9
millones de euros

Empleados
1.023
empleados Grupo Pelayo

Ingresos por primas
462,5
millones de euros

Ratio de solvencia
2,5
veces el capital de solvencia exigido (30/09/2021)

Facturación por Ramos
miles de euros



7.1. 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, auditoría interna, gestión de riesgos, de *pricing* y marketing.

Durante el ejercicio se ha continuado con la especialización en la **atención integral a los clientes,** en un entorno de omnicanalidad 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 2021 los socios de la A.I.E. son:

- 95,56 % Pelayo Mutua de Seguros .
- 2,92% Agropelayo.
- 1,52% Agencia Central de Seguros.

Datos clave 2021

Gastos gestionados
26,7
millones de euros

Servicios de contact center
9,2
millones de euros

Personas con discapacidad
2,4%

Empleados
419

Servicios de soporte al Grupo
17,5
millones de euros

365 días al año
24h
Atención

Encuestas de satisfacción

Valoración positiva
97%
297.745 encuentas (clientes encuestados)

Servicios de contact center
2,3
millones de contactos

Durante el ejercicio se ha continuado con la especialización en la atención integral a los clientes

7.2. 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. La sociedad se orienta a la búsqueda de la calidad en la atención al cliente.

En 2021 se ha mantenido la estrategia de mantener una **amplia capilaridad,** rentabilizando al máximo cada punto de venta, apostando por aquellos que son más rentables y gestionando un volumen de facturación suficiente para mantenerse como unidad de negocio independiente. De este modo, Pelayo ha continuado con el traspaso de puntos de venta con menor volumen a colectivos vinculados al Grupo, apostando por el **desarrollo rentable del negocio** y manteniéndolos como mediadores de la Mutua.

Datos clave 2021

Beneficios antes de impuestos
0,3
millones de euros

Con cuenta seguros Pelayo
14,5%
clientes

Empleados
93

Primas comercializadas
38,3
millones de euros

Número de polizas
1,4
por cliente

7.3. Agropelayo

El 1 de enero de 2016 culminó la operación corporativa que Grupo Pelayo llevó a cabo durante el año 2015 para **convertirse en líder del sector agrario asegurador.** Agropelayo forma parte destacada del cuadro de compañías que conforman el cuadro de coaseguro agrario AGROSEGURO, con una cuota de participación en 2021 del 16,51% en el cuadro de las líneas viables y experimentales, conocido como Grupo A+B y una participación del 10,50% en el cuadro del Grupo C para retirada y destrucción de cadáveres de ganadería. Ocupa así la tercera posición de las compañías en relación a las primas de seguro agrario, con un volumen de facturación al cierre de ejercicio 2021 de **133,7 millones de euros,** con un **ratio de solvencia de 1,2.**

En el ejercicio 2021 ha obtenido un resultado negativo de - 1,4 millones de euros, frente a los 0,8 millones de beneficio del ejercicio pasado.

Datos clave 2021

Beneficios antes de impuestos
-1,7
millones de euros

Empleados
22

Cuota de mercado
15,4%
sector asegurador agrario a nivel nacional

Fondos propios
45,6
millones de euros (capital más reservas)

Ingresos por primas
133,7
millones de euros

Ratio de solvencia
1,2
veces el capital de solvencia exigido (3er trimestre 2021)

En el ejercicio 2021 Agropelayo se ha posicionado como la **tercera compañía por volumen de primas de negocio agrario.**

Destaca de su posición el afianzamiento de relaciones con una red de distribución próxima al sector productor que le aporta estabilidad de negocio, crecimientos sostenibles y rentables y una capacidad de diversificación y penetración con otros productos. Ello resulta vinculante y oportuno para la estrategia de Grupo Pelayo.

Finalmente, de cara al futuro, el posicionamiento esperado es **mantenerse entre las cuatro entidades de mayor volumen como estrategia de estabilidad** relacional con los distribuidores principales. Ante la volatilidad del seguro agrario y la alta siniestralidad de los últimos cinco años, la entidad afianza sus actuaciones para un futuro más viable y rentable mediante acciones de reducción de gastos, apoyos y acuerdos corporativos, así como nuevos modelos de distribución que redunden en menores costes.

7.4. Pelayo Vida, S.A.

Pelayo Vida, S.A., está participada al 50,01% por Santa Lucía y al 49,99% por Pelayo Mutua de Seguros, y tiene como objetivo proporcionar **seguros de vida y pensiones** a los mutualistas y clientes de Grupo Pelayo. Con fecha 1 de octubre de 2018, Santa Lucía se convirtió en accionista de Pelayo Vida, tras adquirir la participación que Aviva Europe ostentaba en esta Sociedad.

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 2021, los fondos gestionados por la Entidad han ascendido a **93 millones de euros,** mientras que el patrimonio neto alcanzó a cierre del año los **23,4 millones de euros,** con un **ratio de solvencia de 2,2.**

Durante el ejercicio de 2021 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. Como consecuencia de este producto se ha producido una mejora notable en los ratios de retención y fidelización de los clientes, objetivo prioritario por la que fue concebida.

Datos clave 2021

Beneficios antes de impuestos
1,04
millones de euros

Empleados
7

Fondos gestionados
93
millones de euros

Patrimonio neto
23,4
millones de euros

Ratio de solvencia
2,2
veces el capital de solvencia exigido (3er trimestre 2021)

Ingresos por primas
9,3
millones de euros

7.5. 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.

El resultado de Nexia 24, S.A., antes de impuestos en el ejercicio 2021 ha sido negativo en **15,5 miles de euros.**

7.6. Mutraolivar, S.L.

Mutraolivar, S.L., es una sociedad unipersonal propiedad al 100% de Grupo Pelayo. La sociedad tiene por objeto social la **explotación de fincas rústicas y urbanas,** bien directamente o por arrendamiento.

El resultado de Mutraolivar, S.L., antes de impuestos en el ejercicio 2021 ha sido de **49,7 miles de euros.**

7.7. Pelayo Energías Renovables, S.L.

Pelayo Energía Renovables (75% Nexia 24 y 25% Cariz, S.L. -Carlos Izquierdo-) se ha creado con el objetivo de construir plantas de energía solar, para la venta en el mercado libre de la energía producida.

Para el periodo 2021-2023 se van a desarrollar 11 instalaciones con una potencia total de 17,41 MW.

7.8. Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones, S.L.

Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones (90% Nexia 24 y 10% Cariz, S.L. -Carlos Izquierdo-) se ha creado con el objetivo de construir de energía solar de alta capacidad, por encima de 10MW.

Para el periodo 2021-2023 está planificado el desarrollo de 2 instalaciones de este tipo con una potencia total de 29,5MW.

8.
Acerca de este informe.

8.1. Alcance de la información

Pelayo presenta su Informe Integrado correspondiente al ejercicio 2021, siguiendo las directrices contenidas en el marco del Consejo Internacional de Informes Integrados (IIRC por sus siglas en inglés). Los datos cuantitativos del Informe se circunscriben al **año 2021**, desde el 1 de enero de 2021 al 31 de diciembre de 2021. 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., Nexia 24, S.A., Mutraolivar, S.L., Pelayo Energías Renovables, S.L. y Pelayo Energías Renovables Grandes Instalaciones, S.L.** Para más información sobre las filiales del Grupo Pelayo ver apartado 7 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 y que están disponibles en la página web **www.grupopelayo.com**:

- Cuentas Anuales 2021 (auditadas por PwC).
- Informe Anual de Gobierno Corporativo 2021.

Pelayo Mutua de Seguros se acoge a la dispensa establecida en el artículo segundo de la Ley 11/2018 de 28 de diciembre, de información no financiera y diversidad, de no publicar un estado de información no financiera, al ser una sociedad dependiente de un Grupo, Grupo Pelayo, que publica un Estado de Información no Financiera consolidado en su Informe de Gestión consolidado.

8.2. 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, se ha elaborado tomando como referencia las directrices establecidas en la Guía de la ***Global Reporting Initiative*** para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad en su versión *GRI Standards*, 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 2021.

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.

8.3. Proceso de elaboración del informe

Con el fin de informar de los aspectos más relevantes para la compañía, Pelayo ha empleado los resultados del nuevo análisis de materialidad realizado en 2021. Este nuevo análisis viene motivado porque se han producido importantes cambios en el contexto de las compañías a nivel global, como la crisis del Covid-19. La pandemia ha supuesto una creciente relevancia de algunos aspectos como la salud y seguridad de los empleados o la adaptación a nuevas dinámicas de trabajo. Pero además, otros aspectos han evolucionado de forma significativa como la importancia social que se otorga al cambio climático y al rol que las empresas deben jugar en la mitigación y adaptación, o como la lucha por la igualdad de oportunidades y la diversidad, sin dejar a un lado las importantes novedades en el ámbito regulatorio.

En el marco de este tipo de análisis se ha extendido el concepto de doble enfoque de materialidad impulsado por las diferentes perspectivas complementarias aportadas por los marcos de *reporting* (GRI y SASB fundamentalmente), que ha empezado a ser aplicado por las compañías y demandado por las entidades supervisoras. Con este enfoque se pretende cubrir una doble perspectiva que permite identificar tanto los aspectos sobre los que la actividad de la compañía puede tener impacto, como los aspectos que pueden suponer un impacto significativo sobre el desempeño de la compañía. Pelayo ha decidido abordar el nuevo análisis de materialidad con este doble enfoque para la elaboración de su informe anual integrado y consta de las siguientes fases:

Identificación de asuntos relevantes

↓

Valoración de relevancia

↓

Análisis de resultados

1. La **identificación de los asuntos relevantes** para la compañía es el primer paso para elaborar la matriz de materialidad. La identificación se ha realizado a través de un análisis exhaustivo del contexto para la obtención de un listado de asuntos (más generales) y temas (más precisos) clave para la compañía y sus grupos de interés. Tras la identificación de asuntos, éstos se han analizado y organizado considerando las particularidades de la entidad, obteniendo así una lista definitiva adaptada para el año 2021 en función de la actividad y el contexto de Pelayo.

Como principales novedades con respecto al análisis de materialidad realizado en el año 2015, destaca la aparición de los asuntos de ciberseguridad, respeto a los derechos humanos y finanzas sostenibles. En este último se han valorado novedades del ámbito regulatorio como el alineamiento con la taxonomía europea. Por último, otro cambio destacable es la inclusión de los asuntos económicos dentro de los aspectos de gobierno corporativo.

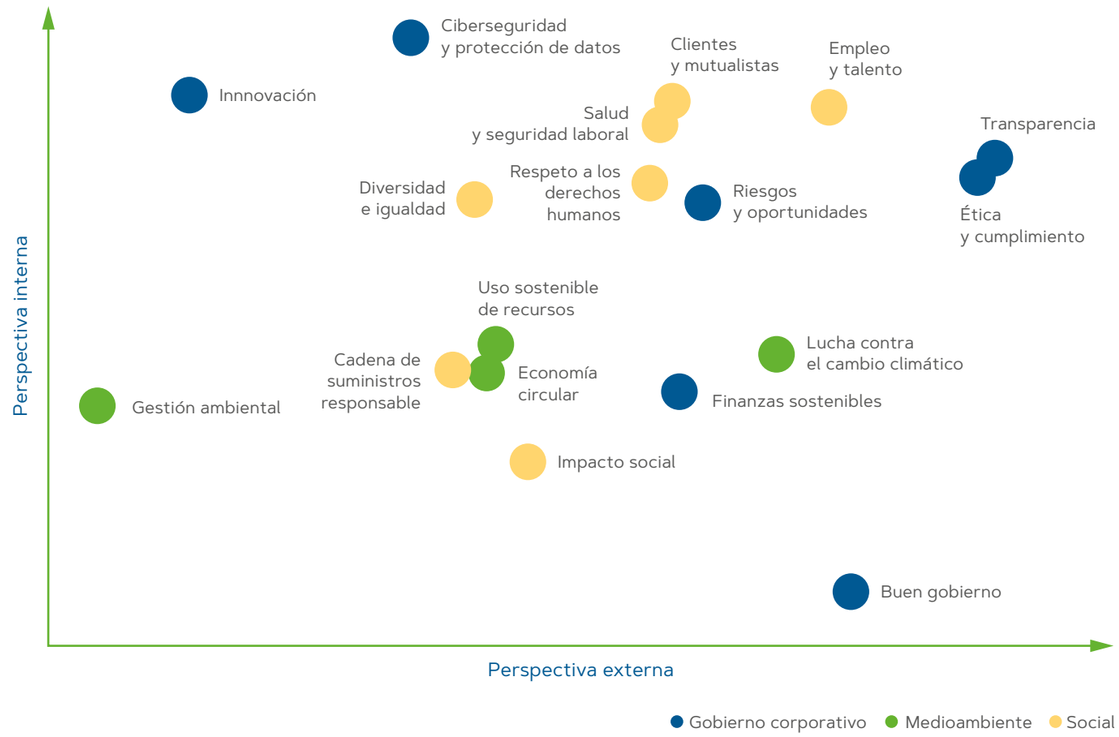
2. Como punto de partida, la **valoración de la relevancia** se basa en el listado de asuntos obtenido en la fase previa. Este listado se somete a una valoración cuantitativa tanto externa como interna, siguiendo la metodología de doble enfoque. De manera general, cada uno de los asuntos se somete a valoración por los diferentes grupos de interés que serán puntuados según la relevancia de cada asunto.

   - Análisis documental: A partir de las fuentes analizadas para la preparación del listado de asuntos relevantes, se analizó la relevancia en función de la presencia de los diferentes asuntos en dichas fuentes y a la profundidad con la que se tratan dichos asuntos.

   - Consulta externa: Esta consulta externa ha cubierto a representantes de distintos grupos de interés que han seleccionado los temas más relevantes (que engloban más de un asunto) y los asuntos más relevantes para cada uno de los tres ámbitos considerados: social, ambiental y de gobierno.

   - Consulta interna: Se ha realizado una consulta a los empleados de Pelayo a través de una encuesta *online* para valorar la relevancia de los diferentes asuntos identificados en el corto, medio y largo plazo.

3. A partir de la información obtenida en la fase anterior, se ha llevado a cabo un **análisis** para obtener la matriz de materialidad e identificar las principales conclusiones.



Como resultado de la valoración de la relevancia de los diferentes asuntos, se han identificado los que presentan una mayor relevancia e impacto para Pelayo.

Aspectos relevantes para Pelayo

- Transparencia.
- Ética y cumplimiento.
- Empleo y talento.
- Clientes y mutualistas.
- Salud y seguridad laboral.
- Riesgos y oportunidades.
- Respeto a los derechos humanos.
- Lucha contra el cambio climático.
- Ciberseguridad y protección de datos.

Finalmente, como conclusión se ha obtenido que la relación con clientes y mutualistas, la gestión de riesgos y oportunidades y la ética permanecen con el mismo grado de relevancia con respecto a los análisis de materialidad anteriormente realizados. En los asuntos ligados a medioambiente destaca la aparición de la lucha contra el cambio climático, mientras que en el ámbito social han ganado relevancia la gestión de empleados ligada al desarrollo profesional y la salud y seguridad laboral.

9. Indicadores GRI.

Contenidos generales

	Indicador GRI	Referencia (página)
102-1	Nombre de la organización	24
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	24-29 / 36-44
102-3	Ubicación de la sede	Calle Santa Engracia 67-69, Madrid
102-4	Ubicación de las operaciones	España
102-5	Propiedad y forma jurídica	21
102-6	Mercados servidos	10-11 / 24-25
102-7	Tamaño de la organización	24-25
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	128-138
102-9	Cadena de suministro	36-52
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	139-160
102-11	Principio o enfoque de precaución	76-85
102-12	Iniciativas externas	104-172
102-13	Afiliación a asociaciones	163-173
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	14-17
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	76-85
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	11-13 / 80-85
102-18	Estructura de gobernanza	6-7 / 62-75
102-40	Lista de grupos de interés	55
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	55 / 192-195
102-43	Enfoque para la participación	193-195
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	30-35 / 56-57 / 192-195
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	192-195
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	182-189
102-47	Lista de temas materiales	192-195
102-48	Reexpresión de la información	No aplica
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No aplica
102-50	Periodo objeto del informe	2021
102-51	Fecha del último informe	2020
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	presidencia@pelayo.com
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	198
102-56	Verificación externa	El presente Informe no ha sido verificado por una tercera parte

Enfoque de gestión

	Indicador GRI	Referencia (página)
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Los aspectos sobre los que se reporta hacen referencia a las actividades desarrolladas por la Entidad y a los posibles impactos derivados de ellas
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	100-173

Indicadores de desempeño económico

	Indicador GRI	Referencia (página)
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	163
201-4	Asistencia financiera recibida del Gobierno	En 2021 Pelayo no ha recibido subvenciones económicas de entes del Gobierno

Anticorrupción

	Indicador GRI	Referencia (página)
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	En 2021 no se han detectado casos de corrupción
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	8-85
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas tomadas	En 2021 no se han detectado casos de corrupción

Competencia desleal

	Indicador GRI	Referencia
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	En 2021 no se han registrado demandas por competencia desleal o prácticas monopólicas o contra la libre competencia

Materiales

	Indicador GRI	Referencia (página)
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	174-179

Energía

	Indicador GRI	Referencia (página)
302-1	**Consumo energético dentro de la organización**	174-179

Cumplimiento ambiental

	Indicador GRI	Referencia
307-1	**Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental**	En 2021 Pelayo no ha sido sancionado por incumplimiento de la legislación y normativa ambiental

Formación y enseñanza

	Indicador GRI	Referencia (página)
404-1	**Media de horas de formación al año por empleado**	126-129
404-2	**Programas para mejorar las aptitudes de los empleados**	120-126

Diversidad e igualdad de oportunidades

	Indicador GRI	Referencia (página)
405-1	**Diversidad en órganos de gobierno y empleados**	66-69 / 122-126

No discriminación

	Indicador GRI	Referencia
406-1	**Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas**	En 2021 no se han registrado casos de discriminación en materia de derechos humanos

Libertad de asociación y negociación colectiva

	Indicador GRI	Referencia
407-1	**Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo**	En 2021 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

Marketing y etiquetado

	Indicador GRI	Referencia
417-2	**Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios**	En 2021 no se han registrado incumplimientos relativos a la información y etiquetado de productos

Privacidad del cliente

	Indicador GRI	Referencia
418-1	**Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente**	En 2021 no se han registrado reclamaciones sobre la violación de la privacidad y fuga de datos de clientes

Cumplimiento socioeconómico

	Indicador GRI	Referencia
419-1	**Incumpliento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico**	En 2021 no se han registrado multas significativas o sanciones monetarias por incumplimiento de la legislación y normativa

10.
Dirección Grupo Pelayo.

Dirección General

Francisco Gómez Alvado (19/03/70)*

Director General (11/03/21)**

Licenciado en Ciencias Económicas.
Actuario de Seguros.

Departamentos

Asesoría Jurídica

Francisco Hernando Díaz-Ambrona (13/04/66)

Director Asesoría Jurídica (01/09/01)**

Abogado.

Auditoría Interna

Esther Benito Alcántara (19/07/78)

Directora Auditoría Interna (01/04/19)**

Licenciada Administración y Dirección de Empresas.

Clientes y Marketing

Emma Ruiz de Azcárate García de Lomas (09/09/81)

Directora Clientes y Marketing (03/09/18)**

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas.

Máster en Dirección de Marketing.

Digital Business Executive Program.

Certificación Customer Experience.

Comercial

Francisco Javier Santos Rodríguez (17/09/64)*

Director Comercial (11/12/00)**

Licenciado en Derecho.

Máster en Dirección y Administración de Empresas.

Máster en Dirección Comercial y Marketing.

Joaquín Peña Herrera (27/05/76)*

Director Desarrollo de Negocio (01/02/21)**

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas.

Máster en MBA especializado en Dirección Comercial.

Máster en Dirección de Marketing y Gestion Comercial.

Mª Cristina Rodríguez Moreno (30/06/70)

Directora Planificación y Procesos (07/02/95)**

Licenciada en Derecho.

Diplomada en Seguros.

Máster en Dirección de Empresas (MBA).

Comunicación y RSC

Cristina del Campo Pereiro (18/04/67)

Directora Comunicación y RSC (02/01/94)**

Licenciada en Económicas y Empresariales.

Financiero y Gestión de Riesgos

Fe Fernández Martín (24/10/68)*

Directora Financiero y Gestión de Riesgos (07/05/01)**

Licenciada en Económicas y Empresariales.

Inversiones

Javier Martínez Polo (18/08/1973)

Director Inversiones (01/06/21)**

Diplomado en Ciencias Empresariales.

Máster en Finanzas Executive (EMFI).

Máster en Asesoramiento y Planificación Financiera.

Gestión de Riesgos

José Ignacio de Miguel Sánchez (07/09/66)

Director Gestión de Riesgos (20/06/91)**

Licenciado en Económicas y Empresariales.

Actuario de Seguros.

Innovación y Medios

Inmaculada César Benavides (10/08/73)*

Directora Innovación y Medios (08/03/18)**

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas.

Contact Center

Maite Font Grandía (21/05/65)

Directora Contact Center (06/03/00)**

Licenciada en Económicas y Empresariales.

Actuario de Seguros.

Personas y Cultura

Mª José Esteban Luis (27/09/70)

Directora Personas y Cultura (01/10/94)**

Abogada MDRRHH.

Tecnología

David García Fiñana (27/08/80)

Director de Tecnología (24/09/18)**

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones.

Máster en Comunicaciones Móviles.

Máster en Entidades Aseguradoras.

Prestaciones

José Manuel Domínguez Mesa (03/12/66)*

Director Prestaciones (22/10/01)**

Licenciado en Económicas y Empresariales.

Daños Materiales

Antonio Ruiz Sanz (13/06/72)

Director Daños Materiales (01/02/20)**

Diplomado en Ingeniería Técnica.

Daños Personales

Carlos Miranda Paul (30/03/72)

Director Daños Personales (01/02/20)**

Licenciado en Derecho.

Operaciones

Mario Capel Lefler (09/02/1965)

Director Operaciones (01/02/20)**

Licenciado en Derecho.

Proveedores

Miguel Ángel Rueda (28/02/66)

Director Proveedores (01/02/21)**

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. (Rama Actuarial).

Actuario de Seguros.

Técnico

Belén López Soria (18/04/70)*

Directora Técnico (01/10/93)**

Licenciada en Económicas y Empresariales.

Actuario de Seguros.

Oferta

José Víctor Mercado García (08/09/73)*

Director Oferta (01/04/21)**

Licenciado en Ciencias y Técnicas Estadísticas.

PDSA (Programa Directivo Sector Asegurador) de ICEA.

Agropelayo Sociedad de Seguros, S.A.

Rafael Sarrión Landete (17/02/63)

Director General (04/02/22) **

Ingeniero Técnico Agrícola.

Pelayo Vida, S.A.

Luis Fariñas García (24/05/66)

Director General (01/11/12)**

Licenciado en Marketing.

*Miembro Comité Dirección.
**Fecha de incorporación.

11.
Oficinas y Boutiques.

Territorial Centro

Boutique Albufera*
Avda. de La Albufera, 139
28038 Madrid
914 781 781
albufera@agenciadepelayo.com

Boutique Alcalá de Henares
Ctra. Daganzo Km 1
28806 Alcalá de Henares
918 887 726
acs.alcala@pelayo.com

Boutique Alcobendas*
Paseo de la Chopera, 87
28100 Alcobendas
910 830 914
alcobendas@agenciadepelayo.com

Boutique Aluche
Avda. Padre Piquer, 33
28024 Madrid
915 184 800
acs.aluche@pelayo.com

Boutique Antonio Leyva
C/ Antonio Leyva, 31
28019 Madrid
915 655 430
acs.aleyva@pelayo.com

Boutique Aranjuez*
C/ Stuart, 14
28300 Aranjuez
918 090 321
aranjuez@agenciadepelayo.com

Boutique Arganda*
Avda. del Ejercito, 14
28500 Arganda del Rey
918 760 055
arganda@agenciadepelayo.com

Boutique Arroyomolinos*
C/ Moraleja, 7
28939 Arroyomolinos
910 469 919
malaga@agenciadepelayo.com

Boutique Azuqueca*
C/ Rio Sorbe, 1
19200 Azuqueca de Henares
949 348 137
azuqueca@agenciadepelayo.com

Boutique Barrio de Venecia*
C/ San Marcos, 12
28804 Alcalá de Henares
918 789 517
barriodevenecia@agenciadepelayo.com

Boutique Boadilla*
Avda. Nuevo Mundo, 7
28660 Boadilla del Monte
916 326 185
boadilla@agenciadepelayo.com

Boutique Bravo Murillo*
C/ Francos Rodríguez, 21
28039 Madrid
915 705 295
bravomurillo@agenciadepelayo.com

Boutique Burgocentro*
Avda. Comunidad de Madrid, 37
(C.C. Burgocentro 2, Local 6)
28231 Las Rozas
910 499 635
bravomurillo@agenciadepelayo.com

Boutique Carabanchel
C/ Oca, 24
28025 Madrid
914 723 511
acs.carabanchel@pelayo.com

Boutique Chamberí
C/ Santa Engracia, 67-69
28010 Madrid
915 920 109
acs.chamberi@pelayo.com

Boutique Ciempozuelos*
C/ Malteros, 1, Local 4 2
8350 Ciempozuelos
918 933 794
ciempozuelos@agenciadepelayo.com

Boutique Ciudad de los Ángeles*
C/ Alcocer, 30
28041 Madrid
917 972 861
ciudaddelosangeles@agenciadepelayo.com

Boutique Ciudad Lineal
C/ Alcalá, 445
28027 Madrid
913 930 185
acs.clineal@pelayo.com

Boutique Complutense*
C/ Vía Complutense, 93
28805 Alcalá de Henares
918 797 288
complutense@agenciadepelayo.com

Boutique Coslada*
Avda. del Plantío, 3
28821 Coslada
910 662 435
coslada@agenciadepelayo.com

Boutique Cuéllar*
C/ Cardenal Bartolomé de la Cueva,
7 Bajo
40200 Cuéllar
921 142 422
cuellar@agenciadepelayo.com

Boutique Cuenca*
C/ Hermanos Becerril, 11
16004 Cuenca
969 228 712
cuenca@agenciadepelayo.com

Boutique Delicias*
C/ Delicias, 12
28045 Madrid
915 270 047
lasdelicias@agenciadepelayo.com

Boutique El Carrascal
Avda. Juan Carlos I, 63
28916 Leganés
916 804 325
acs.carrascal@pelayo.com

Boutique El Ensanche*
Paseo Jose María Pereda, 15
28806 Alcalá de Henares
911 254 644
elensanche@agenciadepelayo.com

Boutique Entrevías*
Avda. Entrevías, 42
28018 Madrid
914 773 561
entrevias@agenciadepelayo.com

Boutique Fuencarral*
C/ Ntra. Sra. de Valverde, 78
28034 Madrid
913 340 368
fuencarral@agenciadepelayo.com

Boutique Fuenlabrada*
C/ Francisco Javier Sauquillo, 45
28944 Fuenlabrada
916 158 321
fuenlabrada@agenciadepelayo.com

Boutique Fuenlabrada II*
C/ Leganés, 44 Bis
28945 Fuenlabrada
912 109 920
fuenlabrada2@agenciadepelayo.com

Boutique Galapagar*
Ctra. Galapagar a Villalba, 3
28260 Galapagar
918 597 970
galapagar@agenciadepelayo.com

Boutique Getafe
Avda. España, 2
28903 Getafe
916 955 633
acs.getafe@pelayo.com

Boutique Gran Canaria
C/ Venegas, 10, Local 12
35003 Las Palmas de Gran Canaria
928 366 231
acs.gcanaria@pelayo.com

Boutique Guadalajara*
C/ Zaragoza, 21
19005 Guadalajara
949 219 109
guadalajara@agenciadepelayo.com

Boutique Hortaleza
C/ Gran Vía de Hortaleza, 47
28043 Madrid
913 820 316
hortaleza@agenciadepelayo.com

Boutique Humanes*
C/ Olivo, 3
28970 Humanes
916 040 061
humanes@agenciadepelayo.com

Boutique Icod de los Vinos*
Avda. Francisco de Miranda, 14
38430 Icod de los Vinos
922 815 998
icod_delosvinos@agenciadepelayo.com

Boutique Illescas*
C/ Sor Livia Alcorta, 8
45200 Illescas
925 512 865
illescas@agenciadepelayo.com

Boutique Leganés*
C/ Rioja, 19
28915 Leganés
919 306 405
leganes@agenciadepelayo.com

Boutique Majadahonda*
C/ San Isidro, 23
28220 Majadahonda
916 391 221
majadahonda@agenciadepelayo.com

Boutique Mejorada*
C/ Ciudad de Atenas, 1
28840 Mejorada del Campo
916 794 564
mejorada@agenciadepelayo.com

Boutique Moratalaz*
Pasaje Orusco, 11, Local 2, Bajo
28030 Madrid
914 946 027
moratalaz@agenciadepelayo.com

Boutique Móstoles
Avda. Portugal, 59
28934 Móstoles
916 144 571
mostoles@agenciadepelayo.com

Boutique Móstoles I
Avda. Portugal, 21, Local 7
28931 Móstoles
916 453 535
acs.mostolesl@pelayo.com

Boutique Móstoles II*
C/ Alfonso XII, 6
28934 Móstoles
914 214 035
mostoles2@agenciadepelayo.com

Boutique Motilla*
Avda. Riato, 53
16200 Motilla de Palancar
969 332 230
motilla@agenciadepelayo.com

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

Boutique Orotava*
C/ Tomás Zerolo, 71, Edif. Drago
38300 La Orotava
922 325 443
orotava@agenciadepelayo.com

Boutique Palomeras*
C/ Pablo Neruda, 50
28038 Madrid
917 785 413
palomeras@agenciadepelayo.com

Boutique Parla II*
C/ Felipe II, 8 BIS, esquina con
C/ Padilla, 8
28982 Parla
916 050 805
parla2@agenciadepelayo.com

Boutique Paseo Extremadura*
Paseo Extremadura, 122
28011 Madrid
910 857 246
PaseoExtremadura@agenciadepelayo.com

Boutique Pilar
C/ Melchor Fernandez Almagro, 40
28029 Madrid
917 389 666
acs.pilar@pelayo.com

Boutique Pinto*
C/ Santa Teresa, 11
28320 Pinto
916 912 101
pinto@agenciadepelayo.com

Boutique Polvoranca*
Avda. Matadero, 18
28921 Alcorcón
916 440 227
polvoranca@agenciadepelayo.com

Boutique Pueblo Nuevo*
C/ Francisco Villaespesa, 19
28017 Madrid
912 336 201
pueblonuevo@agenciadepelayo.com

Boutique Retamas*
Avda. Retamas, 66
28922 Alcorcón
916 432 822
retamas@agenciadepelayo.com

Boutique Rivas Vaciamadrid*
C/ Cincel, 4, Local
28522 Rivas Vaciamadrid
911 610 085
rivasvaciamadrid@agenciadepelayo.com

Boutique S.S. de Los Reyes*
Avda. España, 2
28700 S.S. de Los Reyes
916 538 622
sansebastiandelosreyes@agenciadepelayo.com

Boutique San Fernando*
C/ Albino Pérez Ayestarain, 44
28830 San Fernando de Henares
916 695 142
sanfernando@agenciadepelayo.com

Boutique San Jose de Valderas*
Avda. Libertad-Calle Carballino, 29
28925 Alcorcón
916 429 090
sanjosedevalderas@agenciadepelayo.com

Boutique Santa Virgilia*
C/ Santa Virgilia, 33
28033 Madrid
913 812 122
santavirgilia@agenciadepelayo.com

Boutique Segovia *
C/ Independencia, 7
40002 Segovia
921 462 062
segovia@agenciadepelayo.com

Boutique Soto del Henares*
Pl. Austria, Local 3
28850 Torrejón de Ardoz
914 686 181
sotodelhenares@agenciadepelayo.com

Boutique Sur
C/ Doctor Esquerdo, 199
28007 Madrid
914 339 196
acs.sur@pelayo.com

Boutique Talavera*
Avda. Extremadura, 20
45600 Talavera de la Reina
925 821 984
talavera@agenciadepelayo.com

Boutique Talavera II*
C/ Sombrerería, 7
45600 Talavera de la Reina
925 802 432
segurostalavera@agenciadepelayo.com

Boutique Tarancón*
Avda. Juan Carlos I, 68
16400 Tarancón
969 322 412
tarancon@agenciadepelayo.com

Boutique Tenerife*
C/ Pablo Picasso, 3
38007 Santa Cruz de Tenerife
922 215 997
tenerife@agenciadepelayo.com

Boutique Toledo*
C/ Río Boladíez, 38
45007 Toledo
925 119 176
toledo@agenciadepelayo.com

Boutique Torrejón
Avda. Madrid, 26
28850 Torrejón de Ardoz
916 770 922
torrejon@agenciadepelayo.com

Boutique Torrejón II*
Avda. Circunvalación, 7
28850 Torrejón de Ardoz
916 773 177
torrejon2@agenciadepelayo.com

Boutique Torrelodones*
C/ Carlos Picabea, 10
28250 Torrelodones
918 591 267
torrelodones@agenciadepelayo.com

Boutique Valdemoro*
Glorieta Universo, 9
28341 Valdemoro
918 019 096
valdemoro@agenciadepelayo.com

Boutique Vallecas Villa*
C/ Sierra Morena, 1
28031 Madrid
917 782 462
vallecasvilla@agenciadepelayo.com

Boutique Vicálvaro*
C/ Villacarlos, 13 - Posterior
28032 Madrid
917 769 945
vicalvaro@agenciadepelayo.com

Boutique Villafranca de los Caballeros*
C/ del Santo, 7
45730 Villafranca de los Caballeros
926 578 246
villafranca@agenciadepelayo.com

Boutique Villalba*
Paseo Rio Guadarrama, 8
28400 Collado Villalba
918 508 788
villalba@agenciadepelayo.com

Boutique Villaviciosa*
Avda. Príncipe de Asturias, 63
28670 Villaviciosa de Odón
916 165 034
villaviciosa@agenciadepelayo.com

Boutique Vinateros*
C/ Vinateros, 55
28030 Madrid
917 652 841
vinateros@agenciadepelayo.com

Carrefour Los Ángeles
Avda. de Andalucía Km. 7,100
28041 Madrid
917 237 586
acs.c.losangeles@pelayo.com

* Oficinas de Agencias representantes de Pelayo Mutua de Seguros

Territorial Norte

Boutique Alisal*
C/ José Mª de Cossio, 54
39011 Santander
942 785 937
alisal@agenciadepelayo.com

Boutique Amorebieta*
Pl. Andra Mari, 5
48340 Amorebieta
946 309 177
amorebieta@agenciadepelayo.com

Boutique Aranda*
Avda. Castilla, 2
09400 Aranda de Duero
947 507 171
aranda@agenciadepelayo.com

Boutique Asturias
C/ Ezcurdia, 141
33203 Gijón
985 338 188
acs.asturias@pelayo.com

Boutique Ávila*
Avda. Santa Cruz de Tenerife, 1
05005 Ávila
920 253 027
avila@agenciadepelayo.com

Boutique Avilés*
C/ Jardines, 2
33401 Avilés
985 523 025
aviles@agenciadepelayo.com

Boutique Barakaldo*
C/ Eguzkiagirre, 5
48902 Barakaldo
944 372 359
barakaldo@agenciadepelayo.com

Boutique Burgos
Avda. Cid Campeador, 7
09003 Burgos
947 208 920
acs.burgos@pelayo.com

Boutique Burgos II*
C/ La Igualdad, 11, Bajo
09007 Burgos
947 233 567
burgos2@agenciadepelayo.com

Boutique Cangas de Morrazo*
Avda. Ourense, 33, Bajo A
36940 Cangas do Morrazo
986 302 002
cangasdemorrazo@agenciadepelayo.com

Boutique Cantabria*
C/ Cervantes, 23
39001 Santander
942 348 130
cantabria@agenciadepelayo.com

Boutique Chantria*
Avda. Fernández Ladreda, 40
24005 León
987 214 452
chantria@agenciadepelayo.com

Boutique Cíes*
Travesía de Vigo, 106
36206 Vigo
986 951 850
cies@agenciadepelayo.com

Boutique Coruña*
Avda. Finisterre, 30, Bajo
15004 A Coruña
981 266 042
acoruna@agenciadepelayo.com

Boutique El Entrego*
C/ Manuel González Vigil, 31
33940 El Entrego
985 660 027
elentrego@agenciadepelayo.com

Boutique El Llano*
Avda. del Llano, 22
33209 Gijón
985 142 328
el_llano@agenciadepelayo.com

Boutique El Milán*
C/ Ildefonso Sánchez del Río, 3
33001 Oviedo
984 835 023
elmilan@agenciadepelayo.com

Boutique Ferrol*
Ctra. de Castilla, 126
15404 Ferrol
981 322 535
ferrol@agenciadepelayo.com

Boutique Galdakao*
C/Lapurdi, 13
48960 Galdakao
944 573 745
galdakao@agenciadepelayo.com

Boutique Gijón*
C/ Magnus Blikstad, 30
33207 Gijón
985 171 555
gijon@agenciadepelayo.com

Boutique Irún*
C/ San Pedro, 1, Bajo
20304 Irún
943 244 098
irun@agenciadepelayo.com

Boutique La Antigua*
C/ Esteban Sáez Alvarado, 2
09007 Burgos
947 111 715
la_antigua@agenciadepelayo.com

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

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

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

Boutique La Rubia*
Ctra. Rueda, 9
47008 Valladolid
983 271 218
larubia@agenciadepelayo.com

Boutique Laguna de Duero*
Avda. Madrid, 44
47140 Laguna De Duero
983 544 573
lagunadeduero@agenciadepelayo.com

Boutique Las Delicias*
Paseo Juan Carlos I, 9
47013 Valladolid
983 473 413
lasdelicias@agenciadepelayo.com

Boutique León
Avda. de la Facultad Veterinaria, 13 2
24004 León
987 218 794
acs.leon@pelayo.com

Boutique León II*
C/ Germán Alonso, 1
24008 León
987 807 440
leon2@agenciadepelayo.com

Boutique Lodosa*
C/ San Miguel, 2
31580 Lodosa
948 693 008
lodosa@agenciadepelayo.com

Boutique Los Herrán*
C/ Los Herrán, 1
01004 Vitoria
945 258 469
losherran@agenciadepelayo.com

Boutique Lugo*
C/ Ronda da Muralla, 86
27003 Lugo
982 222 933
lugo@agenciadepelayo.com

Boutique Lugo II*
C/ Galicia, 25
27002 Lugo
982 251 006
lugo2@agenciadepelayo.com

Boutique Lugones*
Avda. de Oviedo, 71
33420 Lugones
985 261 307
lugones@agenciadepelayo.com

Boutique Marqués de la Hermida*
C/ Marqués de la Hermida, 15
39009 Santander
942 013 654
marquesdelahermida@agenciadepelayo.com

Boutique Miranda de Ebro*
C/ Ronda del Ferrocarril, 45
09200 Miranda de Ebro
947 330 033
mirandadeebro@agenciadepelayo.com

Boutique Muriedas*
Avda. Bilbao, 52, Bajo
39600 Muriedas
942 182 807
muriedas@agenciadepelayo.com

Boutique Ourense*
C/ Juan XXIII, 1
(entrada por Progreso)
32003 Ourense
978 219 830
orense@agenciadepelayo.com

Boutique Oviedo*
Avda. Hnos. Menéndez Pidal, 34, Bajo
33011 Oviedo
985 203 470
oviedo@agenciadepelayo.com

Boutique Pajaritos*
Avda. Mariano Vicén, 29, Bajo
42003 Soria
975 232 633
pajaritos@agenciadepelayo.com

Boutique Palencia*
Avda. Manuel Rivera, 6
34002 Palencia
979 711 653
palencia@agenciadepelayo.com

Boutique Pamplona*
C/ Abejeras, 8, Bajo 4
31007 Pamplona
948 270 115
pamplona@agenciadepelayo.com

Boutique Panaderos*
C/ Panaderos, 33
47004 Valladolid
983 210 182
panaderos@agenciadepelayo.com

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

Boutique Plaza de España*
C/ Modesto Lafuente, 14
34002 Palencia
979 698 797
plazadeespana@agenciadepelayo.com

Boutique Ponferrada*
Camino de Santiago, 44
24400 Ponferrada
986 428 964
ponferrada@agenciadepelayo.com

Boutique Ponferrada II*
Avda. de la Puebla, 9, Bajo
24400 Ponferrada
987 036 647
ponferrada2@agenciadepelayo.com

Boutique Ponteareas*
Pl. Do Bugallal, 2
36860 Ponteareas
986 644 178
ponteareas@agenciadepelayo.com

Boutique Pontevedra*
C/ Augusto González
Besada, 14, Bajo
36001 Pontevedra
986 869 554
pontevedra@agenciadepelayo.com

Boutique Pumarín*
C/ Fernando Villamil, 8
33011 Oviedo
985 113 818
pumarin@agenciadepelayo.com

Boutique Ribeira*
Avda. del Malecón, 43, Bajo Izda.
15960 Ribeira
981 972 253
ribeira@agenciadepelayo.com

Boutique Rosales*
C/ Manuel Azaña, 56
15011 La Coruña
981 306 756
rosales@agenciadepelayo.com

Boutique Salamanca*
Avda. de Portugal, 33-37
37004 Salamanca
923 006 340
Salamanca@agenciadepelayo.com

Boutique Salamanca II*
C/ Federico Anaya, 52
37004 Salamanca
923 206 568
Salamanca2@agenciadepelayo.com

Boutique San Mamés*
C/ María Díaz de Haro, 21
48013 Bilbao
944 394 226
sanmames@agenciadepelayo.com

Boutique San Sebastián*
C/ Isabel II, 14
20011 San Sebastián
943 450 507
sansebastian@agenciadepelayo.com

Boutique Santa Clara*
C/ Santa Clara, 5
47010 Valladolid
983 264 860
santaclara@agenciadepelayo.com

Boutique Santiago*
C/ Rapa da Folla, 2
15706 Santiago de Compostela
981 594 625
santiago@agenciadepelayo.com

Boutique Santoña*
C/ Duque de Santoña, 3
39740 Santoña
942 683 707
santona@agenciadepelayo.com

Boutique Soria*
C/ Santa María, 7
42001 Soria
975 214 111
soria@agenciadepelayo.com

Boutique Termas*
Avda. de Zamora, 143
32005 Ourense
988 604 390
termas@agenciadepelayo.com

Boutique Torrelavega*
C/ Pepín del Río Gatoo, 2
39300 Torrelavega
942 894 875
torrelavega@agenciadepelayo.com

Boutique Tudela*
Avda. de Zaragoza, 56
31500 Tudela
948 847 710
tudela@agenciadepelayo.com

Boutique Vadillos*
Pl. de los Vadillos, 7
47005 Valladolid
983 512 973
vadillos@agenciadepelayo.com

Boutique Valladolid
Avda. Miguel Ángel Blanco, 5
47014 Valladolid
983 335 068
acs.valladolid@pelayo.com

Boutique Verín*
C/ Cancelón, 1, Bajo
32600 Verín
988 411 204
verin@agenciadepelayo.com

Boutique Vigo
Avda. de las Camelias,6
36202 Vigo
986 484 014
acs.vigo@pelayo.com

Boutique Vitoria*
C/ Portal de Foronda, 39
01010 Vitoria
945 179 430
vitoria@agenciadepelayo.com

Boutique Xinzo de Limia*
Avda. Celanova, 24
32630 Xinzo de Limia
988 688 345
xinzodelimia@agenciadepelayo.com

Boutique Zabalgana*
Avda. Zabalgana, 37
01015 Vitoria
945 771 153
zabalgana@agenciadepelayo.com

Boutique Zamora*
C/ Lope de Vega, 10
49013 Zamora
980 670 587
zamora@agenciadepelayo.com

Boutique Zamora Norte*
C/ Villalpando, 28
49005 Zamora
980 542 176
Zamora-norte@agenciadepelayo.com

Carrefour Valladolid II*
C.C. Carrefour Valladolid
C/ Costa Brava, 2
47010 Valladolid
983 260 310
valladolid2@agenciadepelayo.com

* Oficinas de Agencias representantes de Pelayo Mutua de Seguros

Territorial Sur

Boutique Alcalá de Guadaira*
Avda. Antonio Mairena, Local 9
41500 Alcalá de Guadaira
955 684 994
alcaladeguadaira@agenciadepelayo.com

Boutique Alcázar de San Juan*
C/ Doctor Bonardell, 21
13600 Alcázar de San Juan
926 544 462
alcazardesanjuan@agenciadepelayo.com

Boutique Algeciras*
Avda. Fuerzas Armadas, 13
11202 Algeciras
956 655 248
algeciras@agenciadepelayo.com

Boutique Almadén*
C/ Pablo Iglesias, 10
13400 Almadén
926 710 577
almaden@agenciadepelayo.com

Boutique Almendralejo*
C/Vistahermosa, 52
06200 Almendralejo
924 522 386
almendralejo@agenciadepelayo.com

Boutique Almería*
C/ Minero, 9 (entresuelo)
04001 Almería
950 237 508
almeria1@agenciadepelayo.com

Boutique Almería II*
C/ Carrera del Perú, 87
04006 Almería
950 221 021
almeria2@agenciadepelayo.com

Boutique Andújar*
C/ Hoyo, 10 A
23740 Andújar
953 195 248
andujar@agenciadepelayo.com

Boutique Arroyo de la Miel*
C/ Las Flores, 10
29631 Arroyo de la Miel
(Benalmádena)
952 051 866
malaga@agenciadepelayo.com

Boutique Avenida Barcelona*
Avda. Barcelona, 22, Local 5
14010 Córdoba
957 744 603
avenidabarcelona@agenciadepelayo.com

Boutique Badajoz*
Avda. Damián Téllez Lafuente, 1
06010 Badajoz
924 262 544
badajoz@agenciadepelayo.com

Boutique Badajoz Valdepasillas*
C/ José María Alcaraz y Alenda, 12
06011 Badajoz
924 435 276
badajoz-valdepasillas@agenciade
pelayo.com

Boutique Baeza*
C/ Azulejos, 23, Bajo
23440 Baeza
953 817 122
baeza@agenciadepelayo.com

Boutique Baza*
Avda. Murcia, 175
18800 Baza
662 112 559
baza@agenciadepelayo.com

Boutique Bellavista*
Avda. Bellavista, 8 A
41014 Sevilla
954 037 035
bellavista@agenciadepelayo.com

Boutique Cáceres*
Avda. Ruta de Plata, 24
10001 Cáceres
927 231 098
caceres@agenciadepelayo.com

Boutique Cádiz*
C/ Doctor Gómez Plana, 1
11008 Cádiz
956 266 551
cadiz@agenciadepelayo.com

Boutique Camas*
Avda. 1 de Mayo, Edificio 2, Local 9
41900 Camas
955 981 494
camas@agenciadepelayo.com

Boutique Castuera*
C/ La Laguna, 12
06420 Castuera
924 962 236
castuera@agenciadepelayo.com

Boutique Cazorla*
C/ Martínez Falero, 26
23470 Cazorla
953 647 334
cazorla@agenciadepelayo.com

Boutique Churriana de la Vega*
C/ San Roque, 24
18194 Churriana de la Vega
958 948 241
churriana@agenciadepelayo.com

Boutique Córdoba*
Paseo de la Victoria, 41
14004 Córdoba
957 047 208
cordoba1@agenciadepelayo.com

Boutique Córdoba II*
C/ Camino de los Sastres, 6
14004 Córdoba
957 231 995
cordoba2@agenciadepelayo.com

Boutique Córdoba III*
C/ Almendro, 15
14006 Córdoba
957 402 543
cordoba3@agenciadepelayo.com

Boutique Don Benito*
C/ Villanueva, 7, Bajo Izquierdo
06400 Don Benito
924 810 003
donbenito@agenciadepelayo.com

Boutique Dos Hermanas*
C/ Santa María Magdalena, 97
41701 Dos Hermanas
854 889 160
doshermanas@agenciadepelayo.com

Boutique Estepona*
Avda. España, 78
29680 Estepona
952 636 457
estepona@agenciadepelayo.com

Boutique Fuentes de Andalucía*
C/ Nuestra Señora de Carmen, 14
41420 Fuentes de Andalucía
954 837 462
fuentesdeandalucia@agenciadepelayo.com

Boutique Granada
C/ Profesor Francisco
Dalmau, 19, Bajo
18013 Granada
958 158 704
acs.granada@pelayo.com

Boutique Granada II
C/ Neptuno, 1, Esq. Camino Ronda
18004 Granada
958 261 530
acs.granadaii@pelayo.com

Boutique Guareña*
C/ Pajares, 30
06470 Guareña
924 351 448
guarena@agenciadepelayo.com

Boutique Herencia*
C/ Lope de Vega, 59
13640 Herencia
699 658 518
herencia@agenciadepelayo.com

Boutique Huelva*
Avda. de Italia, 107-109
21003 Huelva
959 286 208
huelva@agenciadepelayo.com

Boutique Huelva II*
C/ Víctor Fuentes Casas, Local
21001 Huelva
959 233 588
huelva2@agenciadepelayo.com

Boutique Jaén*
Avda. de Granada, 29
23003 Jaén
953 190 167
jaen@agenciadepelayo.com

Boutique Jerez*
Avda. Alcalde Álvaro Domecq, 14
11405 Jerez de la Frontera
956 188 279
jerez@agenciadepelayo.com

Boutique La Campana*
C/ Huertas, 38
41429 La Campana
954 199 174
lacampana@agenciadepelayo.com

Boutique La Chana*
Ctra. Antigua Málaga, 63
18015 Granada
858 122 485
lachana@agenciadepelayo.com

Boutique La Juncal
Avda. Ramón y Cajal, 41,
Edificio Capitol
41005 Sevilla
954 685 905
acs.juncal@pelayo.com

Boutique La Palma*
C/ Palma, 10
13001 Ciudad Real
926 223 306
lapalma@agenciadepelayo.com

Boutique Lepe*
Avda. de Andalucía, 17, Local 2
21440 Lepe
959 049 538
lepe@agenciadepelayo.com

Boutique Loja*
C/ Carrera de San Agustín, 30
18300 Loja
958 323 063
loja@agenciadepelayo.com

Boutique Lora del Río*
C/ Sierra Nevada, 13 (Local)
41440 Lora del Río
854 716 426
loradelrio@agenciadepelayo.com

Boutique Los Bodegones*
Avda. Lusitania, 31
06800 Mérida
924 047 405
losbodegones@agenciadepelayo.com

Boutique Los Tilos*
Paseo de los Tilos, 52
29006 Málaga
952 351 409
lostilos@agenciadepelayo.com

Boutique Lucena*
C/ Donantes de Sangre, 20
14900 Lucena
957 513 348
lucena@agenciadepelayo.com

Boutique Mairena del Alcor*
C/ Blasco Ibáñez, 15, Local 3
41450 Mairena del Alcor
955 159 000

Boutique Mairena de Aljarafe*
C/ Guadalquivir, 30
41927 Mairena de Aljarafe
854 525 477

Boutique Málaga
C/ Alameda de Colón, 11
29001 Málaga
952 601 587
acs.malaga@pelayo.com

Boutique Málaga II*
C/ Maestro Pablo Luna, 3, Local 14
29010 Málaga
952 070 562
malaga2@agenciadepelayo.com

Boutique Manzanares*
C/ Virgen de la Paz, 53
13200 Manzanares
926 614 163
manzanares@agenciadepelayo.com

Boutique Marbella*
C/ Mercado (Edificio Plaza, Local 8)
29600 Marbella
952 868 040
marbella@agenciadepelayo.com

Boutique Martos*
Avda. Miraflores, 2
23600 Martos
953 702 981
martos@agenciadepelayo.com

Boutique Mérida*
Avda. Constitución, 40
06800 Mérida
924 371 163
merida@agenciadepelayo.com

Boutique Mogón*
Avda. del Guadalquivir, 11
23310 Mogón
953 434 266
mogon@agenciadepelayo.com

Boutique Montequinto (Huerta de La Salud)*
Avda. de los Pinos, 20
41089 Dos Hermanas
955 691 166
montequinto@agenciadepelayo.com

Boutique Montilla*
C/ Conde de la Cortina, 28
14550 Montilla
957 651 209
montilla@agenciadepelayo.com

Boutique Motril*
Avda. Salobreña, 27
18600 Motril
958 823 780
motril@agenciadepelayo.com

Boutique Peal de Becerro*
Avda. Andalucía, 25
23460 Peal de Becerro
953 472 334
pealdebecerro@agenciadepelayo.com

Boutique Plasencia*
Avda. Juan Carlos I, 9, Local 2 y 3 Bajo
10600 Plasencia
927 208 734
plasencia@agenciadepelayo.com

Boutique Priego de Córdoba*
C/ Nuestra Señora de los Remedios, 12
14800 Priego de Córdoba
957 701 461
priegodecordoba@agenciadepelayo.com

Boutique Puente Genil*
C/ Manuel de Falla, 5
14500 Puente Genil
957 606 134
puentegenil@agenciadepelayo.com

Boutique Puertollano*
C/ Muelle, 8
13500 Puertollano
926 430 227
puertollano@agenciadepelayo.com

Boutique Puerto de la Torre*
C/ Lola Cabello, 4
29190 Puerto de la Torre
952 100 110
puertodelatorre@agenciadepelayo.com

Boutique Ronda
Ronda Pío XII, 2
41008 Sevilla
954 430 320
ronda@agenciadepelayo.com

Boutique Salar*
Pl. García Lorca, 11
18310 Salar
958 316 380
salar@agenciadepelayo.com

Boutique San Juan de Aznalfarache*
Avda. Palomares, 11
41920 San Juan de Aznalfarache
854 707 521
sanjuan_aznalfarache@agenciadepelayo-com

Boutique Santa Fe*
C/ Isabel la Católica, 1, Bajo P. 6
18320 Santa Fe
958 889 920
santafe@agenciadepelayo.com

Boutique Sevilla
Avda. Presidente Adolfo Suárez, 20
41011 Sevilla
954 272 000
acs.sevilla@pelayo.com

Boutique Sevilla Este*
C/ Flor de Gitanilla, 1, Local 10
41020 Sevilla
955 135 590
sevilla_este@agenciadepelayo.com

Boutique Tomares*
C/ Navarro Caro, 28, Local A
41940 Tomares
955 382 985
tomares@agenciadepelayo.com

Boutique Tomelloso*
C/ Santa Aurora, 2
13700 Tomelloso
926 501 015
tomelloso@agenciadepelayo.com

Boutique Torre del Mar*
Avda. Antonio Tore, 2
29740 Torre del Mar
951 102 125
torredelmar@agenciadepelayo.com

Boutique Torredonjimeno*
Avda. de la Paz, 79, Bajo
23650 Torredonjimeno
953 920 022
torredonjimeno@agenciadepelayo.com

Boutique Úbeda*
Avda. de Linares, 18, Bajo E
23400 Úbeda
953 755 792
ubeda@agenciadepelayo.com

Boutique Utrera*
C/ Molares, 2, Local 2
41710 Utrera
617 718 771
utrera@agenciadepelayo.com

Boutique Villanueva de la Serena*
C/ Del Romero, 3, Local
(Urbanización Las Mimosas)
06700 Villanueva de la Serena
924 849 157
villanuevadelaserena@agenciadepelayo.com

Boutique Zafra*
C/ Gregorio Fernández, 8
06300 Zafra
924 563 278
zafra@agenciadepelayo.com

Boutique Zaidin*
Avda. Don Bosco, 25
18007 Granada
958 818 900
zaidin@agenciadepelayo.com

Carrefour Jerez
C.C. Carrefour Jerez Norte,
Avda. de Europa, s/n, Local 26
11405 Jerez de la Frontera
956 183 680

Carrefour Málaga I (Los Patios)
C.C. Carrefour Los Patios,
Crta. Cádiz Km 241, Local
29004 Málaga
952 241 222
acs.c.malaga@pelayo.com

Carrefour San Fernando (Cádiz)
C.C. Carrefour Bahía Sur,
C/ Caño Herrera, 29, Local 121
11100 San Fernando
956 883 993

* Oficinas de Agencias representantes de Pelayo Mutua de Seguros

Territorial Este

Boutique Albacete*
C/ El Cura, 4
02001 Albacete
967 241 357
albacete@agenciadepelayo.com

Boutique Alcantarilla*
Avda. Reyes Católicos, 3
30820 Alcantarilla
868 948 952
alcantarilla@agenciadepelayo.com

Boutique Alfonso XIII*
Paseo Alfonso XIII, 42
30203 Cartagena
968 316 416
alfonsoXIII@agenciadepelayo.com

Boutique Alicante*
Avda. General Marvá, 24
03004 Alicante
965 213 696
alicante@agenciadepelayo.com

Boutique Avenida Orihuela*
Avda. Orihuela, 14
03006 Alicante
965 110 752
avenidaorihuela@agenciadepelayo.com

Boutique Barberá del Vallés*
C/ Marquesos de Barberá, 56
08210 Barberá del Vallés
937 187 307
barberadelvalles@agenciadepelayo.com

Boutique Benidorm*
Avda. Alfonso Puchades, 19 (Complejo residencial Zaragoza)
03500 Benidorm
966 806 504
benidorm@agenciadepelayo.com

Boutique Blasco Ibáñez*
C/ José María de Haro, 12
46022 Valencia
963 563 055
blascoibanez@agenciadepelayo.com

Boutique El Carmen*
C/ Torre de Romo, 1
30002 Murcia
968 346 002
elcarmen@agenciadepelayo.com

Boutique Calanda*
Paseo de Calanda, 31
50010 Zaragoza
976 300 840
calanda@agenciadepelayo.com

Boutique Campanar*
Avda. General Avilés, 59
46015 Valencia
963 406 555
campanar@agenciadepelayo.com

Boutique Caravaca de la Cruz*
C/ Raimundo Rodríguez, 2, Bajo
30400 Caravaca de la Cruz
622 923 651
caravacadelacruz@agenciadepelayo.com

Boutique Cartagena*
C/ Alfonso X El Sabio, 22
30204 Cartagena
968 525 121
cartagena@agenciadepelayo.com

Boutique Castellón
Avda. Rey Don Jaime, 1
12001 Castellón de la Plana
964 260 906
acs.castellon@pelayo.com

Boutique Cehegín*
Camino Verde, 25
30430 Cehegin
968 742 663
cehegin@agenciadepelayo.com

Boutique Crevillente*
Pl. de Comunidad Valenciana, 3
03330 Crevillente
966 680 407
crevillente@agenciadepelayo.com

Boutique Dr. Gregorio Marañón*
C/ Doctor Gregorio Marañón, 2
30008 Murcia
968 271 891
doctorgregoriomaranon@agenciadepelayo.com

Boutique Eixample
C/ Bruc, 124, Local 2
08009 Barcelona
934 767 029
acs.eixample@pelayo.com

Boutique Elche
Avda. Libertad, 86
03205 Elche
966 673 844
elche@agenciadepelayo.com

Boutique Esplugues*
C/ Alegría, 30
08950 Esplugues de Llobregat
934 737 423
esplugues@agenciadepelayo.com

Boutique Figueres*
C/ Fossos, 10, Bajo
17600 Figueres
972 513 408
figueres@agenciadepelayo.com

Boutique Gandía*
Paseo Germanías, 64
46702 Gandía
962 876 656
gandia@agenciadepelayo.com

Boutique Glories*
C/ Cartagena, 190
08013 Barcelona
934 860 148
glories@agenciadepelayo.com

Boutique Gran Vía*
C/ Colombia, 10
03010 Alicante
965 259 318
granvia@agenciadepelayo.com

Boutique Hellín*
C/ Gran Vía, 44
02400 Hellín
967 303 500
hellin@agenciadepelayo.com

Boutique Hospitalet*
Avda. Pau Casals, 2
08901 Hospitalet de Llobregat
933 385 000
hospitalet@agenciadepelayo.com

Boutique Huesca*
Paseo Ramón y Cajal, 7
22001 Huesca
974 230 906
huesca@agenciadepelayo.com

Boutique Las Fuentes*
Avda. Compromiso de Caspe, 111
50002 Zaragoza
976 423 028
lasfuentes@agenciadepelayo.com

Boutique Les Corts
C/ Entenza, 171
(esquina Córcega, 60)
08029 Barcelona
933 214 982
lescorts@agenciadepelayo.com

Boutique Lleida*
C/ Francesc Macia, 21
25007 Lleida
973 222 500
lleida@agenciadepelayo.com

Boutique Manresa*
C/ Barcelona, 14
08242 Manresa
938 770 722
manresa@agenciadepelayo.com

Boutique Meridiana*
Avda. Meridiana, 329
08027 Barcelona
938 297 460
meridiana@agenciadepelayo.com

Boutique Muntaner*
C/ Muntaner, 90
08011 Barcelona
932 002 283
muntaner@agenciadepelayo.com

Boutique Murcia
Avda. Juan Carlos I, 26, Esquina
Avda. Condes de Barcelona 1, Puerta 5
30007 Murcia
968 243 258
murcia@agenciadepelayo.com

Boutique Orihuela*
Avda. España, 28
03300 Orihuela
966 744 042
orihuela@agenciadepelayo.com

Boutique Palma de Mallorca
C/ General Riera 59, Local 2
07010 Palma de Mallorca
971 290 081
acs.c.palma@pelayo.com

Boutique Paterna*
C/ Castellón, 1
46980 Paterna
961 437 146
paterna@agenciadepelayo.com

Boutique Petrer*
Avda. de Elda, 34
03610 Petrer
965 375 792
petrel@agenciadepelayo.com

Boutique Poble Nou
Rambla del Poble Nou, 77-79
08005 Barcelona
934 851 677
acs.pnou@pelayo.com

Boutique Prat*
C/ Lleida, 98
08820 Prat de Llobregat
934 780 348
prat@agenciadepelayo.com

Boutique Reus*
Paseo Prim 30, Bajos
43204 Reus
977 856 535
reus@agenciadepelayo.com

Boutique Ripollet*
C/ Maragall, 5
08291 Ripollet
935 809 901
ripollet@agenciadepelayo.com

Boutique Sabadell*
C/ Sant Vicenç, 104
08208 Sabadell
937 265 522
sabadell@agenciadepelayo.com

Boutique San Antón*
C/ San Antón, 13
30009 Murcia
968 000 640
sananton@agenciadepelayo.com

Boutique San Javier*
C/ Valle Inclán, 1, Bajo 3
30730 San Javier
968 193 170
sanjavier@agenciadepelayo.com

Boutique San Jose*
Avda. Tenor Fleta, 101
50008 Zaragoza
976 499 455
sanjose@agenciadepelayo.com

Boutique Sanllehy*
Avda. Mare de Deu Monserrat, 62
08024 Barcelona
932 841 934
sanllehy@agenciadepelayo.com

Boutique Sant Feliu*
Ctra. Laurea Miró, 154
08980 Sant Feliu de Llobregat
936 855 051
santfeliu@agenciadepelayo.com

Boutique Tarragona*
C/ Unión, 41, Planta Baja, Local, 2
43001 Tarragona
877 062 256
tarragona@agenciadepelayo.com

Boutique Tavernes Blanques*
C/ del Cid, 2
46016 Tavernes Blanques
961 854 459
tavernesblanques@agenciadepelayo.com

Boutique Terrassa*
Ctra. Martorell, 14
08224 Terrassa
937 880 611
terrassa@agenciadepelayo.com

Boutique Torrente*
Avda. Al Vedat, 134
46900 Torrente
961 567 400
torrente@agenciadepelayo.com

Boutique Torres de Cotillas*
C/ La Fábrica s/n
(esquina Calle Mayor)
30565 Las Torres de Cotillas
968 387 550
torresdecotillas@agenciadepelayo.com

Boutique Torre-Pacheco*
C/ Arcipreste de Hita, 4
30700 Torre Pacheco
968 585 330
torrepacheco@agenciadepelayocom

Boutique Tres Forques*
C/ Jose Mortes Lerma, 2
46014 Valencia
963 581 319
tresforques@agenciadepelayo.com

Boutique Universitas
C/ Vía Universitas, 67
50010 Zaragoza
976 324 192
acs.universitas@pelayo.com

Boutique Valencia
C/ Jacinto Benavente, 9
46005 Valencia
963 514 749
acs.valencia@pelayo.com

Boutique Valencia II*
Avda. Primado Reig, 183, Bajos
46020 Valencia
963 625 013
valencia2@agenciadepelayo.com

Boutique Vistahermosa*
C/ Pintor Javier Soler, 13
03015 Alicante
965 165 309
vistahermosa@agenciadepelayo.com

Boutique Zaragoza
Avda. César Augusta, 4
50004 Zaragoza
976 232 335

Carrefour El Saler
C.C. Carrefour El Saler,
Autopista de El Saler, 16
46013 Valencia
963 330 121

Carrefour Montigalá
C.C. Carrefour Montigalá,
Avda. Comunidad Europea s/n
08917 Badalona
934 656 138
acs.c.montigala@pelayo.com

Carrefour Palma
Avda. General Riera, 152, Local 21
07010 Palma de Mallorca
971 293 310
acs.c.palma@pelayo.com

Carrefour Terrassa
C.C. Carrefour Terrassa,
Autopista A-18, Km. 17,8, Local 27
08224 Terrassa
937 862 609
acs.c.terrasa@pelayo.com

* Oficinas de Agencias representantes de Pelayo Mutua de Seguros.

pelayo

pelayo