



Junta General de Accionistas
2026

José Manuel Inchausti

Vicepresidente Primero de Mapfre



Junta General de Accionistas 2026

Señoras y señores accionistas, muy buenos días.

Una vez que el director general Financiero y consejero de Mapfre, Jose Luis Jimenez, les ha presentado con detalle las cifras del ejercicio 2025, me corresponde a mi compartir con ustedes un balance más cualitativo de lo realizado, y comentarles algunos aspectos que, sin duda, están detrás de haber podido cerrar el año, por segunda vez y de forma consecutiva, como el mejor de la historia de Mapfre.

Toda la información la tienen ustedes disponible en la documentación que se ha distribuido para esta junta. Yo voy a compartir una lectura de lo más relevante.

Empezaré por el principal motor que tiene la compañía, el humano. Los últimos destinatarios de todo lo que hacemos son nuestros clientes. Pero nada de lo conseguido podría haberse logrado sin los más de 30.500 empleados del Grupo y los más de 200.000 mediadores, proveedores y colaboradores que cada día hacen posible nuestra actividad desde casi 40 países del mundo.

Para los que trabajamos en Mapfre, nuestro tiempo cobra sentido. Gestionamos el talento de nuestras personas mediante un exigente programa de formación que hace que todos los empleados accedan, al menos una vez al año, a algún módulo de los que se imparten en nuestra Universidad Corporativa, tanto de manera presencial, en los campus que tenemos en Sao Paulo, México y Madrid, como a través del campus online. En la actualidad, contamos con talento de cinco generaciones de empleados, de 86 nacionalidades distintas, que enriquecen la empresa con su experiencia y conocimiento.

Esta diversidad se refuerza con una intensa mirada inclusiva respecto a todo tipo de realidades. Nos sentimos orgullosos de que el porcentaje de personas con discapacidad que trabajan con nosotros continúe creciendo año a año. De momento ya hemos alcanzado el 4,2% de la plantilla, y nos consideramos afortunados de contar con estas personas en el día a día.

Hemos seguido avanzando con buen ritmo en la incorporación de mujeres en puestos directivos, cuyo porcentaje ya alcanza el 35,4%. En la pantalla tienen ustedes el gran avance logrado en la última década. (en 2015 eran diez puntos menos, 25,7%).

El compromiso con los valores de Mapfre, con nuestra cultura, con nuestra manera de hacer las cosas, que tanto valoran nuestros clientes y la sociedad, queda de manifiesto con algo que ya les conté el pasado año, pero que quiero reivindicar también este: cerca de la mitad de la plantilla de Mapfre en España, son también accionistas de su empresa.

Por último -y esto es algo que se nos reconoce externamente- quería resaltar el alto porcentaje de empleados que están comprometidos con la cultura de la compañía. En concreto, ocho de cada diez se identifican con nuestro propósito corporativo que resumimos en la frase: "cuidamos lo que te importa".

Creo que, en un año récord, el esfuerzo y compromiso profesional del motor humano de la compañía, de todos los empleados, los mediadores, colaboradores y proveedores de Mapfre, se merecen un aplauso por parte del equipo directivo y, espero, que también de ustedes.

Talento y diversidad son, sin duda, elementos que definen a nuestra plantilla. Pero lo que quisiera destacar, por encima de todo, es nuestro compromiso con los demás, en especial aquellos que más nos necesitan. El programa de voluntariado corporativo de Mapfre ha vuelto a registrar un récord histórico. El pasado año más de 10.600 empleados, y sus familias, han participado generosamente en las 2.500 actividades solidarias realizadas en 26 países diferentes. Cada día, en alguna parte del mundo, han tenido lugar 7 actividades de los voluntarios de Mapfre, lo que nos ha permitido ayudar a más de 173.000 personas.

No encontrarán ustedes muchas compañías donde uno de cada tres empleados, sean voluntarios.

Vamos a verlos en acción

Muchos de esos programas de voluntariado se realizan bajo la coordinación de Fundación Mapfre, nuestro accionista más relevante, que ha superado con gran éxito sus 50 primeros años de actividad. No puedo dejar de mencionar que, cada día del pasado año, Fundación Mapfre desarrolló 80 eventos destinados a ayudar a las personas en alguno de los 30 países donde actúa, y su labor ha contribuido a mejorar la vida de casi 7 millones de personas.

Desde 2022, además, Fundación Mapfre es una de las contadas entidades españolas seleccionadas como Organismo Intermedio del Fondo Social Europeo+. Desde entonces se han lanzado dos convocatorias que han permitido destinar casi 24 millones de euros a la generación de oportunidades de empleo y a la mejora del acceso a los servicios sociosanitarios de personas dependientes o con enfermedades crónicas, que residen en poblaciones de menos de 30.000 habitantes en España. Este proyecto es tremendamente transformador, en un ámbito donde es necesario, estando cerca de las personas y sus necesidades en el mundo rural.

Por otra parte, Fundación Mapfre, reforzando su vocación por la España menos poblada y el mundo rural, ha puesto en marcha este año la Red Ibérica de Fundaciones, una poderosa iniciativa de vertebración del territorio para ayudar a desarrollar las numerosas pequeñas y medianas fundaciones que existen alrededor de la Ruta de la Plata, tanto en España como en Portugal, que generan actividad y valor en su ámbito de actuación y que, por diferentes razones, no cuentan con todas las capacidades necesarias.

Les quiero transmitir de nuevo nuestro orgullo por la labor que se hace todos los días, desde hace 50 años, desde Fundación Mapfre.

El segundo motor de nuestra actividad es el Tecnológico.

La tecnología es un pilar fundamental para nosotros. Este año hemos consolidado una estrategia que refuerza la resiliencia de nuestra operación, impulsa la eficiencia y la automatización de procesos, y sobre todo, mejora la experiencia de clientes y mediadores. Nuestro ecosistema de plataformas REEF continúa desplegándose: hemos incorporado nuevas funcionalidades, ampliado las capacidades de autoservicio y hemos impulsado su implantación, que avanza con

fuerza en Iberoamérica y ya está operativo, total o parcialmente, en países como Panamá, Uruguay, Honduras, e incluso en España. También quería destacar la constitución de Hubs de desarrollo tecnológico en Brasil, Colombia y España, que nos permiten avanzar de forma más coordinada y eficiente. Asimismo, estamos ejecutando potentes programas de transformación tecnológica en España, Estados Unidos, y Alemania.

No menos importante que REEF es nuestra plataforma de datos Atenea, solución de alta madurez, que nos permite extraer todo el valor de los datos en nuestras principales operaciones, garantizando un uso seguro y ético de la Inteligencia Artificial.

Finalmente, en ciber seguridad, seguimos reforzando nuestro sistema tecnológico, para enfrentarnos a las crecientes amenazas contra la seguridad de nuestras operaciones, mejorando nuestra capacidad de resiliencia con un modelo de seguridad integral. En 2025 hemos obtenido una puntuación de 760 puntos en el conocido índice de ciber seguridad BITSIGHT, mejorando en 40 puntos la puntuación de 2024, lo que nos sitúa en el grupo de las entidades financieras más sólidas.

En definitiva, la tecnología es hoy un pilar clave para mejorar la eficiencia, reforzar la solidez del Grupo, y asegurar un crecimiento sostenible y la creación de valor a largo plazo.

En Mapfre, seguimos firmemente comprometidos con la excelencia en cada uno de los canales que ponemos a disposición de clientes y mediadores. Por eso en 2025 hemos perfeccionado nuestros modelos de atención multicanal, ofreciendo canales autogestionados ágiles y accesibles, así como canales asistidos que garantizan la cercanía al cliente.

Todos estos desarrollos nos han permitido impulsar la digitalización de nuestros servicios, alcanzado un 70% de contactos autogestionados, mejorando en 3 puntos respecto a 2024.

Como consecuencia, la percepción del cliente sobre nuestro servicio en el seguro de autos ha mejorado en la mayor parte de los países en donde efectuamos esta medición.

La enorme transformación acometida ha permitido también que 2025 haya sido el mejor año de la historia en el negocio digital. Con las cuatro marcas con las que operamos en este canal, Mapfre, Verti, Mawdy y Savia, el negocio digital ha crecido un 14,6%,

Señoras y señores, en la anterior Junta de Accionistas ya les presenté el Manifiesto de la Inteligencia Artificial de Mapfre, un compromiso por el que, en esencia, garantizamos que la IA está y estará al servicio de las personas, y no al revés.

Hemos seguido avanzando en el marco de gobierno interno, en las salvaguardas para contar con una IA controlada y al servicio de nuestros objetivos, y nos hemos comprometido públicamente a que no usaremos la IA para acometer reducciones de plantilla, sino para mejorar las capacidades de nuestros empleados y colaboradores.

A través de nuestro Centro de Inteligencia Artificial, creado hace apenas un año, hemos desarrollado más de 150 casos de uso, un 36% más que el año anterior. Un tercio de ellos corresponde a IA Generativa, orientada a mejorar la productividad y las capacidades de nuestros empleados y colaboradores mediante asistentes virtuales y soluciones de generación de contenidos.

Nuestro objetivo no es solo desarrollar nuevos casos de uso, sino convertirlos en aceleradores, capaces de replicarse en distintos países de manera rápida y fiable.

También hemos continuado con el despliegue de una estrategia global de calidad del dato, implantándola en 28 países durante 2025. Y todo ello ha sido posible gracias a los esfuerzos que se han realizado en formación y divulgación: más de 4.500 empleados han recibido formación en Inteligencia Artificial, reforzando las capacidades del Grupo para afrontar los retos del futuro.

Todo lo que hacemos en materia de IA, tecnología y operaciones tiene un punto en común: los clientes.

Durante el ejercicio, se ha seguido avanzando en la mejora de la experiencia y satisfacción del cliente, así como el impulso de iniciativas orientadas a fortalecer la fidelización y vinculación. Un pilar clave ha sido la potenciación del uso de inteligencia artificial, con modelos predictivos activos en distintos países para reforzar la retención, y potenciar la venta cruzada. Estos casos de uso, junto con el impulso del dato como activo estratégico, nos han permitido sentar las bases para seguir avanzando en propuestas de valor personalizadas para cada uno de nuestros clientes

Permítanme que ahora les hable de innovación: un elemento clave en el desarrollo de Mapfre. En 2025, hemos consolidado nuestro modelo de innovación, que hoy se erige como una palanca estratégica para la compañía. Ya son más de 5 millones de clientes los que se han beneficiado de soluciones innovadoras, generando valor al negocio y a nuestros clientes.

En 2025 hemos colaborado con más de 50 startups, consolidando así la relación de MAPFRE con emprendedores del sector asegurador y nuestro papel como referentes en el entorno de la innovación en seguros.

Hemos avanzado en áreas clave para el futuro del sector: longevidad, nuevas realidades sociales, riesgos climáticos, movilidad, y nuevos canales de distribución.

Al mismo tiempo, se ha innovado en ramos como Vida y Salud, explorado el modelo de ecosistemas para Hogar y Auto, y adoptado soluciones inteligentes de apoyo a los canales y a la suscripción.

En 2025 también nuestro Centro de Experimentación y Seguridad Vial, CESVIMAP, ha llevado a cabo avances significativos en materia de movilidad segura, análisis pericial y aplicación de tecnologías emergentes.

El tercer gran motor de Mapfre es la sostenibilidad.

El compromiso de Mapfre no es de ahora, viene desde hace muchas décadas, por lo que, a pesar de que este también ha sido un año complicado para la sostenibilidad, nosotros hemos continuado desarrollando nuestra estrategia ESG, y avanzando en todos nuestros compromisos públicos aportando desde el negocio soluciones para la mitigación y adaptación al cambio climático, promoviendo acciones para cerrar la brecha de aseguramiento, aumentando el empleo de

calidad, la inclusión de colectivos diversos y la igualdad de oportunidades, entre otras acciones. Hemos cumplido al 100% los objetivos previstos en el Plan de Sostenibilidad para el año 2025.

Hemos reducido un 24% la huella de carbono del Grupo; ya somos neutros en 13 países, y más del 93% de todas nuestras inversiones están calificadas como ESG.

Continuamos trabajando la educación financiera y aseguradora como camino para elevar el conocimiento de los ciudadanos sobre nuestra actividad.

Nos preocupa mucho la falta de acceso de las personas a las capacidades de protección del seguro, que permite estabilizar vidas y proyectos. En este sentido, en 2025 hemos comenzado a desplegar la iniciativa A tu Lado, fomentando el desarrollo de productos y servicios que faciliten el acceso a los seguros a los segmentos de población con menores ingresos. Esta iniciativa ya la estamos ofreciendo en Colombia y en Brasil con una muy buena acogida. Nuestra intención es ir añadiendo países de la región porque la brecha de protección aseguradora en Iberoamérica supera los 316.000 millones de dólares.

En relación con nuestro compromiso de homologar a los proveedores con criterios de sostenibilidad, en 2025 hemos alcanzado ya a cerca de 19.400 proveedores calificados con criterios ESG.

Señoras y señores accionistas, está también a su disposición el documento Hechos para el Compromiso donde recogemos toda la información a la que me acabo de referir y, en general, toda la labor de la compañía que hacemos en beneficio de nuestros grupos de interés y, como siempre, recogida con la máxima transparencia.

Todos estos avances son cada vez mejor percibidos y apreciados por nuestros grupos de interés. Estamos en la mayoría de los principales índices y compromisos donde tienen que estar las compañías globales. Les destaco solo tres reconocimientos:

Estamos en el exigente 5% de aseguradoras con mejor desempeño en sostenibilidad que selecciona el Sustainability Year Book de S&P Global.

Figuramos entre las 500 marcas más valiosas del mundo, siendo la única aseguradora española, en el Brand Finance Top 500.

Y el ranking de Merco nos sitúa en el top 5 de las empresas más responsables de España.

Señoras y señores accionistas, como habrán podido comprobar, la magnífica evolución de los resultados económicos del Grupo ha venido acompañada de un profundo proceso de transformación, mejora de la calidad del servicio, uso intensivo de la tecnología, y sobre todo, del compromiso y lealtad de las personas que, juntas, estamos escribiendo la historia de Mapfre.

Muchas gracias por su atención y por la confianza que depositan en nosotros.



**Junta General de Accionistas
2026**