



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

2021

ÍNDICE



01. GENERALI 3

- 1.1 Grupo Generali
- 1.2 Magnitudes de Generali España
- 1.3 Nuestra red de distribución
 - 1.3.1 Agentes exclusivos
 - 1.3.2 Corredores
 - 1.3.3 Bancaseguros
 - 1.3.4 Canal Directo
- 1.4 Nuestros productos
 - 1.4.1 GC&C
 - 1.4.2 Generali Employee Benefits
- 1.5 Valores y propósito
- 1.6 Nuestra estrategia
- 1.7 Nuestra marca
- 1.8 Nuestros compromisos
- 1.9 190 Aniversario

02. COMPROMISOS CON EL MEDIOAMBIENTE 22

- 2.1 Política ambiental
- 2.2 Consumo de recursos
- 2.3 Gestión de residuos
- 2.4 Contaminación

03. COMPROMISOS CON LA SOCIEDAD 27

- 3.1 Compromisos con el desarrollo sostenible
 - 3.1.1 Impacto de la actividad en el empleo y en el desarrollo local
 - 3.1.2. Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales
 - 3.1.3 SME EnterPRIZE
- 3.2 Nuestra gente
 - 3.2.1 Distribución de la plantilla
 - 3.2.2 Diversidad e Inclusión
 - 3.2.3 Organización del trabajo
 - 3.2.4 Prevención de riesgos laborales
 - 3.2.5 Formación
 - 3.2.6 Global Engagement Survey
 - 3.2.7 Voluntariado
- 3.3 Nuestros clientes
 - 3.3.1 Índice de satisfacción NPS
 - 3.3.2 Quejas y reclamaciones
- 3.4 Nuestros proveedores
 - 3.4.1 Cadena de suministro
 - 3.4.2 Gestión de proveedores
- 3.5 Productos Green and Social
- 3.6 Digitalización
- 3.7 Inversiones sostenibles y responsables
- 3.8 Nuestra acción social
- 3.9 Nuestro compromiso con el deporte
- 3.10 Nuestro compromiso con la formación
- 3.11 Afiliación y asociaciones

04. GESTIÓN RESPONSABLE..... 65

- 4.1 Código de conducta
- 4.2 Gestión de riesgos
- 4.3 Corrupción y soborno
- 4.4 Derechos humanos
- 4.5 Matriz de materialidad

05. RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS 75

ANEXO 77

- Anexo I. Principales magnitudes de Grupo Generali
- Anexo II. Acerca de la memoria
- Anexo III. Índice de contenidos GRI



Vivimos en la era de la transformación

El mercado asegurador está en constante evolución, al igual que las necesidades y los sueños de nuestros clientes. Nuestra misión es hacer posible que las personas puedan construir un futuro más seguro cuidando de sus vidas y sus sueños.

CARTA DE NUESTRO CEO



Llega el momento de hacer balance de nuestras iniciativas sociales, económicas y medioambientales en nuestra segunda Memoria de Sostenibilidad.

Nuestra sociedad tiene por delante numerosos retos. Tanto la lucha contra la pobreza y la desigualdad como la emergencia climática son cuestiones en las que, como empresa responsable, tenemos que impulsar avances con impacto positivo en las personas y en el planeta.

Para ello, y en línea con nuestros valores y propósito, hemos establecido fuertes compromisos como inversor, como asegurador, como empleador y como ciudadano responsable.

Como **asegurador** responsable hemos excluido de nuestra política de suscripción y de nuestras carteras, las actividades relacionadas con la extracción de carbón y petróleo para reducir la emisión de gases de efecto invernadero. Por ello, haremos crecer nuestra cartera de productos green & social entre un 5-7% en el trienio 2022-24.

Estamos actualizando, además, nuestra oferta con la incorporación de productos dirigidos a clientes con una mayor sensibilidad hacia el medio ambiente y la sostenibilidad en general, tanto en seguros de vida e inversión como en no vida. Y, por supuesto en nuestro día a día hemos adoptado todas las medidas necesarias para minimizar nuestro impacto en el entorno: paperless, empleo de energías renovables, digitalización...

En el terreno de las **inversiones**, hemos sido pioneros a la hora de adoptar criterios de inversión responsables ASG. Hemos sido el primer grupo asegurador europeo en lanzar un bono verde y hemos comprometido inversiones verdes y sostenibles de hasta 9.500 millones de euros en el periodo 2022-2024. Nuestra estrategia prevé el cese total de las inversiones en el segmento del sector del carbón energético para contribuir a mitigar el calentamiento global y la emisión de gases de efecto invernadero y, para ello nos hemos marcado dos plazos: en 2030 en los países de la OCDE y en 2040 en el resto del mundo.

Como **empleador** responsable impulsamos de manera decidida la Diversidad, la Equidad y la Inclusión con programas para aumentar la presencia de mujeres en los puestos de dirección. Además, impulsamos la formación de nuestros equipos para aprovechar las bondades que nos ofrece la digitalización y así avanzar hacia modelos de trabajo que favorezcan la conciliación familiar y reduzcan el impacto y las emisiones.

Finalmente, como **ciudadano comprometido**, continuamos impulsando la actividad de nuestra Fundación Generali The Human Safety Net para ayudar a que las personas en situación de vulnerabilidad puedan desarrollar todo su potencial y romper el círculo de la pobreza. Como una de las economías más avanzadas de Europa, no podemos aceptar que uno de cada tres niños viva bajo el umbral de la pobreza y debemos hacer todo lo que esté en nuestras manos para cambiar estas cifras.

Los logros, los compromisos y los retos, que podréis ver en estas páginas, son fruto del esfuerzo de todos los que formamos parte de Generali de los que me siento especialmente orgulloso, y que nos animan a seguir avanzando para garantizar una transición justa hacia modelos más sostenibles y comprometidos.

Santiago Villa,
Consejero Delegado

01.

GENERALI

1.1 Grupo Generali

1.2 Magnitudes de Generali España

1.3 Nuestra red de distribución

1.3.1 Agentes exclusivos

1.3.2 Corredores

1.3.3 Bancaseguros

1.3.4 Canal directo

1.4 Nuestros productos

1.4.1 GC&C

1.4.2 Generali Employee Benefits

1.5 Valores y propósito

1.6 Nuestra estrategia

1.7 Nuestra marca

1.8 Nuestros compromisos

1.9 190 Aniversario



1.1 GRUPO GENERALI

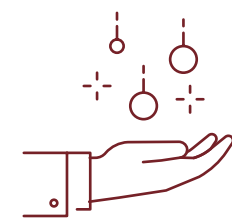
Generali es uno de los mayores proveedores mundiales de seguros y gestión de activos. Fundada en 1831, está presente en 50 países del mundo, con más de 75 mil empleados que atienden a 67 millones de clientes.

En los últimos años hemos pasado por una importante reorganización estratégica que nos ha permitido aportar un mayor enfoque en nuestro negocio principal, una mayor disciplina en la gestión de nuestros activos y una gobernanza más sencilla y transparente. Este proceso nos ha llevado a una nueva fase, basada en modelos de negocio más eficientes, estrategias comerciales innovadoras y una marca más fuerte y global.

El compromiso con la sostenibilidad es uno de los ejes de nuestra estrategia, nuestra ambición es ser el Socio de por vida de los clientes, ofreciendo soluciones innovadoras y personalizadas gracias a una red de distribución inigualable.



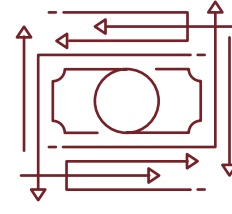
50 países de todo el mundo



710.000 MM€ en activos gestionados



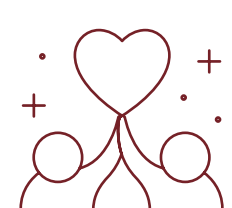
67 MM de clientes



75.825 MM€ en primas



+74.600 empleados



Una de las 100 empresas más sostenibles del mundo*

* Corporate Knights' ranking "2020 Global 100 Most Sustainable Corporations"

Grupo Generali es el primer asegurador en Italia y el segundo en Alemania. En Francia ocupa el octavo lugar en el segmento de seguros de vida y en el de P&C, y el quinto en A&H.

Tiene presencia asimismo en Austria, CEE (Europa Central y del Este), donde el Grupo es líder indiscutible en términos de rentabilidad, con un ratio combinado entre los mejores del sector. Está entre los tres primeros del mercado en República Checa, Hungría, Austria y Eslovaquia.

España, Suiza, Portugal y Grecia junto a los mercados de LatAm y de Asia configuran la Región Internacional.

Con el objetivo de desarrollar los negocios con alcance global, Generali dispone de soluciones integradas de seguro y asistencia para cubrir los riesgos empresariales relativos a los empleados y a los activos vinculados a los bienes y a las personas, comprendiendo cuatro unidades: Generali Global Corporate & Commercial, Generali Employee Benefits, Generali Global Health y Europ Assistance.

Generali España

España es un mercado prioritario para Grupo Generali, tanto por la dimensión y perspectivas económicas como por la importancia de su implantación en el mismo. Hoy en día, Generali es un actor de peso en el mercado español.

Grupo Generali España Holding de Entidades de Seguros y Reaseguros S.A. (en adelante Generali España), con sede en la calle Orense 2 de Madrid ostenta, asimismo, una participación del 50% en Cajamar Vida y en Cajamar Seguros Generales, como consecuencia del acuerdo alcanzado con la entidad financiera Cajamar.

El Grupo Generali en España se organiza en torno a las siguientes compañías:

Generali Seguros: dedicada al negocio asegurador.

- Comercial y Distribución
- Insurance Office (Vida – No Vida)
- Marketing y Clientes
- Comunicación

Generali A.I.E.: que agrupa servicios comunes para aprovechar sinergias.

- Business Digital Technology
- Operaciones
- Inversiones
- Control de Riesgos
- People and Organization
- Estrategia e Innovación
- Asesoría Jurídica y Secretaría General
- Cumplimiento
- Actuarial
- Data Office
- Financial Office

Cajamar Vida y Cajamar Seguros Generales:

Joint ventures constituidas para la distribución de seguros de Vida y No vida a través de la red de sucursales de Cajamar

Auditoría interna

Control de Riesgos

1.2 MAGNITUDES DE GENERALI ESPAÑA

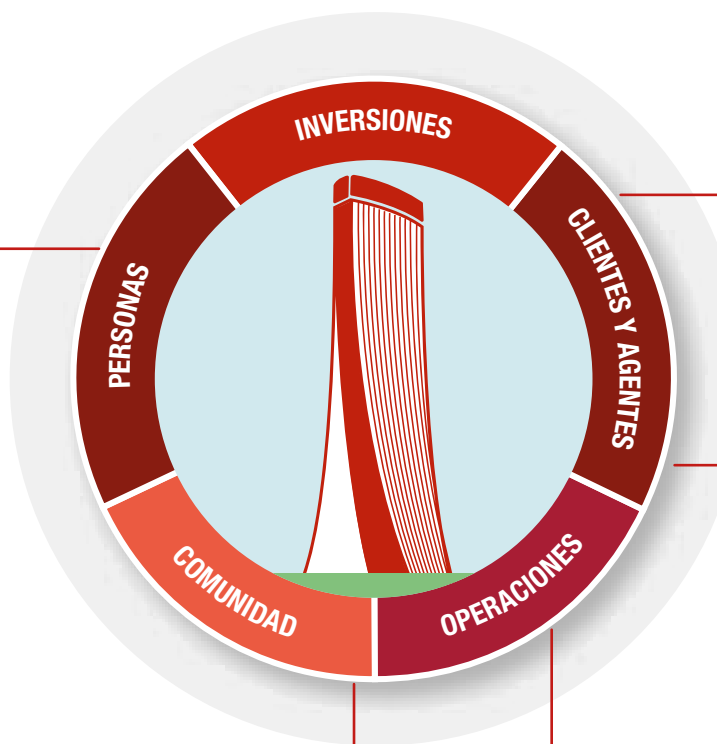
DATOS A 31.12.2021

(VARIACIÓN SOBRE DATOS A 31/12/2020)

GENERALI ESPAÑA

NUESTRA GENTE

1.756 +0,25%



NUESTROS CLIENTES

3 MM +0,61%

NUESTROS AGENTES

3.358 -5%

THSN PERSONAS BENEFICIARIAS

682 +4,7%

PRIMAS DE PRODUCTOS GREEN & SOCIAL

667 MM € +8,4%

GENERALI SEGUROS

TOTAL

PRIMAS EMITIDAS NETAS ANULACIONES

2.027,1 MM de € 3,6%

BENEFICIO NETO

151,7 MM de € 23,2%

RATIO DE SOLVENCIA

190,8 % -5,6 p.p.

ACTIVOS GESTIONADOS

VIDA

7.434 MM de € -8%

NO VIDA

3.127 MM de € 1,5%

NO VIDA

PRIMAS EMITIDAS NETAS DE ANULACIONES

1.513,1 MM de € 3,6%

RATIO COMBINADO

93,4 % -0,1%

FONDOS PROPIOS

1.265 MM de € 9,9%

PROVISIONES MATEMÁTICAS

5.133 MM de € -0,7%

VIDA

PRIMAS EMITIDAS NETAS ANULACIONES

514 MM de € 3,7%

CAJAMAR VIDA

DATOS A 31.12.2021

(VARIACIÓN SOBRE DATOS A 31/12/2020)

PRIMAS EMITIDAS NETAS ANULACIONES

178,9 MM de € **2,1%**

BENEFICIO NETO

69,6 MM de € **22,8%**

ACTIVOS GESTIONADOS

849 MM de € **-8,8%**

FONDOS PROPIOS

60 MM de € **-4,5%**

RATIO DE SOLVENCIA

209,1% **14,5 p.p.**

PROVISIONES MATEMÁTICAS

666 MM de € **-6,3%**

CAJAMAR SEGUROS GENERALES

DATOS A 31.12.2021

(VARIACIÓN SOBRE DATOS A 31/12/2020)

PRIMAS EMITIDAS NETAS ANULACIONES

94,1 MM de € **15,8%**

BENEFICIO NETO

5,3 MM de € **10,5%**

ACTIVOS GESTIONADOS

116 MM de € **11,5%**

FONDOS PROPIOS

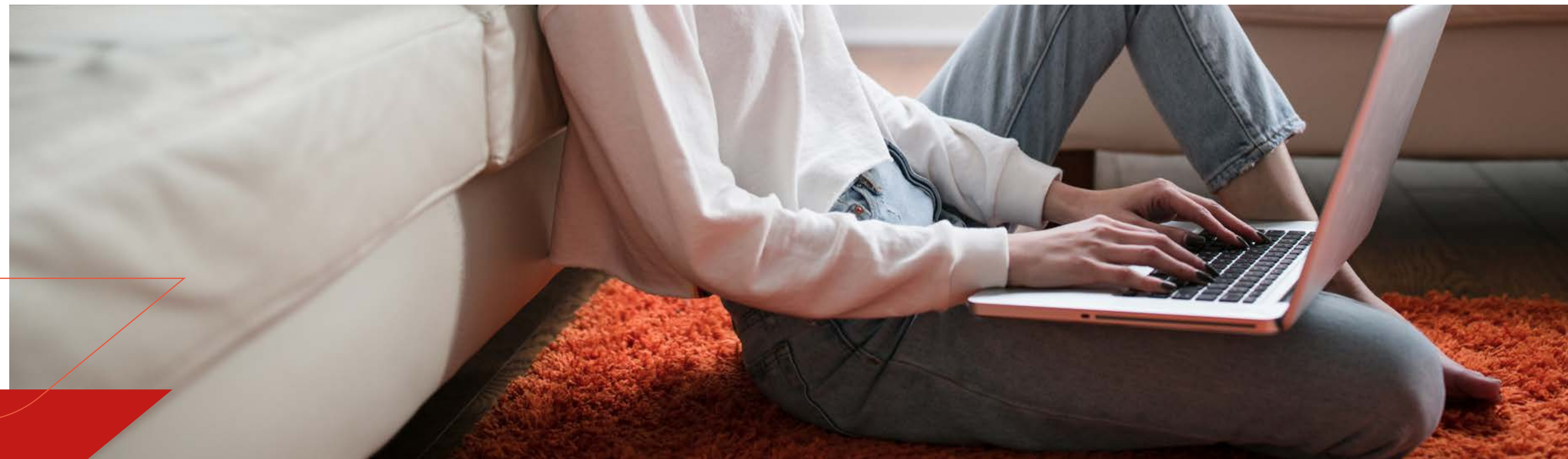
20 MM de € **-5,5%**

RATIO DE SOLVENCIA

203,7 % **4,9 p.p.**

RATIO COMBINADO

90,5% **-1,1 p.p.**





1.3 NUESTRA RED DE DISTRIBUCIÓN

Generali España opera mediante una estrategia de distribución multicanal, que se materializa a través de una amplia red de agentes exclusivos y corredores y del acuerdo de Joint Venture con Cajamar. Desde 2021 dispone además de un acuerdo de distribución con Banca March. La plantilla de Generali España, a 31 de diciembre, está compuesta por **1.756 empleados**, de los cuales **1.124** están adscritos a las **oficinas centrales** y el resto, **632 empleados**, a la **red de sucursales y oficinas comarcales**.

1.3.1 AGENTES EXCLUSIVOS

La **organización comercial de Generali** está estructurada geográficamente en 8 Direcciones Territoriales dotadas de amplias competencias, con el propósito de aproximar los niveles de decisión al cliente e impulsar la acción comercial de la Compañía. Bajo la **coordinación de las Direcciones Territoriales**, la Compañía dispone de un total de 82 sucursales y 19 oficinas comarcales.

Generali cuenta, además, con una extensa red de **1.513 oficinas de agentes** enfocadas a la captación de nuevos clientes y la atención a los asegurados. Estas oficinas, con una imagen corporativa común, están dotadas de los sistemas de información necesarios para prestar un servicio integral.

La política comercial está enfocada al mantenimiento y desarrollo de esta extensa red de oficinas de agencia, buscando su consolidación y crecimiento en sus mercados locales a través de la mejora en el servicio.

La organización comercial de Generali está constituida por un total de **3.358 agentes** encuadrados en equipos comerciales, que cuentan con su supervisión y apoyo.

Estos mediadores acceden desde sus instalaciones a los sistemas de información corporativos por me-

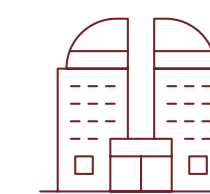
dio de la **plataforma GenerNet**, que les permite la elaboración de proyectos, la emisión de pólizas, la administración de recibos y la comunicación de siniestros, así como el acceso a los datos de sus clientes en tiempo real.

Los agentes cuentan con webs personalizadas con la misma imagen de Generali, en las que pueden personalizar sus ofertas para ofrecer un servicio personalizado al cliente. Cuentan además con una app (Genio) que les permite acceder desde cualquier lugar a los proyectos de sus clientes, a su agenda, etc.

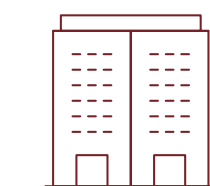
Los agentes cuentan además con la plataforma Hearsay para la gestión de sus redes sociales con mensajes coordinados a nivel corporativo.

Aquellos **agentes que destacan** por su vinculación, profesionalidad, así como el volumen y calidad del negocio, pasan a formar parte del **Club Generali**, hecho diferenciador que supone importantes beneficios exclusivos para sus miembros.

Para potenciar el desarrollo profesional de los agentes, la **Compañía dispone de un plan de carrera**, denominado **APC** (Agentes Plan de Carrera), que posibilita el acceso a la profesión de agente exclusivo.



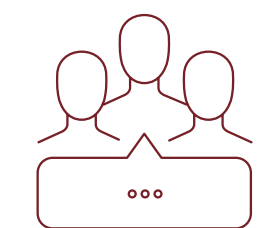
8
direcciones
territoriales



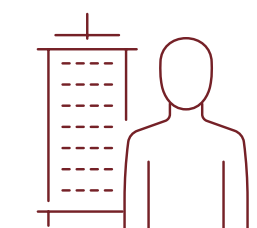
82
sucursales



19
oficinas
comarcales



3.358
agentes



1.513
oficinas de
agentes

1.3.2 CORREDORES

Generali ha reforzado la estrategia de distribución a través de corredores dentro de su estructura territorial, con 14 sucursales centradas en la atención exclusiva a este canal, bajo la coordinación de una dirección especializada en corredores. El objetivo es tener equipos altamente cualificados, dedicados en exclusiva a prestar un servicio personalizado a los 3.806 corredores que colaboran con la Compañía.

1.3.3 BANCASEGUROS

Generali inició su acuerdo en bancaseguros con **Cajamar** en 2004 con la creación de Cajamar Vida. En 2009 se amplió la colaboración entre ambas entidades creando Cajamar Seguros Generales. En 2015 Generali entró a formar parte del capital social del Banco de Crédito Corporativo (BCC), entidad cabecera de Grupo Cooperativo Cajamar. Esta alianza permitió a Generali una mayor capacidad de distribución de sus seguros de vida, pensiones y no vida gracias a las más de 1300 sucursales de Grupo Cajamar y a sus más de 3,5 millones de clientes.

Desde 2021 Generali cuenta con una alianza con **Banca March** para el desarrollo de soluciones aseguradoras en el ámbito de la Bancaseguros. La alianza engloba la distribución de seguros de No Vida y Vida Protección. Gracias a este acuerdo, los clientes de Banca March podrán beneficiarse de la digitalización de su oferta aseguradora, gracias a la combinación del 'know-how' de Generali, con la capacidad comercial de los gestores y las bases tecnológicas del banco.

1.3.4 CANAL DIRECTO

Este canal es una plataforma de contacto con los clientes que realiza distintas actividades para impulsar el crecimiento del negocio a través de la gestión directa del cliente y la colaboración con la red de mediadores.

Generali ofrece además, a los clientes que buscan el do it yourself, una plataforma de contratación online en algunas líneas de negocio del segmento de particulares y les ofrece servicios de chat, call me back y Contact Center para su gestión.



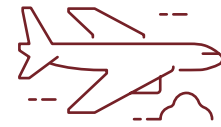
1.4 NUESTROS PRODUCTOS

Generali mantiene una política de permanente actualización de sus seguros, con el fin de ofrecer productos innovadores, adaptados a la evolución del mercado y a las necesidades de los clientes. Generali ofrece soluciones aseguradoras globales para empresas, profesionales y particulares.

Particulares



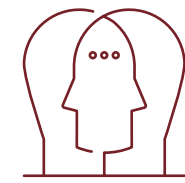
Automóviles, motos, camiones



Asistencia en viaje



Multi-riesgos (Hogar, Comercio, Comunidad)



Responsabilidad Civil



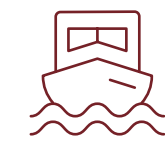
Subsidio y protección de pagos



Accidentes



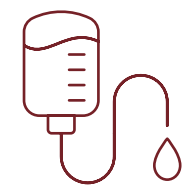
Decesos y Asistencia familiar



Embarcaciones de recreo



Vida, Ahorro e Inversiones, Pensiones



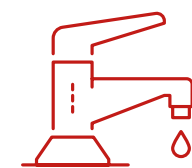
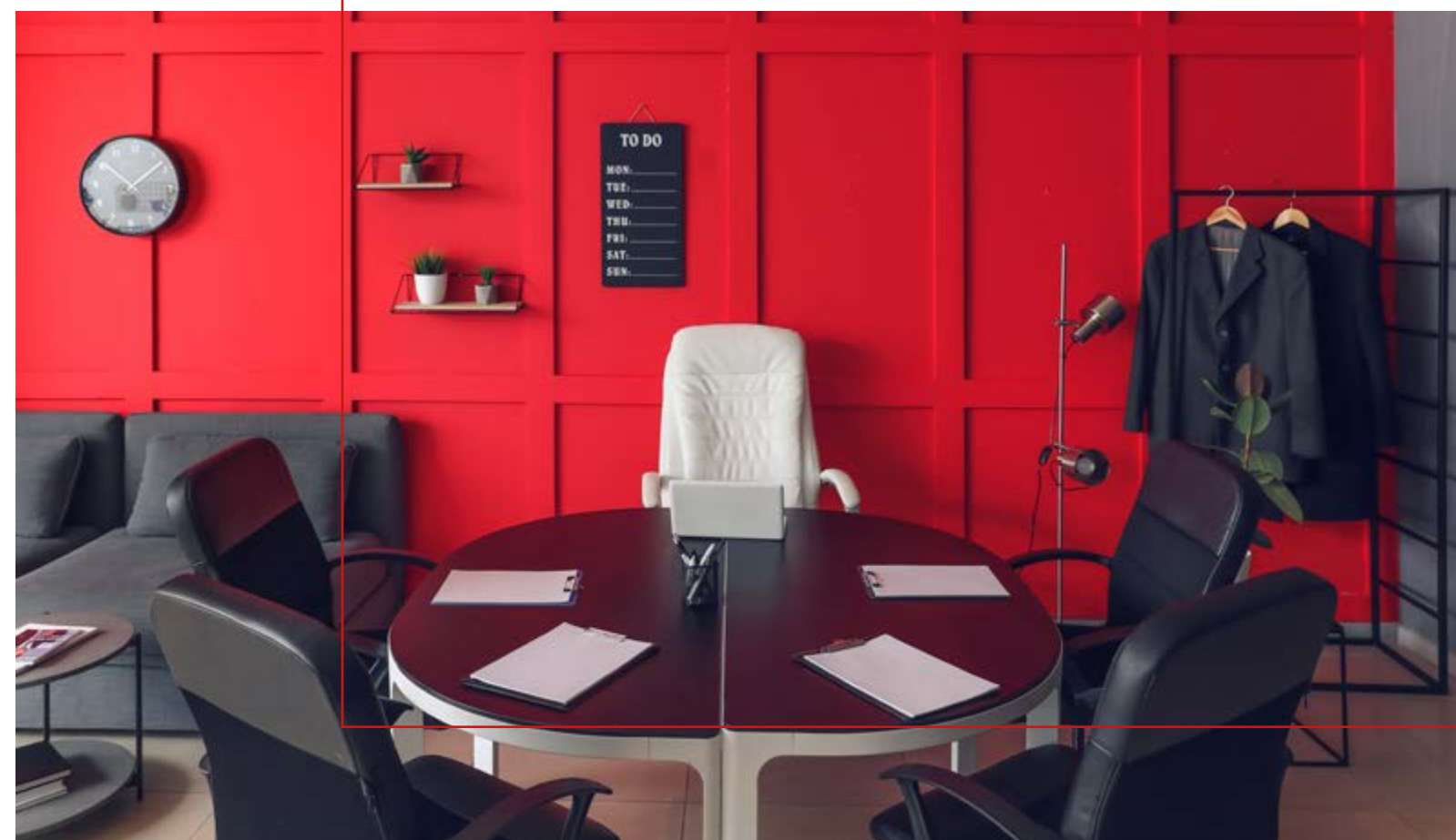
Salud, hospitalización y subsidio



Asistencia jurídica



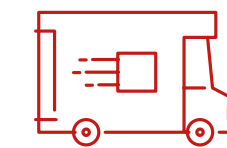
Vitality



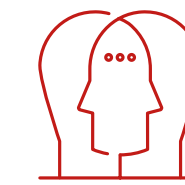
Daños a los bienes asegurados



Pérdida de beneficios



Transportes



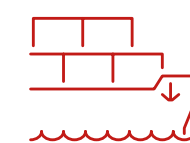
Responsabilidad Civil



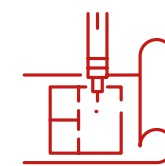
Seguros colectivos de vida, ahorro, accidentes, salud, pensiones



Flotas de vehículos



Buques y Aeronaves



Ingeniería



Financial Lines: Caucción, D&O y Ciberriesgos

Empresas

Lanzamiento de productos que ayudan a nuestros clientes a dar forma a un futuro más seguro y sostenible



My Pocket:

Permite redondear el importe de las transacciones realizadas (tarjetas de crédito y cuentas corrientes) y traspasar lo ahorrado a seguros de Ahorro e Inversión. Los clientes pueden utilizar My Pocket a través de la app MI Generali, así como desde la web. Una vez acumulada una cantidad mínima de 40€, el ahorro acumulado es transferido automáticamente a sus seguros de Ahorro e Inversión.

Con **Generali My Pocket** impulsamos en nuestros clientes el hábito del ahorro de una manera 100% digital y sencilla. Así, los clientes pueden ir ahorrando poco a poco de cara a cumplir sus planes de futuro: un viaje, los estudios de los hijos, incluso complementar su pensión de jubilación. Generali My Pocket es totalmente compatible con cualquier entidad bancaria y permite asociarse a cualquier cuenta corriente o tarjeta de crédito o débito.



Vitality:

Es un servicio que nos permite cuidar de la salud de nuestros clientes y premiarles por adoptar hábitos saludables. **Generali Vitality** reinterpreta la relación con el asegurado y pone el foco en la prevención, facilitando a nuestros clientes la adopción de hábitos saludables para vivir más y mejor. De esta forma, eliminamos los factores de riesgo causantes del 66% de la mortalidad (sedentarismo, mala alimentación, consumo excesivo de alcohol y tabaquismo), que son los causantes de múltiples enfermedades (respiratorias, diabetes, cardiovasculares y cáncer). El cliente debe descargar la app y activarla. Para ver los retos y avances, se debe medir la actividad física a través del móvil, pulsera o reloj digital. Incluye además promociones y ofertas de diferentes partners.



Auto Connect & Go:

Con el propósito de incrementar la seguridad en la carretera de sus clientes platino, Generali les proporciona de forma gratuita el dispositivo e instalación de Generali Auto Connect & Go. Se trata de un dispositivo revolucionario que les permitirá conducir con la máxima seguridad y protección. Su funcionamiento es muy sencillo, ante un problema en carretera solamente hay que presionar el botón del dispositivo y rápidamente se atiende y contacta con el cliente. Incluye:

- **Botón Generali-Call:** para solicitar asistencia inmediata en caso de avería o accidente.
- **Servicio E-Call:** que detecta las fuertes desaceleraciones y es capaz de localizar el coche para ofrecer ayuda inmediata. Si el cliente no puede llamarnos, nosotros enviamos la ayuda que necesita.
- **GPS:** en caso de accidente localizamos la ubicación exacta del coche y llamamos al 112 para coordinar el rescate.



Generali Previsión Colectiva Fácil

y Generali Previsión Colectiva Flexible:

Se trata de dos seguros de Unit Linked Colectivos vinculados a la jubilación. Permiten la instrumentación de un Plan de Previsión para los empleados de cualquier tipo de empresa. Tienen como finalidad complementar las necesidades que pueden surgir durante la vida laboral del empleado, en el caso de: jubilación, fallecimiento del empleado por cualquier causa, incapacidad en sus diferentes grados, dependencia severa o gran dependencia, extinción de la relación laboral en determinados casos o enfermedad grave. El pago de la prestación se realizará en forma de prestación o renta.





Generali Ahorro Futuro

Se trata de un producto defensivo que tiene como finalidad atender a las reinversiones de vencimientos de otros productos de ahorro, ofreciendo así una solución adecuada a los clientes más conservadores para que puedan continuar con sus ahorros en Generali. Se trata de un seguro de ahorro en el que el cliente elige la fecha de vencimiento acorde a sus necesidades de liquidez y su horizonte de ahorro, y constituye un capital a vencimiento, evitando las volatilidades y fluctuaciones en los mercados financieros, priorizando la seguridad en las inversiones y añadiendo una expectativa de mayor rentabilidad que se consolida anualmente por Participación en Beneficios.



Generali Fondoselección Flexible

Seguro Unit Linked que ofrece diversificación del capital a invertir gracias al acceso a una gran variedad de fondos. El cliente, en función de su perfil de riesgo (conservador, moderado o decidido) podrá crear su propia cartera de forma sencilla y personalizada. También, si lo prefiere, podrá sumarse a una de las carteras perfiladas por riesgo que hemos creado. Generali es pionera ofreciendo a los clientes la posibilidad de conocer el detalle del impacto ambiental, social y de gobierno de cada uno de los fondos de inversión disponibles.



Generali Mi salud esencial

Producto de salud con cobertura nacional creado para acceder a consultas médicas y pruebas de diagnóstico de alta calidad y con los mejores profesionales, sin listas de espera. Se comercializa en la modalidad de copago, en la que el tomador asume una parte de la factura médica por el servicio prestado. Incluye asistencia primaria extrahospitalaria y especialidades médicas y quirúrgicas, pruebas diagnósticas y tratamientos que no precisen ingreso hospitalario a través del cuadro médico concertado.



Generali Protección senior

Se trata de un nuevo producto de Decesos y asistencia. Dispone de una amplia oferta de coberturas y servicios que dan respuesta a las necesidades de los mayores de 50 años, un sector de edad muy importante de la población española. Incluye cobertura de gastos de sepelio, Asistencia en viaje, Servicios médicos y dentales con teleasistencia y servicios jurídicos entre otros.



Generali Index 85

Se trata de un producto indexado, pensado para todos aquellos clientes con perfil conservador o moderado interesados en beneficiarse de las evoluciones bajistas de los mercados para consolidar rentabilidades a medio-plazo y con un objetivo de protección a vencimiento. Se trata de una inversión a 7 años con el reembolso de al menos, el 85% de la prima pagada.



Generali Multiversión PÍAS Fácil

Se trata de un producto que simplifica las opciones de inversión a tres fondos dependiendo del perfil de riesgo del cliente (conservador, moderado o decidido) y, que incluye la nueva cobertura con capital reforzado en caso de fallecimiento. El tomador recibe el valor acumulado en la póliza al momento del rescate (total o parcial) o en el eventual momento del fallecimiento. En caso de fallecimiento, los beneficiarios obtendrán la indemnización.



Generali Hogar

Generali ha adaptado su producto de hogar con dos importantes novedades:

- **Garantía de recuperación de la vivienda ocupada por allanamiento de morada:** esta garantía protege de la invasión y ocupación del hogar, sea residencia principal o secundaria. Incluye coberturas como los actos de vandalismo, la inhabilitación temporal, defensa jurídica o asistencia psicológica.
- **Servicios tecnológicos integrales:** Para adaptar el seguro al Teletrabajo y a la compra online, se incorporan cuatro nuevas coberturas a la garantía de contratación optativa de Servicios Tecnológicos Integrales: Asistencia tecnológica para el teletrabajo, Asistencia tecnológica para la educación online, Asistencia tecnológica para el ocio online y Asistencia en compras online.



Generali Vida Protección

Se trata de un seguro de vida riesgo que incluye 9 garantías complementarias que configuran uno de los seguros de vida riesgo más completos del mercado.

Generali Vida Protección es único en el mercado asegurador debido a su tarifa que establece el mantenimiento de la prima durante las 3 primeras anualidades.



1.4.1 GC&C

La división Generali Global Corporate & Commercial ofrece soluciones y servicios de seguros completos a empresas y brokers en la región de Iberia&LatAm.


+100
Profesionales en las
4 oficinas principales


296M€
Primas netas
emitidas en 2021


Programas multinacionales
26%
de las primas de
Generali GC&C


+220
Programas
multinacionales

1.4.2 GENERALI EMPLOYEE BENEFITS

NUESTRA GENTE

203
Empleados
57% hombres
43% mujeres
30 nacionalidades
37 edad media

NUESTROS CLIENTES

350
Pools&GUP

NUESTRA RED

139
Partners:
34 Grupo Generali
o filiales
2 sucursales
103 partners
colaboradores

123
Países

NUESTRAS OFICINAS

Atlanta
Frankfurt
Hong Kong
Londres
Luxemburgo
Milán
Bombay
Praga
París
Parsippany
San Francisco
San Paolo



1.5 VALORES Y PROPÓSITO

Nuestra cultura impulsa la estrategia

El mundo se dirige hacia una nueva era, en la que un entorno socioeconómico cambiante crea retos y oportunidades para Generali. La pandemia ha cambiado la forma en que las personas buscan protección y la necesidad de asesoramiento. El cambio climático requiere un enfoque integral para la mitigación de riesgos; el envejecimiento de la población significa que sus necesidades están evolucionando, lo que requiere mayores inversiones en bienestar, servicios y asistencia; y aunque los bajos tipos de interés nos obligan a un enfoque de inversión diferente, están llegando inversiones sin precedentes de los gobiernos para impulsar la recuperación económica sostenible.

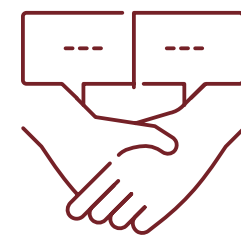


Nuestro propósito

Facilitar que las personas puedan diseñar un futuro más seguro y sostenible cuidando sus vidas y sus sueños.

Nuestro propósito, es nuestra razón de ser. El que nos inspira y nos motiva. Siempre hemos dirigido nuestros esfuerzos a mejorar la vida de las personas. En un mundo cada vez más complejo nuestra habilidad para proteger y ayudar a las personas, ofreciendo soluciones innovadoras, personalizadas y sostenibles, les permitirá tomar decisiones y moldear un futuro más seguro: para ellos mismos, sus seres queridos, sus negocios y sus comunidades.

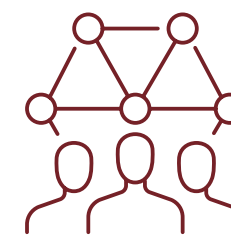
Nuestros valores



Deliver on the promise

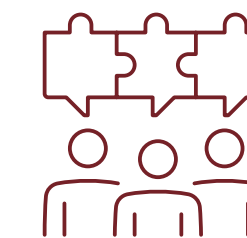
Tenemos un contrato a largo plazo de confianza mutua con nuestra gente, clientes y grupos de interés. Nuestro trabajo consiste en mejorar la vida de nuestros clientes.

Nos comprometemos con disciplina e integridad para hacer realidad esta promesa e impactar dentro de una realidad duradera.



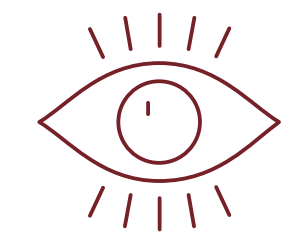
Value our people

Valoramos a nuestra gente, fomentamos la diversidad, la equidad y la inclusión, e invertimos en formación y crecimiento continuos al crear un entorno de trabajo transparente, cohesionado y accesible. Desarrollar el potencial de nuestra gente asegurará el futuro a largo plazo de la compañía.



Live the community

Estamos orgullosos de pertenecer a un Grupo internacional con relaciones sólidas, sostenibles y duraderas en todos los mercados en los que operamos. Nuestros mercados son nuestro hogar.



Be open

Somos curiosos y accesibles, mantenemos una mentalidad abierta para contemplar las situaciones desde diferentes perspectivas.

1.6 NUESTRA ESTRATEGIA

La estrategia de Generali España, para el ejercicio 2021, se estructura en torno a nueve proyectos estratégicos dirigidos a hacer frente a los retos a los que debe hacer frente la compañía en los próximos años:

- **Experiencia digital**

para adaptar los productos y servicios a las nuevas capacidades que ofrece la digitalización.

- **Soluciones relevantes e innovadoras,**

a través de productos y servicios que respondan a las nuevas necesidades reales del cliente aprovechando los avances de las nuevas tecnologías.

- **Red de distribución,**

a fin de impulsar sus capacidades comerciales, técnicas aseguradores y digitales y alcanzar una mayor eficiencia en el reclutamiento de nuevos agentes.

- **Transformación del modelo operativo**

integrando los avances tecnológicos de digitalización, robotización e inteligencia artificial para impulsar la eficiencia y la experiencia del cliente.

- **Transformación cultural,**

en el marco de una política integradora e inclusiva.

1.7 NUESTRA MARCA

Uno de los principales objetivos de GENERALI para el ejercicio 2021 ha sido incrementar el índice RNPS, hasta situarse como la compañía aseguradora internacional más recomendada por los clientes, tanto a nivel global, como en España, habiendo cumplido este objetivo a cierre de ejercicio.

Este logro, que reafirma a GENERALI en su estrategia de ser Socios de por vida de sus clientes, es consecuencia de numerosas mejoras implementadas, tanto a nivel del servicio ofrecido a los clientes, como al incremento de la digitalización, la mejora del diseño de los diferentes productos aseguradores, la profesionalidad de las redes de distribución, el incremento de su visibilidad digital y a la mejora del modelo de relación mantenido con los clientes.

Respecto a este último punto, durante 2021 se ha realizado un notable esfuerzo para mejorar la calidad de los mensajes que reciben los clientes, englobado en la estrategia de comunicación "Reditude" lanzada un año antes por el grupo en todo el mundo.

En este sentido, Generali lanzó en 2020 su primera campaña global de publicidad bajo el claim "El Rojo GENERALI no es solo nuestro color, es nuestra actitud". Esta actitud Rojo GENERALI se resume en tres conceptos: corazón que ofrece una experiencia humana y de compromiso; alma que representa la empatía y cercanía con los clientes, a quienes tratamos de forma individualizada; y pulso, por nuestra proactividad para asumir los retos y hacer las cosas bien.

Durante el ejercicio 2021 se ha dado un paso más para afianzar estos atributos de la marca GENERALI en la mente de los consumidores y la compañía ha lanzado varias olas publicitarias basadas en productos concretos. La primera sobre los seguros de Autos y Hogar y sus ventajas diferenciales, donde se han puesto en valor parámetros que refuerzan la excelencia en el servicio ofrecido al cliente. La segunda sobre el novedoso lanzamiento en España de GENERALI Vitality, un programa de salud, exclusivo, dirigido a clientes, que además de ofrecer consejos personalizados sobre actividad física, nutrición y descanso para mejorar los hábitos de vida de nuestros clientes, ofrece recompensas y premia al cliente a medida que va cumpliendo objetivos.

Para estos lanzamientos se han utilizado un amplio mix de medios donde destaca especialmente el medio televisivo, digital y social, así como una importante variedad de formatos creativos muy notorios que han permitido impactar a una amplia audiencia.

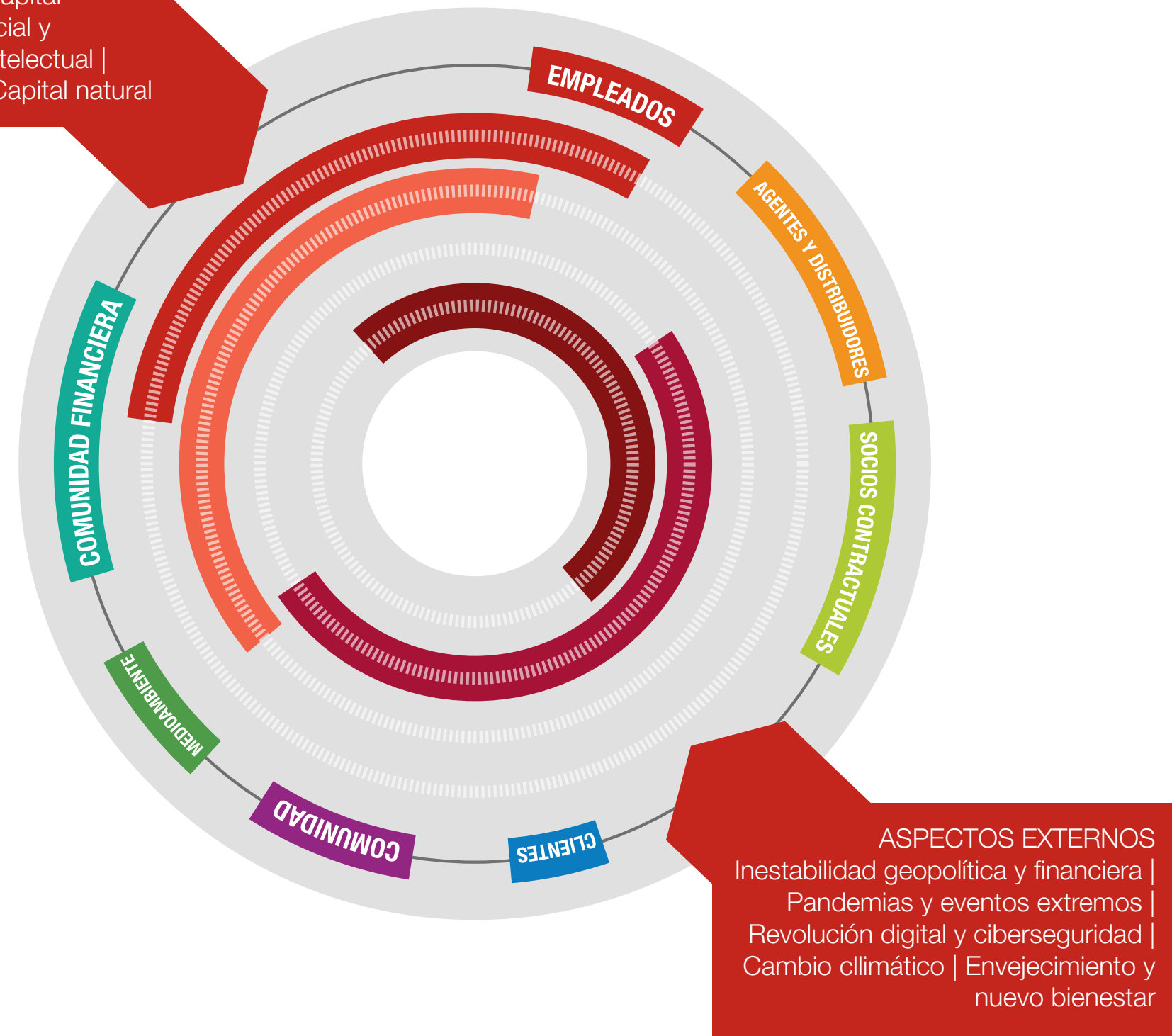


1.8 NUESTROS COMPROMISOS

Nosotros, Generali, contribuimos a construir una sociedad sana, fuerte y sostenible en la que las personas puedan desarrollarse y crecer. Operamos en un contexto global caracterizado por la inestabilidad financiera y geopolítica, la revolución digital, la ciberseguridad, el cambio climático, el envejecimiento de la población y la pandemia. Aprovechando nuestro sólido y resiliente modelo de negocio, creamos valor a corto, medio y largo plazo para todos nuestros grupos de interés: clientes, accionistas, empleados, agentes, distribuidores, socios y para la comunidad, para garantizar un futuro más seguro y sostenible.



Capital financiero | Capital humano | Capital social y relacional | Capital intelectual | Capital producido | Capital natural



Operamos de forma sostenible en nuestras actividades cotidianas

- Escuchamos a las partes interesadas y tenemos en cuenta sus expectativas a la hora de tomar decisiones, para dar respuesta a los riesgos sociales y ambientales.
- Convertimos la información en conocimiento para enfrentarnos a las macro tendencias y encontrar soluciones que se adecúen a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Practicamos la transparencia, haciendo públicos nuestros avances en lo que se refiere a las cuestiones de índole social y ambiental.



Vivimos en comunidad, más allá de las operaciones comerciales diarias

- Actuamos de forma estratégica, movilizamos las habilidades, recursos y redes del Grupo para hacer frente a los retos sociales más apremiantes.
- Iniciamos cadenas solidarias, de personas que ayudan a personas.
- Nos centramos en los resultados para lograr un impacto tangible y medible.



Estos son nuestros compromisos



Responder a las macrotendencias que dan forma a nuestra empresa y a la sociedad

- Diseñar soluciones de seguros que permitan a nuestros clientes reducir los riesgos y aprovechar las oportunidades que surgen de las tendencias demográficas y del cambio climático.
- Afrontar las tendencias demográficas y el cambio climático a lo largo de toda nuestra cadena de valor, desde los seguros, inversiones, operaciones, propiedades y en nuestras actividades dentro de la comunidad.
- Concienciar al público con relación a estas macrotendencias, animando a nuestros grupos de interés a que pasen a la acción de forma efectiva.



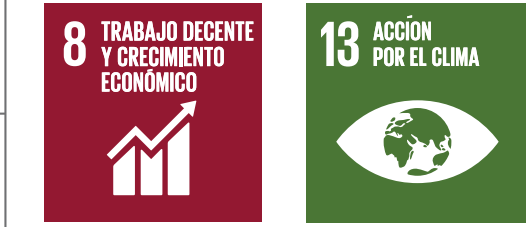
Ser la primera opción de nuestros clientes

- Escuchar con atención las necesidades y expectativas de nuestros clientes y ofrecerles soluciones sencillas y efectivas que les brinden la mejor protección posible.
- Ayudar a nuestros clientes a prevenir los riesgos anticipándose a ellos y promover un comportamiento responsable, combinando nuestra larga experiencia con tecnologías de vanguardia para ofrecer soluciones telemáticas, de conexión para el hogar y de salud.
- Ayudar a nuestros clientes de forma rápida y razonable cuando nos necesiten, especialmente atendiendo los siniestros declarados por nuestros clientes y prestando los servicios garantizados en sus seguros.
- Ser líderes en innovación digital para hacer los seguros accesibles en cualquier lugar y en todo momento, y proteger los datos que nos confían nuestros clientes.



Valorar a nuestros distribuidores

- Escuchar a nuestros distribuidores para identificar y eliminar puntos de dolor y mejorar su experiencia con Generali, ayudándoles así a ofrecer un mejor servicio a los clientes.
- Impulsar la innovación para mejorar la experiencia de nuestros distribuidores para que sea “Más sencilla, Más inteligente” y ofrecer soluciones digitales, que respondan a sus necesidades.



Participar en el diálogo sobre sostenibilidad de la comunidad financiera

- Crear un valor sostenible a largo plazo para nuestros accionistas y clientes, actuando con responsabilidad.
- Gestionar de forma estratégica la huella de carbono de nuestros activos financieros, de conformidad con el Acuerdo de París.
- Invertir para impulsar el crecimiento en las economías en las que operamos.
- Establecer un diálogo constructivo sobre sostenibilidad con agentes e instituciones de los mercados financieros.



Estos son nuestros compromisos



Fomentar un ambiente de trabajo inspirador para nuestro equipo

- Gestionar nuestro personal de forma humana y responsable, de acuerdo con nuestros Valores, fomentando un entorno de trabajo Diverso, Equitativo e Inclusivo.
- Potenciar a nuestro personal desarrollando su talento y promoviendo su bienestar con políticas de conciliación de la vida personal y laboral y con la implantación del smartworking en un entorno de trabajo híbrido.
- Incluir a nuestro personal en un diálogo bidireccional y crear una cultura común basada en el rendimiento y la responsabilidad.
- Promover los derechos humanos adoptando políticas y desarrollando iniciativas que fomentan la diversidad y la inclusión en el seno del Grupo.
- Gestionar el impacto y las oportunidades que surgen del cambio climático y demográfico para nuestro personal.

Ofrecer un servicio inigualable en colaboración con nuestros socios contractuales

- Crear alianzas a largo plazo con nuestros socios contractuales, compartiendo una cultura de integridad, rendimiento y transparencia.
- Ser exigentes con nuestros socios y colaborar con ellos para ofrecer a nuestros clientes una experiencia sin igual reconocida por los propios clientes y por el mercado.
- Gestionar las relaciones con nuestros distribuidores y proveedores de servicios de forma responsable.



Tener un impacto tangible en nuestras comunidades

- Diseñar soluciones innovadoras para las apremiantes cuestiones sociodemográficas a través de nuestra actividad en el seno de la comunidad, empoderando a las personas en situación de exclusión, mejorando las oportunidades y extrayendo el potencial de los más desfavorecidos.
- Formar coaliciones con la sociedad civil para afrontar el cambio climático y demográfico.

Lograr que el público confíe en nosotros como empresa socialmente responsable

- Actuar con integridad, alentando a nuestros directivos a que den ejemplo y hagan ver a sus equipos su responsabilidad respecto a los principios éticos que compartimos.
- Respetar los derechos humanos y evitar la corrupción en todos nuestros ámbitos de influencia.
- Comunicar nuestro compromiso con la sostenibilidad a nuestros grupos de interés y entablar un diálogo constante para mejorar de forma continua.
- Trabajar junto a los gobiernos y otras organizaciones nacionales e internacionales para defender la transparencia y promover una acción común para alcanzar nuestros Objetivos de Desarrollo Sostenible.

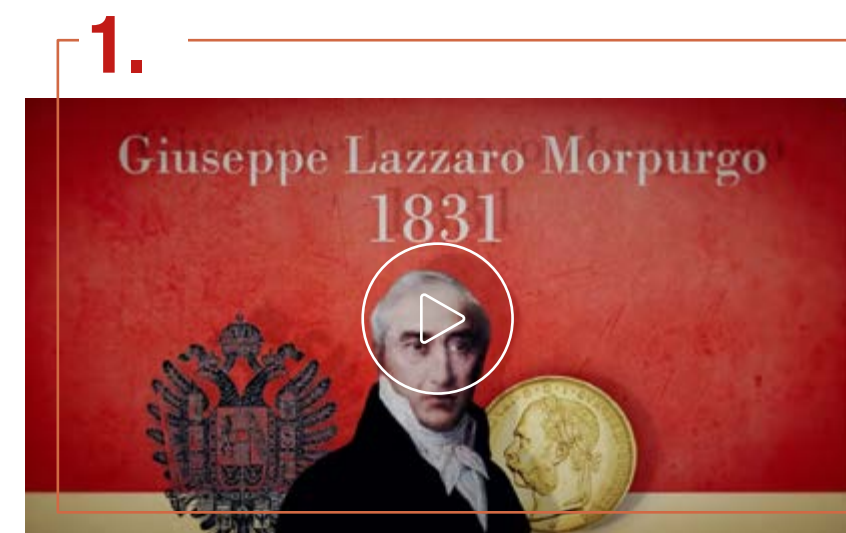


1.9 190 ANIVERSARIO

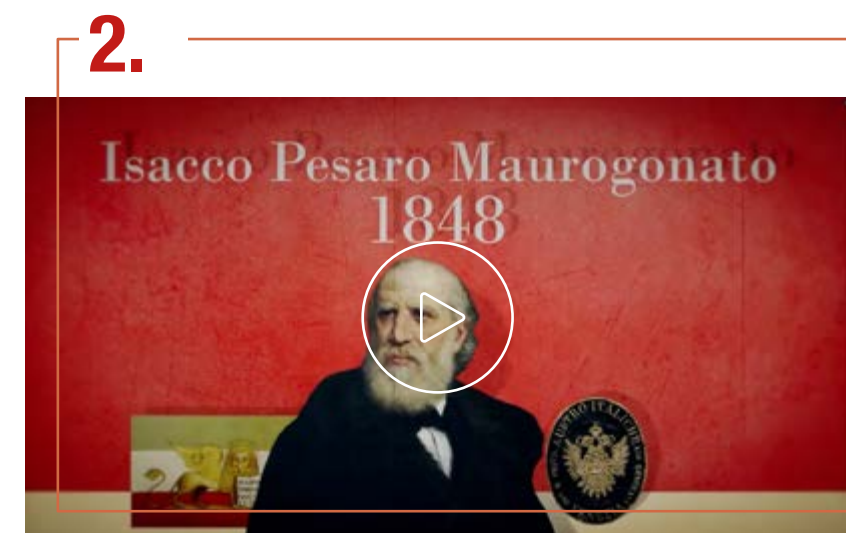
Durante 2021, Grupo Generali ha celebrado su 190 aniversario. Una larga historia marcada por hitos, todos ellos unidos por el hilo conductor de ser un Socio de por vida para sus clientes, gracias a un patrimonio único de conocimientos técnicos, experiencias e iniciativas empresariales, creado a lo largo del tiempo por empleados y agentes, que ha permitido al Grupo convertirse en una de las mayores empresas del mundo.

Puedes saber más sobre la historia de Generali en esta serie de videos:

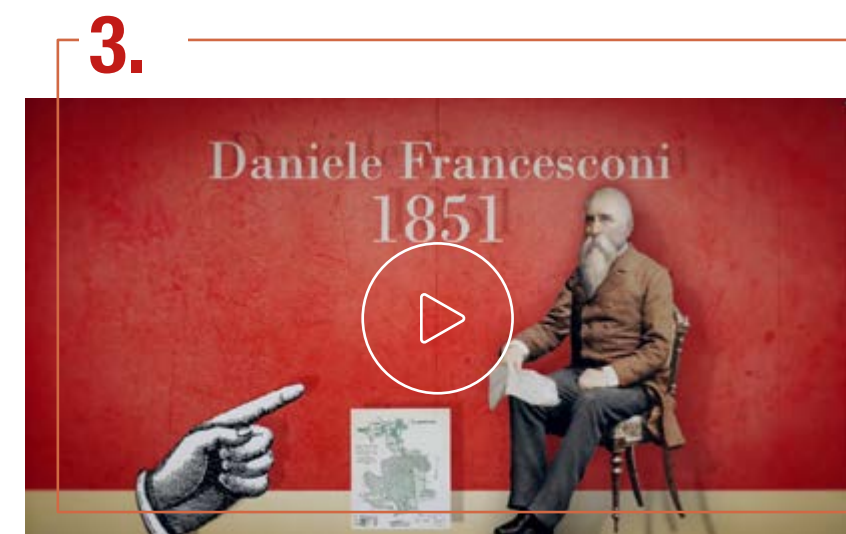
1831 - 2021



El 26 de diciembre de 1831 se fundó en Trieste Assicurazioni Generali Austro-Italiche. Desde su fundación y durante 190 años, Generali ha crecido, ha afrontado y superado acontecimientos e imprevistos históricos, y ha sido capaz de satisfacer las necesidades de familias, empresas y particulares. Lo ha hecho adelantándose siempre a su tiempo, acompañando el progreso y los cambios en las costumbres y la sociedad, sin olvidar nunca el bienestar y la seguridad de las personas y las comunidades.



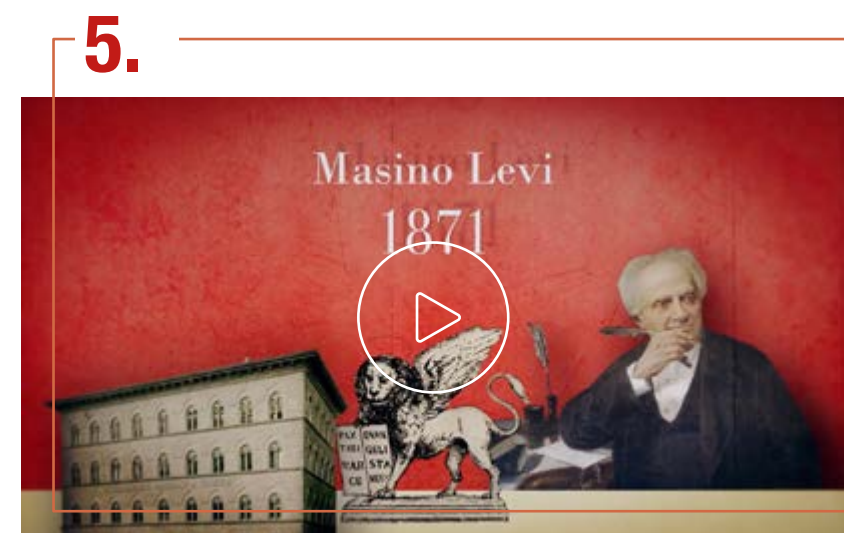
En 1848 se vivían aires revolucionarios en Europa y precisamente ese mismo año Generali tendría unos cambios sustanciales que se mantendrían hasta hoy. Por una parte, el nombre de la Compañía pasó a ser "Assicurazioni Generali"; por otra, la imagen con el águila bicéfala se cambiaría por el león de san Marcos. En esos años, el famoso teatro de La Fenice (Venecia) sufrió un incendio y gracias a la indemnización de Generali pudo ser reconstruido y volver a reabrir solo un año más tarde.



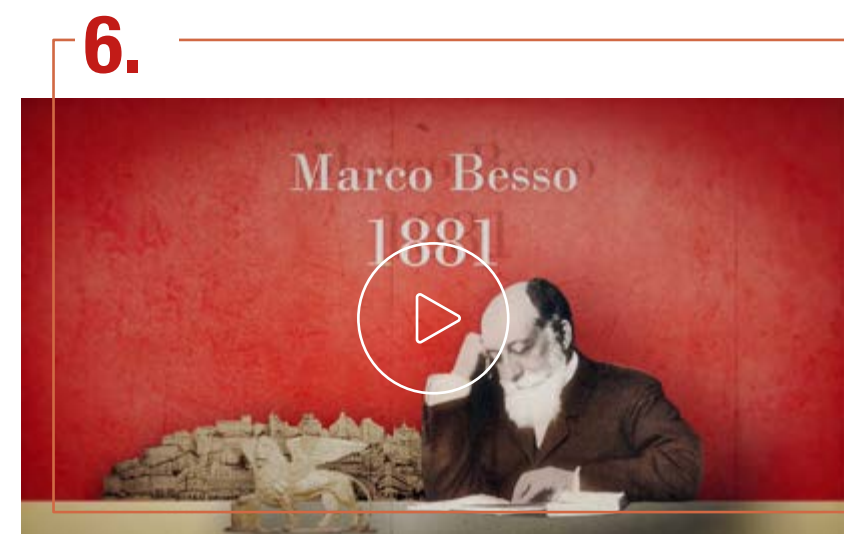
Generali adquiere la finca Ca' Corniani con el fin de diversificar las inversiones inmobiliarias y adentrarse en el mundo agrícola. Generali hizo crecer la comunidad hasta alcanzar las 1770 hectáreas y aumentado su población en casi tres mil habitantes y convirtiéndose en un ejemplo de Bienestar laboral para todos sus trabajadores. Hoy, Ca' Corniani es una próspera empresa perteneciente al grupo Genagrícola, dedicada al cultivo agrícola. Las instalaciones del siglo XIX y caseríos acogen exposiciones de arte, festivales, exposiciones y eventos que florecen cada verano.



A mediados del siglo XIX, los barcos europeos tardaban cuatro meses en llegar a la India circunnavegando África: era necesario abrir una ruta más rápida. Uno de los primeros en apoyar este proyecto fue Pasquale Revoltella, director de Generali. Al participar en esta aventura, Generali reafirmó un principio esencial de su propia historia: una visión cosmopolita, un impulso hacia nuevas culturas. En 25 de abril de 1859 se iniciaron las obras del Canal de Suez. Revoltella estuvo pendiente de su evolución hasta su fallecimiento en Trieste, el 8 de septiembre de 1869 a la edad de 74 años. Dos meses después de su muerte se inauguraba el Canal de Suez.



Tras la derrota de Napoleón, Italia quedó de nuevo dividida en muchos pequeños y grandes estados. Generali buscaba expandirse en este contexto, Bajo la dirección de Masino Levi, el rey Vitorio Emanuele firmó un decreto que reconocía el derecho de Generali a operar en todas las provincias italianas.



El 5 de mayo de 1881, el rey Umberto I inauguró la Exposición Nacional en los Jardines Públicos de Milán para demostrar el desarrollo industrial de Italia. Assicurazioni Generali participó en la exposición en donde expuso, en uno de los pabellones, los resultados de la investigación sobre el riesgo de granizo. En aquella época, se abrieron nuevas oficinas en cuatro continentes, operativamente autónomas pero conectadas a la compañía matriz. Generali estableció relaciones con el mundo financiero e industrial que mantiene hasta hoy.

7.



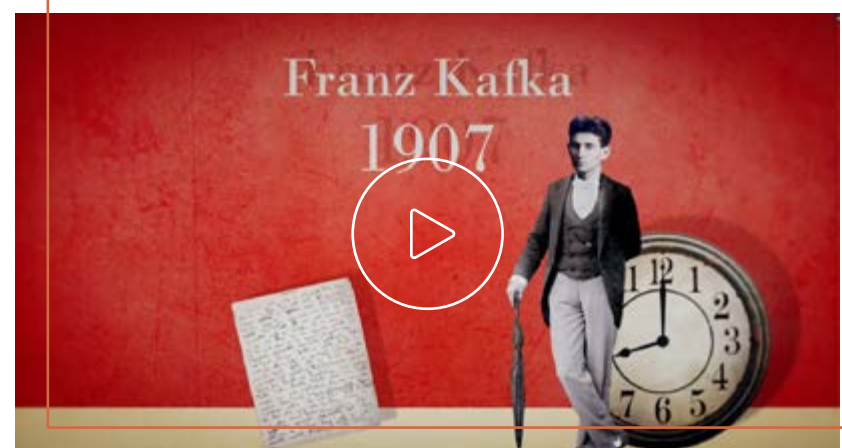
Para fijar las primas de los seguros de vida, las compañías siempre han recurrido a las tablas actuariales que son diagramas que muestran las tasas de natalidad y mortalidad de una población definida en un periodo de tiempo determinado.

En 1887, Vitale Laudi, director de vida de Generali junto con el agente de seguros Wilhelm Lazarus, desarrollaron una nueva tabla que lleva por nombre sus iniciales, la tabla L-L.

Los últimos años del siglo fueron años de experimentación e innovación para Generali.

En la Exposición Nacional de Turín de 1898, Generali presentó la máquina expendedora de seguros: un dispositivo montado en una columna que, por diez céntimos, dispensaba pólizas de seguro de viaje instantáneas que cubría los accidentes en tren o barco de vapor.

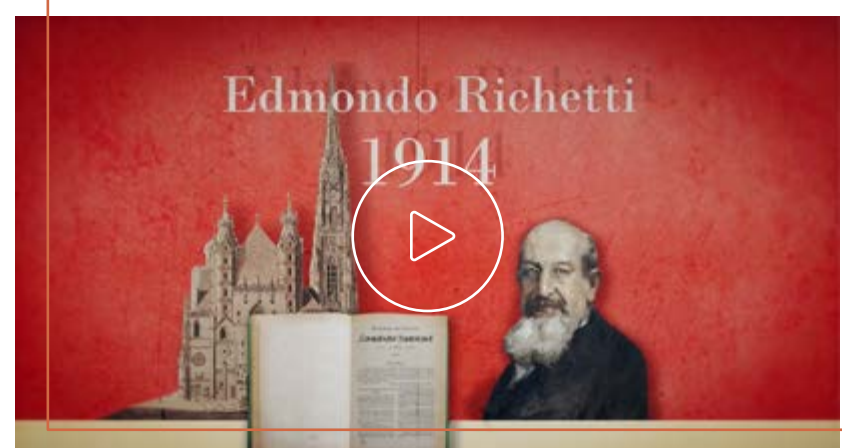
8.



Franz Kafka fue contratado como administrativo en el departamento de seguros de vida de la sede en Praga de Assicurazioni GENERALI el 1 de octubre de 1907, con 24 años. Los archivos de GENERALI conservan la solicitud de trabajo de Kafka junto a su CV, referencias, habilidades, su reconocimiento médico favorable y los idiomas que conocía.

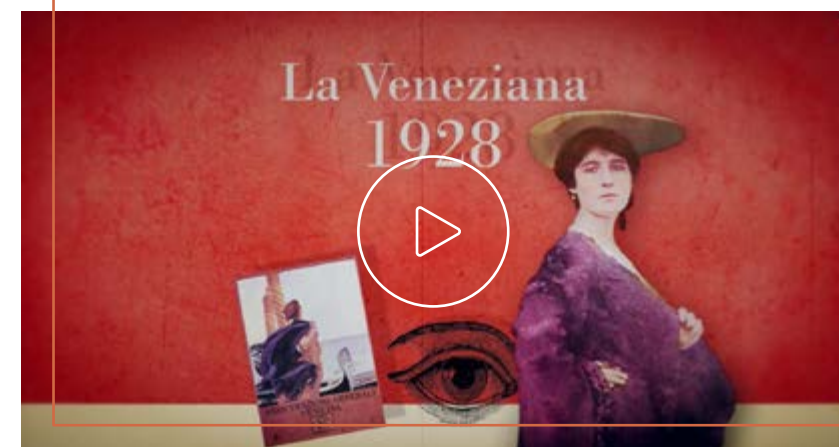
Tenía jornadas interminables de trabajo que le complicaba compaginar su vida de escritor, por lo que el 14 de julio de 1908 terminó dimitiendo por razones de salud, pero no abandonó el sector: hasta su jubilación, trabajó en el Instituto de Seguros de Accidentes Industriales del Reino de Bohemia, donde pudo compaginarlo con sus necesidades como escritor.

9.



La Belle Époque fueron cuarenta años de prosperidad en todos los rincones de Europa: años de inventos, descubrimientos, de progreso y vanguardia. En mayo de 1914, Edmondo Richetti, director de Generali, publicó un folleto en el que invitaba a todos los ciudadanos europeos a unirse a él y fundar la Unión de Estados Europeos. Richetti vio venir la guerra y apoyó la creación de una Europa unida como la única salida para evitarla, basada en cuatro objetivos principales: el desarme, la introducción de una fiscalidad directa única, la libre circulación de las principales mercancías y el establecimiento de un seguro de vida para todos los ciudadanos. Cuando Edmondo Richetti murió, el 12 de agosto de 1914, sus más funestas profecías se hicieron realidad: el 28 de julio, un mes después del ataque a Sarajevo, Austria declaró la guerra a Serbia.

10.



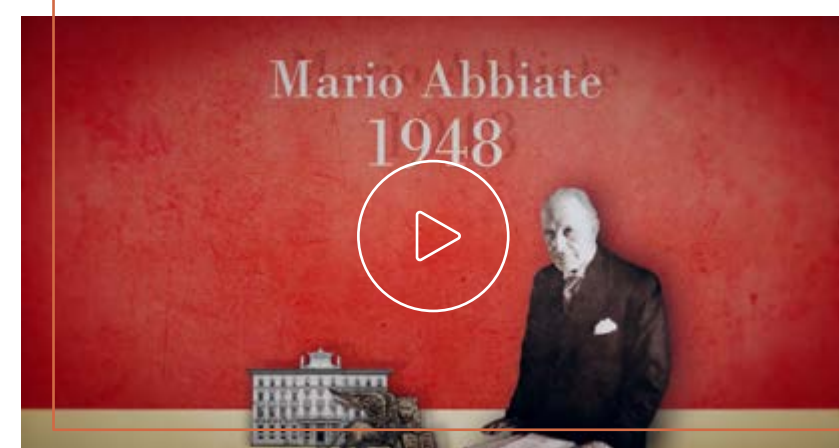
Durante el siglo XIX, con el desarrollo de la industria, las compañías tenían la necesidad de darse a conocer mejor. Generali creó sus primeros carteles en color donde se mostraba al león de San Marcos y la solidez de la compañía. Para reinventar su imagen, tras la Gran Guerra, se recurrió a Marcello Dudovich. Este maestro triestino plasmaba en sus carteles figuras femeninas. En Venecia, y en la sede central de Generali en Trieste, desfilaron numerosos artistas del dibujo publicitario siguiendo la estela de Dudovich hasta que, en los años 50, la publicidad eligió otros caminos.

11.



Bajo la presidencia de Edgardo Morpurgo la ciudad de Trieste pasó a formar parte de Italia, tras la disolución del imperio austrohúngaro. El 1 de mayo de 1932 Generali celebró su centenario. Con la subida al poder de Benito Mussolini, la compañía sufrió una constante presión debido a problemas políticos y raciales que llevó a la dimisión de Edgardo Morpurgo. Fue sustituido en el cargo por el Conde Giuseppe Volpi di Misurata.

12.



Tras la Segunda Guerra Mundial, GENERALI vio como en muchos países se le retiró la autorización para operar y se congelaron los activos de la compañía. Europa del Este estaba muy mal por lo que, tras la guerra, GENERALI puso el foco en América. En 1948, bajo la dirección de Mario Abbiate se adquirió la compañía argentina Providencia. Posteriormente, Generali volvió a Estados Unidos. En 1950, GENERALI adquirió Buffalo Insurance Company y tres años después se le concedió la autorización para trabajar directamente en Estados Unidos. La compañía sigue estando presente en Estados Unidos y en seis países latinoamericanos.

13.

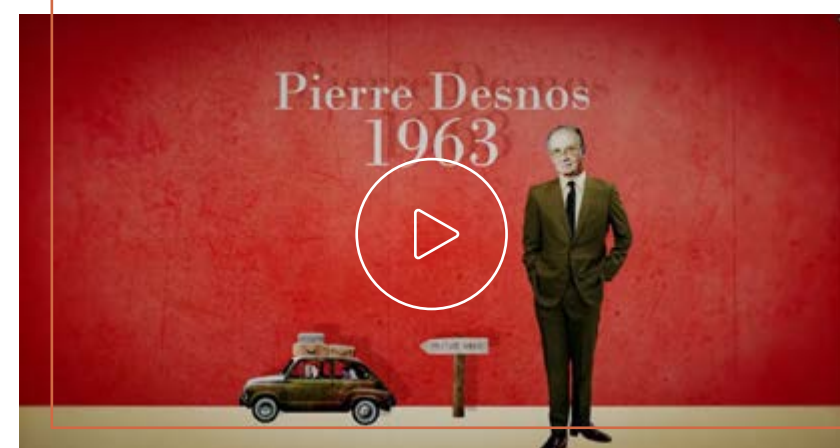


Tras la II Guerra Mundial, el Territorio Libre de Trieste se estableció como estado independiente mediante el Tratado de Paz de París. Parte del edificio de las oficinas centrales en Trieste estuvo requisado por el mando británico.

El poeta Biagio Marin nació en Grado, una isla en la Laguna de Venecia. Antes de la guerra se trasladó a Trieste, donde trabajó como bibliotecario en Generali de 1942 a 1956.

El poeta escribía casi siempre en el dialecto de su tierra natal, por lo que su producción no alcanzó mucha difusión. En la posguerra, finalmente, Pasolini, Carlo Bo y Claudio Magris le dieron el lugar que merecía. Biagio Marin falleció en Grado en 1985 a los 94 años de edad.

14.



El 2 de mayo de 1963 Pierre Desnos fundó Europ Assistance en París. Europ Assistance se especializa en proporcionar una asistencia eficaz a sus clientes en caso de imprevistos (accidentes de tráfico, averías mecánicas, enfermedades) fuera de casa.

El éxito fue inmediato: solo en el primer año la empresa realizó 160 intervenciones y pronto abrió sucursales en Italia y otros países europeos. En los años 70, ya operaba en lugares más lejanos como África y Sudamérica, extendiéndose luego por todo el mundo. Europ Assistance, es una filial de Generali y opera en 208 países de todo el mundo. En 2019, realizó diez millones de intervenciones.

15.



En los años 60, mientras EEUU y la URSS ponían sus banderas en la luna, Italia preparaba el lanzamiento de sus propios satélites a la órbita terrestre. En 1964, Italia lanzó San Marcos, su primer satélite científico.

En 1977 se lanzó Sirio, el primer satélite de telecomunicaciones italiano. GENERALI fue la encargada de asegurar el proyecto cubriendo las tres fases de la vida del satélite: Prelanzamiento, lanzamiento y órbita y un cuarto asunto: la Responsabilidad Civil. Estas cuatro garantías fueron la base de todas las pólizas posteriores.

Un año después del lanzamiento de Sirio, se creó la oficina técnica de riesgos espaciales dentro de la rama de aviación. En 1989 y 1992 se aseguraron el vuelo de la lanzadera Soyuz TM-8 y el vuelo de Franco Malerva, el primer astronauta italiano en viajar al espacio. GENERALI es una compañía líder en seguros aeroespaciales, “con los pies en el suelo”.

16.

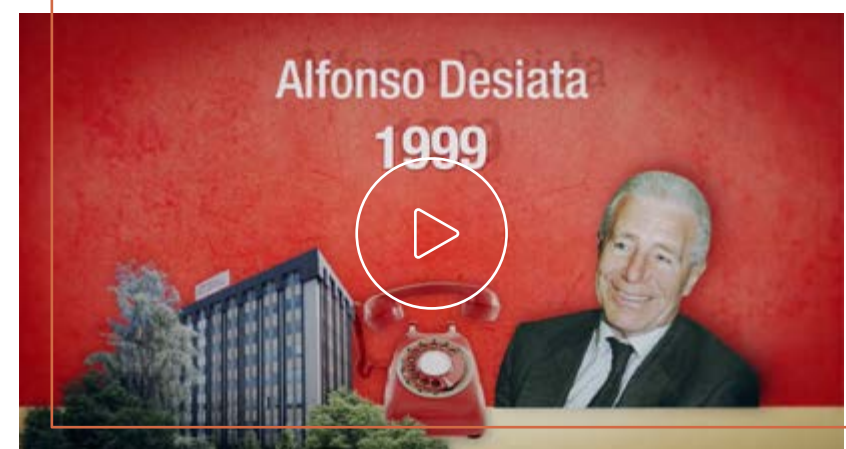
Tras el final de la Segunda Guerra Mundial, se estableció el telón de acero en los países de la Europa del Este con regímenes comunistas bajo la influencia y el control directo de la Unión Soviética.

Los activos de las empresas fueron confiscados. Generali perdió todos sus activos inmobiliarios y su red de sucursales y agencias, y la empresa se vio obligada a suspender sus operaciones en países de importancia estratégica donde había estado presente, en algunos casos, durante más de un siglo.

El telón de acero se desmorona en el invierno de 1989 tras la caída del muro de Berlín. Los regímenes comunistas se derrumbaron uno a uno y Europa del Este se abrió de nuevo a los mercados y a Occidente. Bajo la carismática presidencia de Enrico Randone, Generali ya había estado en contacto durante años con las autoridades de Hungría, el país más abierto de la zona oriental. En 1989, Randone viajó a Budapest para establecer una empresa conjunta con una compañía local. Generali se convierte así en el primer operador occidental en crear una compañía de seguros mixta en un país comunista. En 1993, Generali entró en los mercados checo y rumano, en 1996 se estableció en Eslovenia, al año siguiente en Eslovaquia y en 1999 en Polonia.



17.



Tras la caída del muro de Berlín, comenzó la globalización. Para facilitar, controlar y unirse al rápido desarrollo tecnológico, Generali mudó sus oficinas a Venecia. Los noventa, bajo la dirección de Alfonso Desiata, fueron años especialmente vivos en Generali: en 1994 nació Genertel y en 1998 Banca Generali.

18.



Siguiendo los pasos de Marco Polo, Generali miraba con interés hacia Asia. En 1975 la Compañía abrió su primera oficina en Hong Kong. En 1985 gracias al presidente Eugenio Coppola di Canzano, el Grupo abrió una oficina en Tokio, continuando a partir de aquí su expansión por todo el continente asiático. A día de hoy, Generali cuenta con 8 oficinas en Asia.

19.



Generali, RAS y Progestim financiaron en 2004 el proyecto CityLife, dominado por las tres torres de Milán diseñadas por Arata Isozaki, Daniel Libeskind y Zaha Hadid. Los proyectos de Zaha Hadid han sido, durante mucho tiempo, la última frontera de la arquitectura. Para CityLife, Hadid diseñó una torre que se retuerce hacia el cielo que fue rebautizada como "Twisted". En 2004, Zaha Hadid se convirtió en la primera mujer en ganar el Premio Pritzker, el Premio Nobel de Arquitectura. En 2019 Generali, ya había adquirido el control de todo el proyecto CityLife, y trasladó sus oficinas de Milán a la torre "Twisted", que ahora se llama Torre Generali. Este rascacielos ha revolucionado el skyline milanés y es un excelente ejemplo de edificio sostenible, diseñado para garantizar el máximo nivel de eficiencia y control de consumo de energía.

20.



En 1832 Generali alquiló el edificio de la Procuratie Vecchie de Venecia. Bajo la dirección de Marco Besso, el edificio pasó a ser propiedad de Generali. En la actualidad, tras trabajos de restauración, el edificio está listo para ser la sede central de The Human Safety Net, la Fundación del Grupo. **Es el último episodio de las celebraciones del 190 aniversario de Generali, una compañía hecha por personas que quieren construir un futuro más justo y sostenible para todos.**

1831 - 2021

02.

COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

- 2.1 Política ambiental
- 2.2 Consumo de recursos
- 2.3 Gestión de residuos
- 2.4 Contaminación



2.1 POLÍTICA AMBIENTAL

La política ambiental de Generali España está alineada con la de Grupo Generali que promueve la protección medioambiental, la prevención de la contaminación y la conservación de la biodiversidad para dar respuesta a los desafíos que presenta el cambio climático.

Por ello, la compañía está adoptando toda una serie de medidas que permitan minimizar el impacto ambiental entre los que destacan: aplicación del principio **paperless** en diferentes procesos y, el consumo de **energía verde**, entre otros.

Para el análisis de la gestión ambiental disponemos de un sistema de reporting a nivel de Grupo, Environmental Management System (EMS) en cuyo ámbito se incluye a Generali España. Los principales impactos en la emisión de CO2 a la atmósfera corresponden a una serie de variables que cuantificamos y analizamos periódicamente, entre las que destaca el consumo de energía eléctrica y los viajes de empleados en distintos medios de transporte (avión, tren, coche...)

Así mismo, en EMS se informan, en caso de producirse, las multas y las sanciones significativas derivadas del incumplimiento de las leyes o normativas en materia de medio ambiente (número total de multas significativas y su valor monetario).

Generali España aplica el **principio de precaución**, tomando medidas preventivas que reduzcan la posibilidad de sufrir un daño ambiental según se expone en la Política Ambiental aplicada bajo el marco de las medidas y objetivos fijados en la Política Ambiental del Grupo Generali.

2.2 CONSUMO DE RECURSOS

La Compañía dispone de una política que tiene por objetivo la reducción en el consumo energético y de materias primas. Para ello:

Energía

Hemos sustituido el consumo de combustibles fósiles con la compra de energía eléctrica 100% verde, tal como certifica nuestro proveedor de suministro eléctrico en el contrato suscrito con él, en el que se garantiza del origen de la electricidad procedente de fuentes de energía renovables y de cogeneración de alta eficiencia. Desde 2020 Generali España ha dejado de consumir Gasóleo C.



Gas

Para reducir los gases que afectan a la capa de ozono, se ha procedido a la retirada progresiva de equipos de climatización que usan gas R-22



Iluminación

Disponemos de instalación de luminarias de bajo consumo en oficinas centrales, y de rótulos LED en Red Comercial



Climatización

Impulsamos la renovación de instalaciones de climatización y SAI



Papel

Promocionamos acciones para la reducción del consumo de papel en nuestros centros de trabajo con iniciativas en favor de la digitalización



CONSUMO DE ENERGÍA

Electricidad



6.159.100 kWh 2021

6.017.145 kWh 2020

6.618.184 kWh 2019

Gas natural



151.643 kWh 2021

178.767 kWh 2020

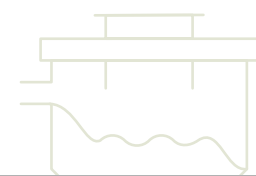
182.135 kWh 2019

Gasóleo C

0 litros 2021

0 litros 2020

5.004 litros 2019



CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS

Papel estándar

48.315 kg 2021

61.883 kg 2020

125.276 kg 2019



Papel impreso
para documentación de negocio

88.873 kg 2021

97.330 kg 2020

179.385 kg 2019



CONSUMO DE AGUA

Agua de red

14,631 ML 2021

14,337 ML 2020

23,316 ML 2019



2.3 GESTIÓN DE RESIDUOS

La compañía realiza acciones específicas para la clasificación, gestión y tratamiento de residuos.

- Disponemos de contenedores específicos para que los empleados puedan separar cada tipo de residuo en las Oficinas Centrales tales como residuo orgánico, plástico, pilas y papel.
- Con relación al papel y cartón utilizado por los empleados, disponemos de un servicio de recogida recurrente por un gestor autorizado para su tratamiento, además de tener contenedores especiales para documentación confidencial que son tratados in situ por un gestor autorizado para su posterior tratamiento, destrucción y reciclaje de acuerdo con la legislación vigente. Debido a la concienciación de los empleados en el uso del papel, estos residuos han venido disminuyendo progresivamente desde el año 2018. En 2021 se aprecia un incremento, fruto como ya hemos comentado anteriormente, de la vuelta de los empleados a las oficinas tras el periodo de confinamiento de 2020.

- En cuanto a equipos RAEES, material informático que se da de baja en la compañía y tóner usado, también son entregados puntualmente a un gestor autorizado para su tratamiento según normativa aplicable. En el año 2019 se sustituyeron las máquinas de impresión por máquinas multifuncionales, lo que produjo la eliminación de los residuos de tóner. En el año 2020 se completa la eliminación total del residuo tóner que quedaba almacenado en la compañía y su entrega a gestor autorizado.

Como consecuencia de estas acciones de clasificación y gestión, a partir del año 2019 aumentaron los kilogramos de residuos plásticos y orgánicos recogidos. En el año 2020, se aprecia un descenso de estos kilogramos debido al confinamiento, que llevó a una menor presencia en la oficina de los empleados como consecuencia de la implantación del teletrabajo. En 2021 se incrementa respecto a 2020, pero sin llegar a los datos de 2019. Se debe a la vuelta de los empleados a las oficinas en un modelo híbrido de teletrabajo al 50%.

Tipo eliminación papel y cartón



Entrega a gestor autorizado.

2021	103.354 kg
2020	105.388 kg
2019	128.078 kg

Tipo eliminación resto



Servicio realizado por proveedor recurrente de limpieza y depósito en contenedores municipales.

2021	20.253 kg
2020	12.823 kg
2019	25.063 kg

Tipo eliminación orgánico



Servicio realizado por proveedor recurrente de limpieza y depósito en contenedores municipales.

2021	9.676 kg
2020	4.737 kg
2019	13.117 kg

Tipo eliminación material informático



Entrega a gestor autorizado.

2021	14.670 kg
2020	17.119 kg
2019	3.470 kg

Tipo eliminación plástico



Servicio realizado por proveedor recurrente de limpieza y depósito en contenedores municipales.

2021	2.012 kg
2020	2.331 kg
2019	5.201 kg

Tipo eliminación tóner



La eliminación la realiza el proveedor de máquinas multifunción de forma controlada.

2021	176 kg
2020	155 kg
2019	196 kg

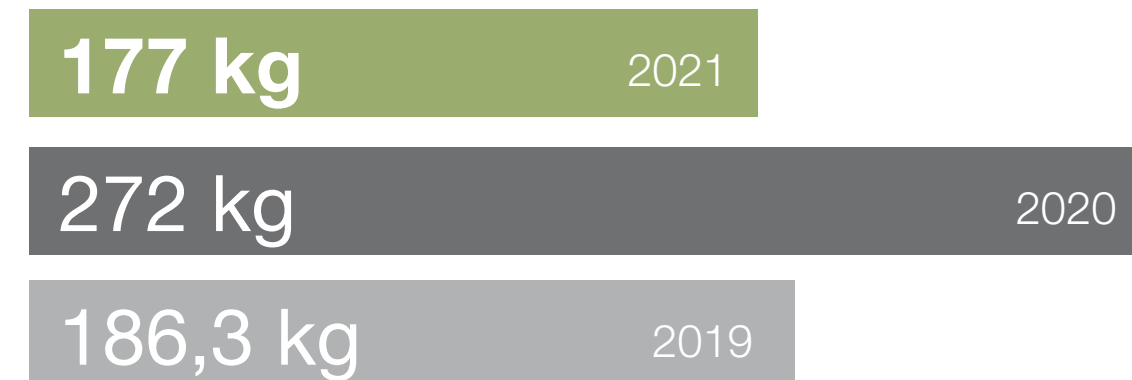


2.4 CONTAMINACIÓN

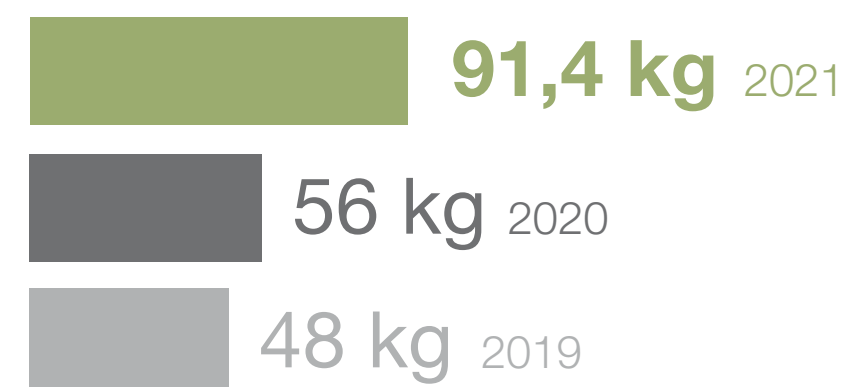
La actual Política de Grupo sobre Medio Ambiente y Clima establece los principios que deben regir las estrategias y objetivos para la gestión medioambiental en las compañías del Grupo para garantizar la protección del medioambiente, la prevención de la contaminación y la conservación de la biodiversidad para dar respuesta a los desafíos que presenta el cambio climático. Dicha política está publicada en la web corporativa de Generali.

Gracias al plan de renovación anual de instalaciones de climatización y SAI (Sistemas de Alimentación Ininterrumpida), se ha producido la progresiva eliminación de los gases refrigerantes más contaminantes y su paulatina sustitución por el gas R-410 en los sistemas nuevos, ya que es un gas que no daña la capa de ozono.

R-407 C



R-410 A



La actual Política de Grupo sobre Medio Ambiente y Clima establece los principios que deben regir las estrategias y objetivos para la gestión medioambiental en las compañías del Grupo, para garantizar la protección del medioambiente, la prevención de la contaminación y la conservación de la biodiversidad para dar respuesta a los desafíos que presenta el cambio climático. Dicha política está publicada en la web corporativa de Generali.

En junio de 2021, el Grupo aprobó un nuevo objetivo basado en la ciencia de reducir las emisiones de alcance 1 y 2 generadas por las oficinas del Grupo y la flota de automóviles en al menos un 25% para 2025 en comparación con los niveles medidos en 2019 utilizando el método basado en el método market-based del GHG Protocol.

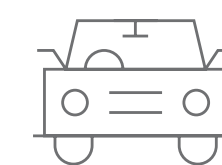
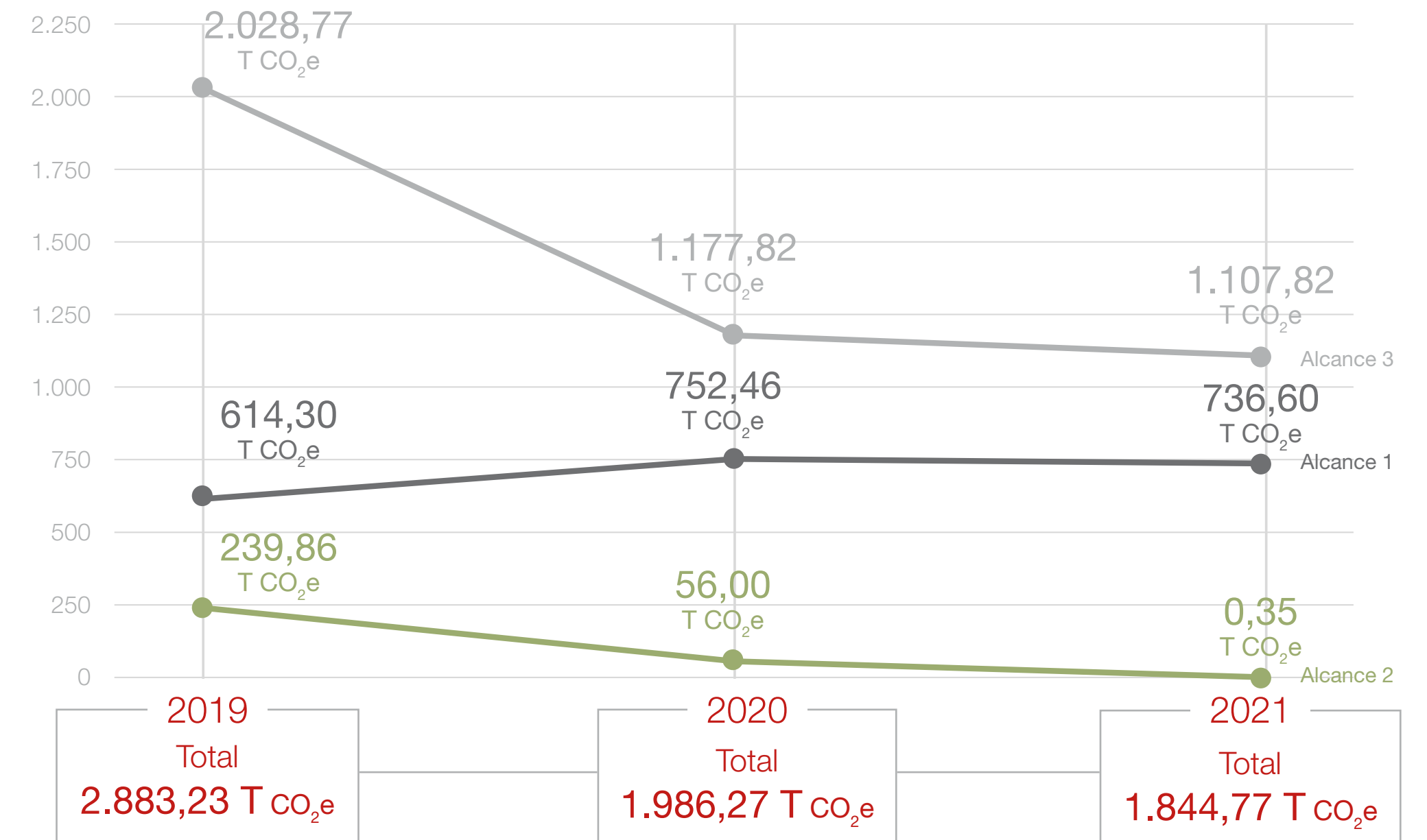
Esta reducción se apoyará en la innovación del lugar de trabajo y la optimización del espacio, mejorando aún más la eficiencia energética y aprovechando la compra de energía renovable. También se aumentará la proporción de vehículos híbridos y eléctricos en la flota de vehículos de la empresa.

El Grupo tomará medidas para neutralizar las emisiones restantes y se ha fijado el ambicioso objetivo de ser climáticamente negativo en 2040, reduciendo a cero sus emisiones netas de carbono mediante la financiación de proyectos cuantificables, reales, permanentes y socialmente beneficiosos de eliminación de carbono. Generali alcanzará el objetivo intermedio de la neutralidad climática en 2023 gracias a la compensación voluntaria.

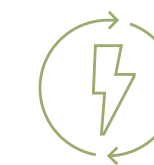
Se establece un sistema de reporting a nivel de Grupo, llamado Environmental Management System (EMS) para la gestión de temas medioambientales.

El resultado de las medidas adoptadas para reducir el consumo de recursos que hemos citado anteriormente conlleva la correspondiente reducción de elementos contaminantes y emisiones CO₂.

EMISIONES DE CO₂



El alcance 1 (emisión directa de CO₂) se refiere a emisiones procedentes de combustibles, en concreto, del consumo de gas natural y diésel de calderas y renting corporativo de vehículos así como a los gases refrigerantes.



El alcance 2 (emisión indirecta de CO₂) se refiere a emisiones procedentes del consumo de energía eléctrica.



El alcance 3 (otras emisiones indirectas) se refiere a emisiones procedentes consumo de papel, de actividades relacionadas con la energía eléctrica (no incluidas en el alcance 2), agua, viajes de empleados y tratamiento de residuos.

03.

COMPROMISOS CON LA SOCIEDAD

3.1 Compromisos con el desarrollo sostenible

- 3.1.1 Impacto de la actividad en el empleo y en el desarrollo local
- 3.1.2. Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales
- 3.1.3 SME EnterPRIZE

3.2 Nuestra gente

- 3.2.1 Distribución de la plantilla
- 3.2.2 Diversidad e Inclusión
- 3.2.3 Organización del trabajo
- 3.2.4 Prevención de riesgos laborales
- 3.2.5 Formación
- 3.2.6 Global Engagement Survey
- 3.2.7 Voluntariado

3.3 Nuestros clientes

- 3.3.1 Índice de satisfacción NPS
- 3.3.2 Quejas y reclamaciones

3.4 Nuestros proveedores

- 3.4.1 Cadena de suministro
- 3.4.2 Gestión de proveedores

3.5 Productos Green and Social

3.6 Digitalización

3.7 Inversiones sostenibles y responsables

3.8 Nuestra acción social

3.9 Nuestro compromiso con el deporte

3.10 Nuestro compromiso con la formación

3.11 Afiliación y asociaciones




3.1 COMPROMISOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

3.1.1 IMPACTO DE LA ACTIVIDAD EN EL EMPLEO Y EN EL DESARROLLO LOCAL


Para el desarrollo de las funciones asociadas a la gestión de su importante cartera de negocio, Generali cuenta con un total de 1.756 empleados, distribuidos entre sus oficinas central de Madrid y de Barcelona, así como entre sus 8 direcciones territoriales y 101 sucursales y oficinas comarcales distribuidas por toda la geografía nacional.

Generali genera además un número muy significativos de empleos indirectos para diversas funciones comerciales, técnicas y de asistencia imprescindibles para la adecuada atención de sus asegurados.

Para ello Generali colabora con:

 **3.358** agentes exclusivos y **3.806** corredores de seguros para la distribución de seguros y labores de atención al cliente

 **1.513** oficinas de agencia

 **2.635** talleres concertados para la reparación de vehículos y sustitución de lunas y cristales

 **338** peritos expertos en daños patrimoniales **156** peritos especializados en vehículos a motor

 **515** reparadores pertenecientes a diversos gremios para la prestación de todo tipo de servicios en la reparación de los hogares e instalaciones de nuestros clientes (tales como pintores, albañiles, fontaneros, electricistas, cerrajeros, carpinteros...)

 **761** profesionales del derecho

 **226** clínicas y hospitales  **32.637** profesionales de la salud

Todo ello, convierte a Generali en un proveedor de servicios de primer nivel y un destacable generador de empleo y de desarrollo económico con impacto en toda la geografía nacional como se desprende del siguiente gráfico que agrupa los empleados y otros servicios que se acaban de describir. Gracias a este ecosistema, Generali contribuye a mitigar el problema de la España vaciada.

3.1.2. RELACIONES MANTENIDAS CON LOS ACTORES DE LAS COMUNIDADES LOCALES

Generali ha identificado como sus grupos de interés a los empleados, agentes exclusivos, corredores, clientes y la sociedad en su sentido más amplio. Para todos ellos están disponibles los canales de la web y las notas de prensa, y en particular, según la naturaleza de la relación comercial con cada uno, existen circulares y comunicados, newsletter y portales web y aplicaciones específicas para cada colectivo.

La transparencia de la Compañía con sus stakeholders es uno de los objetivos de sostenibilidad. Por ello, durante el año 2021 Generali se ha comunicado con sus diferentes stakeholders por diferentes canales:

Empleados

251 Newsletters internas (258 "Generali Empleados" y 6 Boletines "9:00 AM", creados específicamente para la situación de pandemia provocada por COVID-19)

Clientes

18 comunicaciones sobre prevención y seguridad, además de las comunicaciones contractuales

Mediadores

201 newsletters ("Generali Informa")

Público en general

99 Notas de prensa

Redes sociales

Posts en canales corporativos de redes sociales y en Hearsay



<https://www.generali.es/seguros-empresa/premiospymesenterprize>

3.1.3 SME ENTERPRIZE

Generali lanzó en 2021 SME EnterPRIZE, la iniciativa estratégica específica para las PYMEs europeas. Mediante estos premios, Generali quiere promover la adopción de modelos empresariales sostenibles y estimular el debate público sobre el tema.

El desarrollo sostenible es uno de los objetivos fundamentales de la Unión Europea desde hace casi 20 años y ahora es también la prioridad de Next Generation EU.

Apoyar a las PYMEs en su transformación sostenible significa ayudar a Europa a desarrollar una economía más inclusiva y ecológica. Las PYMEs tienen el poder de influir positivamente en la economía real y en el futuro de las próximas generaciones, garantizando un desarrollo sostenible a largo plazo.

Las PYMES representan más del 90% del tejido empresarial español y más del 60% del empleo. Adoptar modelos de negocio más sostenibles ayuda a impulsar el éxito a largo plazo y a lograr una recuperación más rápida en tiempos de crisis.

Estos premios en España se articulan en tres categorías, cada una de las cuales está dotada con un premio de 30.000€ a la PYME ganadora para que desarrolle su proyecto sostenible en 12 meses. Todas las candidaturas fueron revisadas y presentadas a un jurado local que fue quien determinó los ganadores.



En España, resultaron premiadas:

- **Sostenibilidad Medioambiental:** 'Cajamir', una empresa zamorana, por sus acciones y gestión sostenible de un centro de personas mayores.
- **Sostenibilidad social:** 'Mapiser', una empresa de Zaragoza cuyo fin principal es capacitar profesionalmente a personas en situación de vulnerabilidad social para su incorporación en mercado laboral.
- **Solidaridad:** 'RIOMA', una empresa cordobesa del sector textil que, a través de su Fundación, puso en marcha diferentes medidas para combatir la exclusión social entre las familias de su comunidad

Entre las más de 6.000 pymes que han participado en el Grupo, Generali reconoció a los "Héroes de la Sostenibilidad" en una gala final celebrada en Bruselas a la que asistieron, entre otros el Comisario europeo de Asuntos Económicos y Monetarios, Paolo Gentiloni, el Presidente de Assicurazioni Generali, Gabriele Galateri di Genola, y el Group CEO, Philippe Donnet, así como el CEO de Generali España, Santiago Villa junto con diversas personalidades de la Unión Europea.

En esta gala, siete empresas fueron reconocidas como "Héroes de la sostenibilidad" en las categorías de bienestar, medioambiente y comunidad, y procedentes de Italia, Alemania, Francia, España, Austria, Hungría y República Checa, los países que se han sumado a SME EnterPRIZE.

- **España:** Rioma, empresa textil que creó una Fundación que opera en España y Sudamérica para apoyar a los jóvenes en riesgo de exclusión social.
- **Italia:** Natura Iblea-PaniereBio, empresa agrícola del sur de Italia líder en la producción ecológica.
- **Alemania:** PlanA.Earth, que desarrolla soluciones de software que permiten a los clientes reducir su huella de carbono.
- **Francia:** Wanted Community, cuyo objetivo es crear espacios inclusivos mediante la gestión de cafés y restaurantes responsables.
- **Austria:** Boutique Hotel Stadthalle, un hotel ecológico definido como "passive house", que reduce su huella de carbono mediante la aplicación de medidas de eficiencia energética.
- **Hungría:** Grapolia, que se convirtió en una empresa de cero residuos en los procesos de prensado en frío para la producción de sus aceites.
- **República Checa:** CleverFarm, comprometida con el desarrollo de soluciones inteligentes para los agricultores.

Además, la sostenibilidad representa una oportunidad de crecimiento para las PYMES. Generali presentó en este evento el **White Paper** "Fomentar la sostenibilidad en las pequeñas y medianas empresas", promovido por Generali y desarrollado por SDA Bocconi. Analiza el **enfoque de las PYMES europeas hacia la sostenibilidad**, identificando las posibles barreras que impiden su transición sostenible y planteando la necesidad de un **esfuerzo conjunto entre los actores públicos y privados** para fomentar esta transición.

Además, muestra cómo **la sostenibilidad podría convertirse en un factor estratégico para las PYMES**, garantizando el acceso a recursos y oportunidades clave, como cadenas de suministro certificadas y mercados globales, financiación para la transición sostenible, mejores condiciones financieras, competencias, talentos y asociaciones.

3.2 NUESTRA GENTE

3.2.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA

El Grupo Generali en España se organiza bajo una estructura que abarca 3 compañías de seguros, una Holding y una AIE desde donde se prestan servicios a las demás sociedades del Grupo y una compañía de seguros. El número total de empleados del Grupo Generali España a cierre de 2021 asciende a 1756 empleados (1.752 empleados en 2020).

El 100% de los empleados de Generali España se rige por el **VI Convenio Colectivo de Grupo Generali**, convenio de grupo de empresas publicado en el BOE el 17/07/2017 con vigencia hasta el 31 de diciembre de 2020, siendo de aplicación supletoria el Convenio Colectivo General de ámbito estatal para las Entidades de Seguros. El 24 de noviembre de 2020 se acordó la prórroga del VI Convenio Colectivo de Grupo Generali hasta 31 de diciembre de 2021, prórroga que fue publicada en el BOE el 23 de diciembre de 2020. En fecha 21 de diciembre de 2021 se presentó la denuncia de dicho VI Convenio Colectivo, constituyéndose la Mesa de Negociación del VII Convenio Colectivo en fecha 19 de enero de 2022.

El VI Convenio Colectivo de Grupo Generali, así como su prórroga, fueron firmados por el 100% de la representación de los trabajadores con representación en la Mesa Negociación del Convenio. Con el fin de administrar convenientemente el cumplimiento y aplicación de dicho Convenio Colectivo está constituida una Comisión Mixta Paritaria, compuesta por la representación empresarial y las Secciones Sindicales firmantes del Convenio. Asimismo, existe una Comisión paritaria de igualdad y una Comisión de formación en las que interviene la representación legal de los trabajadores.

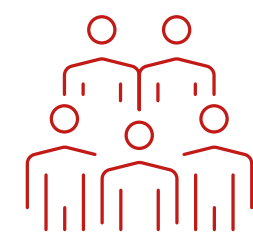


Generali España adopta como propia la Política de Remuneraciones del Grupo Generali garantizando así la coherencia, el cumplimiento de la normativa local y comunitaria, la transparencia, la gestión consistente de los riesgos y la rentabilidad a largo plazo.

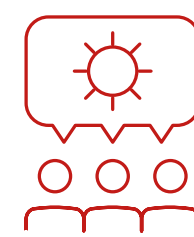
Generali concibe la sostenibilidad como pilar estratégico para el negocio, como parte esencial de su compromiso para promover que las personas forjen un futuro más seguro cuidando de sus vidas y sueños; y con el objetivo de convertirse en socios de por vida de sus clientes. Todo ello, con la ambición de participar y fomentar los principios de sostenibilidad entre sus clientes, empleados, colaboradores, agentes, proveedores y en general en la sociedad y en el entorno.

La política retributiva también asegura que las prácticas retributivas del Grupo Generali sean equitativas a nivel interno y competitivas en el mercado local, de tal forma que sirvan para atraer, retener y motivar a profesionales de talento y lograr así los objetivos estratégicos del Grupo.

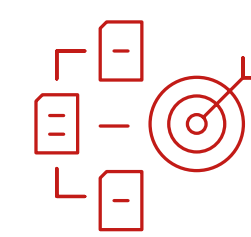
Nuestra estrategia retributiva se basa en los siguientes principios:



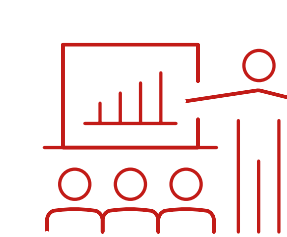
Equidad y consistencia
de las remuneraciones en relación con las responsabilidades asumidas y las capacidades demostradas



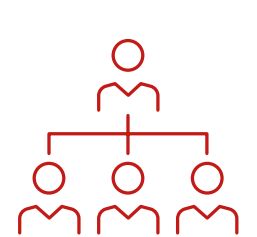
Coherencia
con la estrategia y los objetivos establecidos



Competitividad
respecto a las tendencias y prácticas del mercado



Evaluación
de los méritos y del rendimiento en función de los resultados, la conducta y los valores



Gobierno corporativo
transparente y cumplimiento normativo

En cumplimiento de esta política se establecen procedimientos específicos para la contratación, promoción, adecuación salarial y bajas, todos ellos alineados con la estrategia, la misión y los valores.

Desde 2018 existe un Plan de Retribución Flexible para todos los empleados que permite personalizar el salario y adecuarlo a las necesidades individuales. El Plan incluye la posibilidad de acceder a una póliza de salud con un precio muy interesante para el empleado y familiares directos, financiar cursos de formación, obtener la tarjeta transporte y acceder a tickets guardería con las ventajas que un plan de este tipo conlleva. Todo ello de una manera accesible a través del portal de empleados "Generali Benefits".

En 2019, el Grupo Generali lanzó, a nivel global, un Plan de compra de Acciones en condiciones favorables a todos sus empleados. El plan **We SHARE** permitió a cualquier empleado que así lo decidió, destinar una cantidad mensual de la nómina a la adquisición de acciones de la matriz en el plazo de tres años y en condiciones muy beneficiosas (es un plan protegido e incorpora beneficios adicionales). Transcurrido este plazo, los empleados adquirirán acciones de Generali.

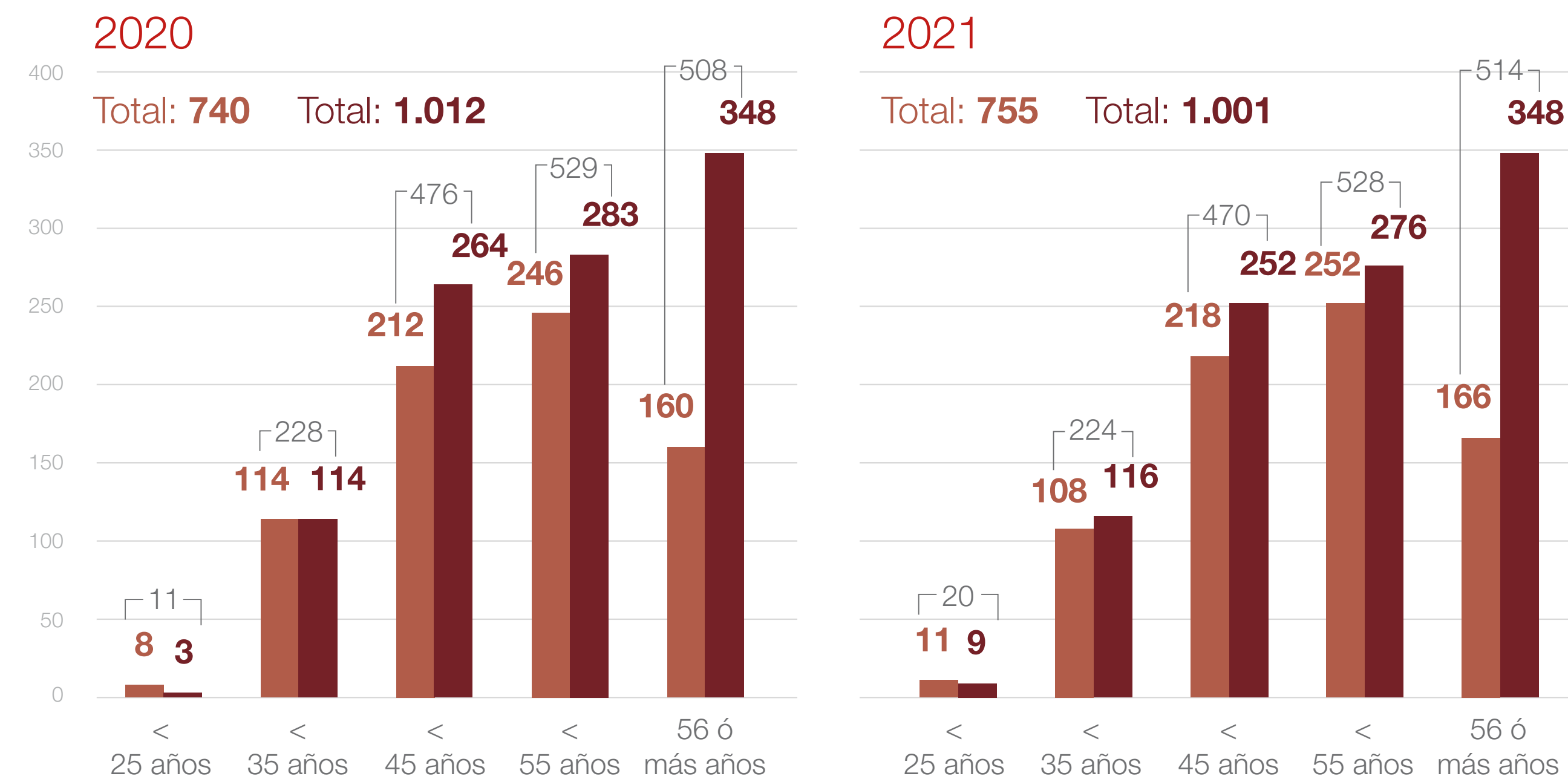
El Plan forma parte importante de la estrategia del Grupo con el objetivo de fortalecer el vínculo de pertenencia y fomentar los comportamientos identificados como claves para incorporar a los empleados en el crecimiento del Grupo y hacerles partícipes del éxito convirtiéndose en accionistas dentro de un marco protegido.

Adicionalmente, en el ámbito del plan WE SHARE, el Grupo Generali se compromete a donar el valor equivalente a 1 acción, por cada empleado partícipe, en el Programa de acción social del Grupo, THE HUMAN SAFETY NET (THSN) incorporando también la posibilidad de que cada uno de los empleados pueda donar a THSN una parte del beneficio.

En lo que respecta a la información detallada de la plantilla, a continuación incluimos su distribución en función de distintos indicadores:

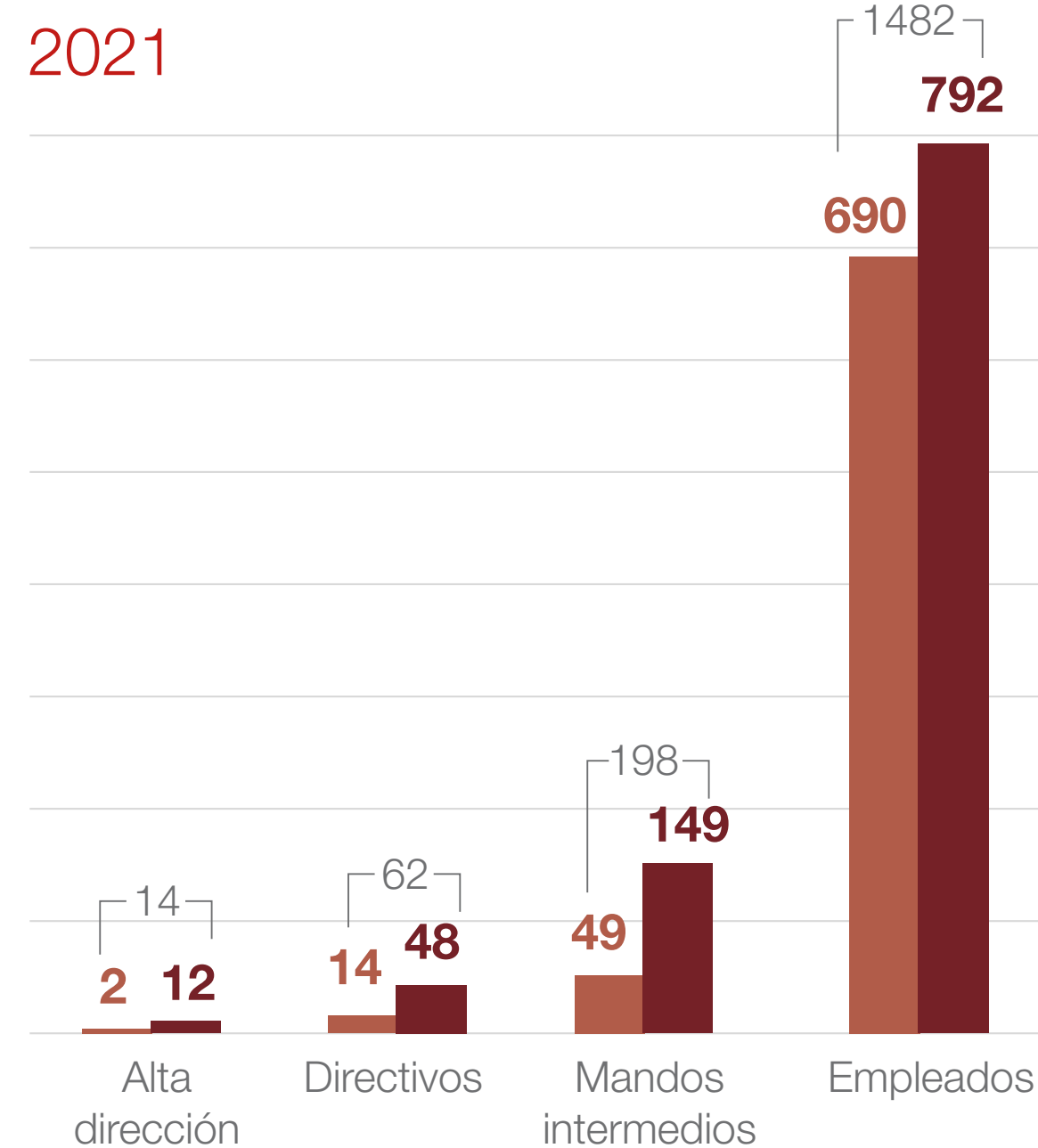
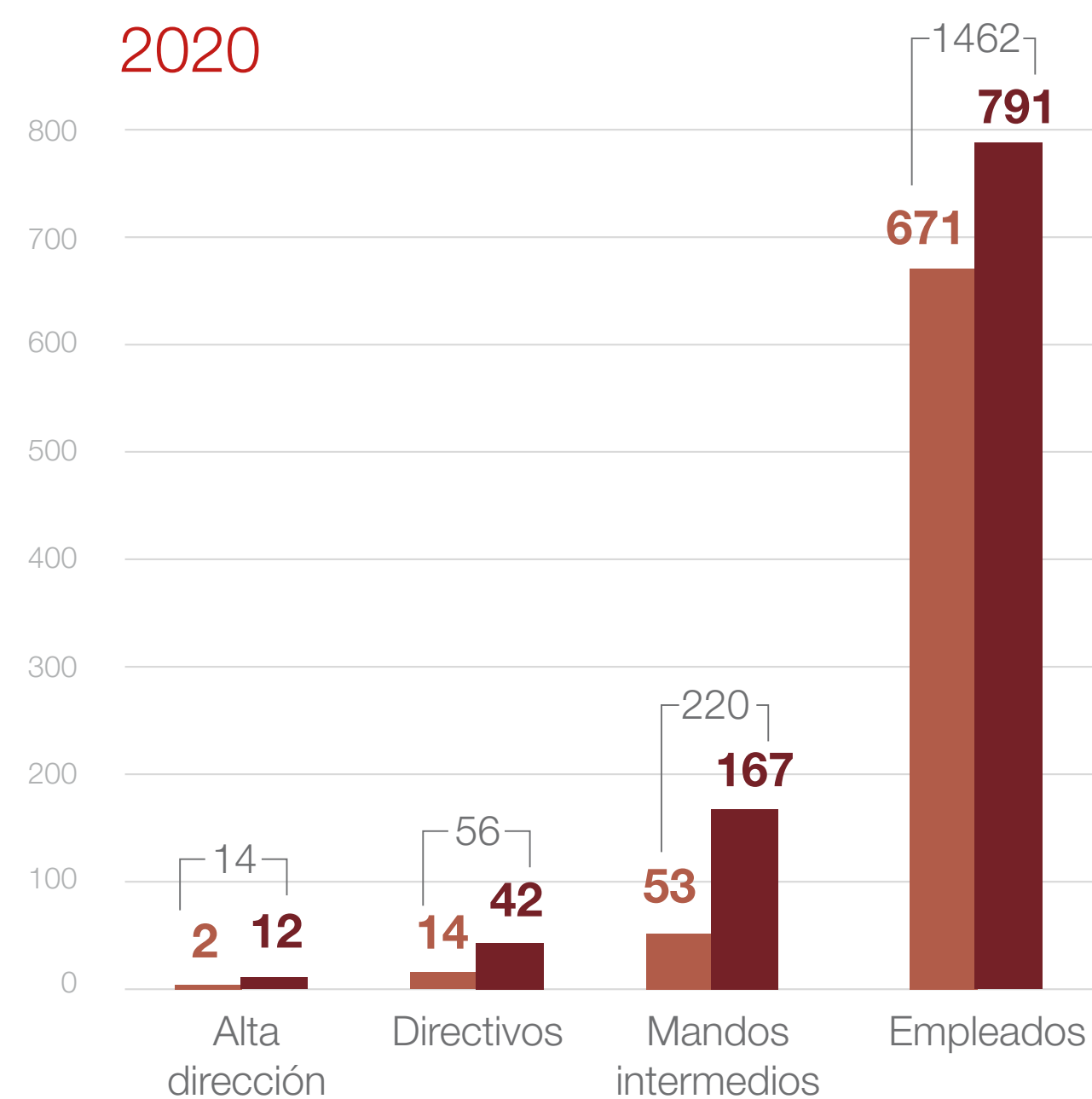
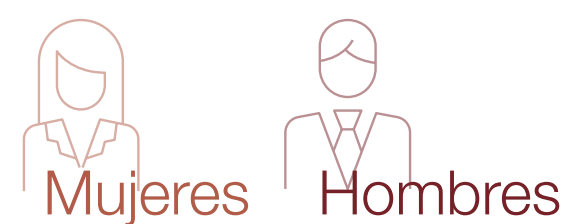


1. Edad y género

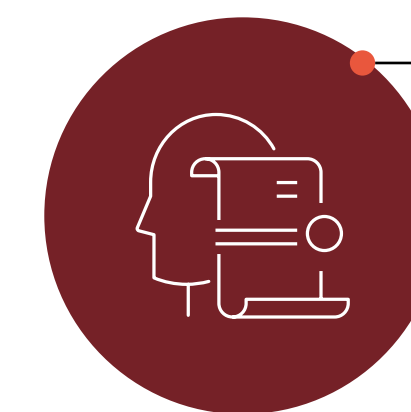


La situación generada por la pandemia tuvo como consecuencia una menor rotación y una gestión más prudente de la contratación. A lo largo del ejercicio 2021 se está produciendo un progresivo incremento de la rotación que ha permitido aumentar la presencia de mujeres en línea con el compromiso de fomentar la diversidad y promover su contratación y promoción, especialmente en las posiciones o colectivos en los que están infra representadas. En cuanto a la distribución por edades, esta situación ha dado lugar a cierta renovación de la plantilla. También en este punto es y será esencial la apuesta por la diversidad.

2. Categoría profesional



EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO:



1 contrato temporal

1.755 empleados con contrato indefinido
1.743 son a tiempo completo y 12 a tiempo parcial

No obstante, existen empleados con contrato a tiempo completo con jornada reducida por distintas razones (cuidado de hijos, familiares).

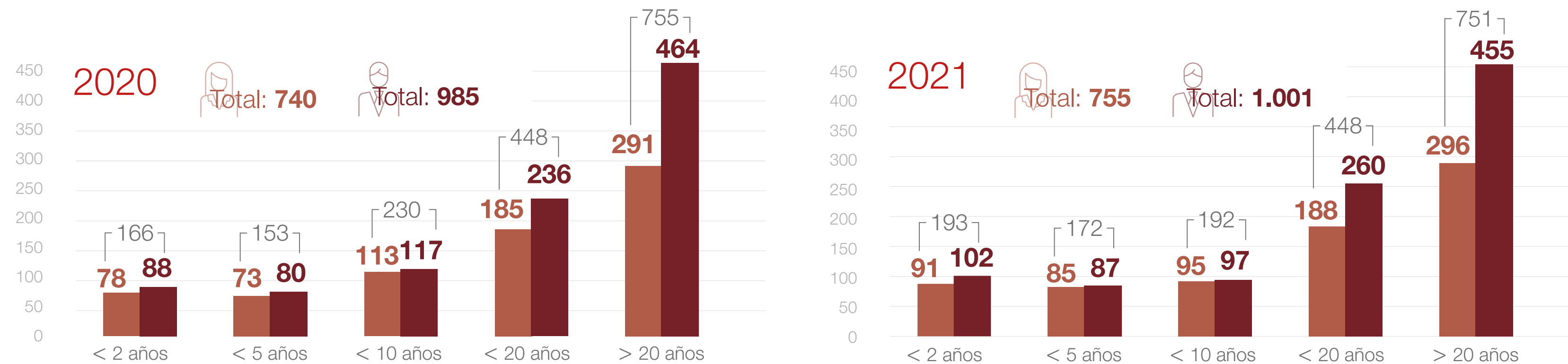
La evolución de la distribución de la plantilla por categorías profesionales refleja dos cuestiones importantes.

Por una parte, la progresiva disminución en el colectivo de Directivos y mandos intermedios, que responde a la necesidad de revisar la organización para aplanarla, hacerla más flexible, menos jerárquica y más ágil. Esta necesidad se ha plasmado en la implantación de los principios de **simplificación organizativa** que responden a la transformación del entorno, a la transformación digital y al impulso de las nuevas metodologías de trabajo (New Ways of Working, metodologías ágiles y generalización del teletrabajo).

Por otra parte, es importante destacar que la reducción se refleja en menor medida en las mujeres consecuencia, como más arriba se señala, del impulso en el ámbito de la Diversidad materializado en varias promociones de mujeres a puestos de mayor valor.

Estos planteamientos suponen también un cambio en la manera de clasificar la plantilla y sobre todo un reflejo de nuestra apuesta por el desarrollo profesional independiente de la gestión de equipos apostando por dar valor a posiciones de contribución individual.

3. Antigüedad en la Compañía



Se incrementa el número de empleados en los tramos de antigüedad de hasta 5 años. Como contrapartida se reducen fundamentalmente los empleados en el tramo de más de 5 años y menos de 10 así como los empleados con más de 20 años de antigüedad.

4. Discapacidad

En 2021 hay 27 empleados con algún grado de discapacidad certificada. En 2020, había también 27 empleados con algún grado de discapacidad certificada.

5. Brecha salarial

El Grupo Generali ha manifestado públicamente su compromiso para reducir la brecha de género relativa (Equal Pay Gap) hasta un nivel cercano al 0% en 2024, adelantando así su ambición inicialmente anunciada para 2026. La metodología para calcular la brecha compara los salarios de hombres y mujeres en puestos de igual valor y dentro de la misma función. Su reducción junto con la implantación de políticas que fomenten la presencia de mujeres en todas las funciones y niveles de la Compañía tendrá un efecto directo en la reducción de la brecha general o bruta que mide la diferencia entre el salario medio de mujeres y el de hombres (Gender Pay Gap).

En esta primera fase estamos centrando nuestros esfuerzos en reducir la brecha relativa, y por tanto también la genérica. En lo que respecta a la brecha relativa, ya hemos reducido desde el -9,3% a cierre de 2020 a un -8% a cierre de 2021, a pesar de las dificultades de acción en este ratio motivadas por la pandemia, hasta lograr unos niveles de brecha relativa en torno al

-6% que tendrán un importante reflejo en los niveles genéricos que se reporten en la Memoria de Sostenibilidad del año que viene. Generali ha destinado un presupuesto adicional a reforzar la igualdad retributiva, especialmente por razón de género, en alineación con el resto de criterios generales de nuestra Política retributiva (desempeño y competitividad), que ha generado, en los primeros meses de 2022 una reducción significativa de la brecha.

Adicionalmente, se han tomado medidas dirigidas a promover la igualdad, entre las que destacamos:

- Análisis de la brecha y adopción de medidas correctoras en cada uno de los procesos de selección y/o promoción que se planteen.
- Compromiso de igualdad de género en las candidaturas en los procesos de selección, promoción y sucesión: para la toma de decisión deberán proponerse siempre el mismo número de candidatos (hombres y mujeres).

- Automatización del cálculo de los indicadores y refuerzo del seguimiento.
- Campaña de comunicación específica dirigida a los managers que han participado en el proceso de revisión salarial.
- Acciones de promoción y desarrollo del talento femenino: programas de mentoring femenino y de liderazgo
- Formación en sesgos y, más concretamente en los sesgos de género a través del programa Be Inclusive Training.

La ambición de Generali España es continuar en esta línea hacia la completa eliminación de las diferencias retributivas por género, a través de presupuestos específicos anuales en el plan 2022-2024, así como el resto de medidas cualitativas y cuantitativas para promover la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y la diversidad de género, acordadas en la renovación del Plan de Igualdad el pasado mes de diciembre, con el 100% de la representación de los trabajadores, así como la labor del Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión.

Brecha salarial por categoría profesional

- Alta dirección **-16,21%**
- Directivos **-9,26%**
- Mandos intermedios **-14,11%**
- Empleados **-15,04%**



3.2.2 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



La Diversidad y la Inclusión ocupan un lugar preferente en la estrategia de Generali “BeBoldforInclusion”, cuyo objetivo es crear una cultura abierta e inclusiva, que promueva la innovación a través de la diversidad, construyendo entornos donde todas y cada una de las personas sean valoradas, escuchadas y respetadas.

La diversidad y la inclusión como parte fundamental de la innovación constituyen uno de los cuatro comportamientos corporativos necesarios para alcanzar nuestra estrategia de ser **Socios de por Vida** de nuestros clientes.

Generali trabaja para crear un entorno que abrace la diversidad, tomando en consideración los diferentes conocimientos, habilidades y experiencias de las personas para crear una comunidad cohesionada y comprometida, que sea reflejo de la sociedad donde desarrollamos nuestra actividad.

Queremos poner en valor los diferentes conocimientos, habilidades y experiencias de las personas que integran la Compañía para que nos ayuden en la búsqueda de soluciones innovadoras y en la creación de una comunidad cohesionada y comprometida.

Todas las personas que integramos Generali somos responsables de mantener un entorno inclusivo que combata cualquier tipo de discriminación, y nuestros responsables deben actuar como líderes de la diversidad, gestionando sus equipos de forma inclusiva.

En Generali la Diversidad y la Inclusión se trabajan a nivel de grupo a través del D&I Council, que en España está representado al más alto nivel por nuestro CEO Santiago Villa, Sponsor de Diversidad; y a nivel local, el compromiso de la Dirección se da igualmente al más alto nivel, siendo nuestro CEO miembro activo del Comité D&I de Grupo y participando personalmente en las reuniones del Comité de Diversidad e Inclusión.

La Compañía cuenta con una **función específica** “Diversity & Inclusion”, dentro del ámbito de gestión de personas (People &

Organization), encargada del diseño e implantación de las políticas de diversidad e inclusión en la empresa, en colaboración con el Comité de Diversidad.

El Chief People & Organization Officer, así como el Head of Diversity & Inclusion lideran el desarrollo de la estrategia de Diversidad y su implantación a nivel transversal en toda la organización.

Existe un **Comité de Diversidad & Inclusión**, constituido en 2016, integrado por empleados y empleadas de distintos perfiles, generaciones y funciones, que proponen acciones e iniciativas para potenciar una cultura de diversidad e inclusión dentro de la empresa. El Comité de D&I cuenta con la participación directa y el respaldo del CEO.

A través de la iniciativa We are D&I en 2020 se han creado diversos grupos de trabajo en el seno del Comité de Diversidad e Inclusión (género, conciliación y cultura, LGTB, generaciones, discapacidad), mediante la incorporación de empleados/as voluntarios, para reforzar la capilaridad y la difusión de la labor del Comité, potenciando la transversalidad y la fuerza de trabajo necesaria para impulsar nuevas medidas e iniciativas.

Generali considera la formación y sensibilización como elementos clave en la creación de una cultura de diversidad.

Durante el año 2021 Generali ha realizado un importante esfuerzo en materia de formación y sensibilización del personal, con el lanzamiento de una potente Campaña de formación (**Be inclusive training**), dirigida a todos los empleados/as, que tiene como objetivo reforzar la formación y los conocimientos en los diferentes ámbitos de la diversidad, reduciendo sesgos inconscientes y potenciando una cultura inclusiva.

Acciones formativas

En 2021 se han lanzado acciones formativas dirigidas a toda la plantilla, entre las que destacan las siguientes:



Curso sobre Realidad Generacional, con la colaboración del Observatorio Generación & Talento, del que Generali es miembro y socio-protector. En el curso se muestran las experiencias y valores de las distintas generaciones y los beneficios de la convivencia y la colaboración intergeneracional en la empresa.



Charla motivacional sobre diversidad LGTBI+ y encuentro de nuestro CEO con el presidente de la Asociación REDI, Miguel Castro (enero 2021), retransmitido a través de Teams a toda la plantilla. En este encuentro se trató principalmente de la presencia del colectivo LGBTQI+ en el entorno empresarial, destacando aspectos como la sensibilización sobre las diferentes realidades contempladas dentro del colectivo y la importancia del lenguaje inclusivo.



Evento de sensibilización con hijos/as de empleados, donde se muestran modelos de liderazgo femenino en Generali, con participación de mujeres con responsabilidad en distintos ámbitos de la Compañía y carreras STEM (mujeres actuarías, directivas, comerciales etc.).



Curso EFR de Conciliación (con la colaboración de la Fundación Masfamilia).



Formación en diversidad, discapacidad y trato adecuado, con la colaboración con la Fundación Adecco, y el lanzamiento de un Proyecto de realidad virtual “Realidades Diferentes” para ponernos en el lugar de personas con diferentes tipos de discapacidad. Para ello se distribuyeron 1.800 gafas de realidad virtual 3D entre el personal.



Campaña DiverseAbility, con motivo de la celebración de la Semana Europea para el Empleo de las Personas con Discapacidad, para llamar la atención sobre las discapacidades invisibles.



Curso de Sesgos inconscientes y Sesgos de género para tomar conciencia de aquellas creencias limitantes y prejuicios que pueden condicionar nuestra percepción de la realidad.



Formación en diversidad LGBTIQ+ para detectar los sesgos y prejuicios que afectan a las personas LGBTIQ+, y las oportunidades de inclusión de este colectivo.

Adicionalmente, se realizan formaciones recurrentes en materia de diversidad:

- **Curso inicial sobre Igualdad de Género** para toda la plantilla.
- **Formación en liderazgo inclusivo -Programas MAP Managerial Acceleration Programme-** dirigido a personas con responsabilidad sobre equipos, que en su nueva versión MAP 2 THE NEW 2021 incluye píldoras formativas específicas dedicadas a la gestión de los equipos en clave de diversidad.
- **Publicación de toolkits de selección** para managers y empleados, en clave de diversidad e inclusión.
- **Elaboración de un proyecto basado en metodología Design Thinking** sobre presencia de mujeres en el ámbito comercial y propuesta de valor de la función comercial (CommHERcial).



3.2.3 ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

En el VI Convenio Colectivo de Grupo Generali, publicado el 17 de julio de 2017, se recoge expresamente en su art. 19 relativo a tiempo de trabajo que “ambas partes (refiriéndose tanto a la Empresa como a la Representación legal de los trabajadores) reconocen y manifiestan que la regulación de la jornada laboral y su distribución [...] constituyen un avance notable y muy positivo en relación con la flexibilidad y la conciliación de la vida profesional y personal”. Este avance en la flexibilidad temporal refuerza y mejora la capacidad de autogestión por parte del personal del tiempo de trabajo.

En la misma línea, el 16 de diciembre 2020, en relación a la política de **Desconexión digital**, y tras la publicación de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, Generali España junto con las representaciones sindicales de Grupo han suscrito un acuerdo sobre registro de jornada y desconexión digital que regula el derecho a la desconexión digital de las personas fuera de su jornada laboral. Este acuerdo garantiza el respeto a su tiempo de descanso y a su intimidad personal y familiar, como condiciones básicas de salud laboral y mejora de la calidad del trabajo además de recoger el plan de acción a implementar en dichas materias, del que se realizará seguimiento a través de la creación de un Grupo de trabajo paritario al efecto.

Asimismo, en 2020, con anterioridad a la situación de pandemia, se ahondó en la extensión de la flexibilidad espacial a través del teletrabajo hasta superar el 40% de la plantilla de Grupo. Desde el mes de marzo de 2020, debido a la pandemia de COVID-19, el 99,9% de la plantilla realizó sus funciones en teletrabajo y la Compañía diseñó un plan de retorno a la oficina de manera escalonada desde el 11 de mayo hasta el 15 de septiembre de 2021.

En septiembre se implementó el programa **Generali Smart Working**, asociado a la situación de emer-

gencia sanitaria, necesario para el cumplimiento de la distancia y restantes medidas de seguridad, que fue presentado a la Representación Legal de los Trabajadores para su información y consulta. Se ha **regulado el trabajo a distancia** en el Convenio Sectorial, publicado en el BOE del 27/12/21 y a nivel de empresa en el Acuerdo colectivo suscrito con las Secciones Sindicales de Grupo, firmado el 22 de octubre de 2021, en el que se ratifica la apuesta de Generali por un modelo de trabajo híbrido para todas las funciones teletrabajables en el que se combine un 50% de trabajo en remoto y 50% presencial, con los beneficios de organización, concentración y conciliación del trabajo presencial y las sinergias en innovación, sentimiento de pertenencia y transferencia de conocimiento que se producen con la coincidencia presencial de equipos. Este modelo está condicionado a la aplicación de medidas especiales de contención sanitaria que puedan surgir conforme a la evolución de la pandemia.

Todo el proceso de trabajo en remoto ha estado acompañado de la creación de entornos colaborativos con implantación de herramientas informáticas adecuadas y la creación de una cultura del cambio que posibilite la implementación de estas nuevas formas de trabajar adaptadas a dicha flexibilidad.

El tiempo de trabajo en general es a turno partido con periodos de coincidencia en mañana y tarde y periodos de flexibilidad a la entrada y salida del trabajo, así como en el tiempo destinado para co-



mer, con jornada intensiva en verano de 15 de junio a 15 de septiembre, los viernes y las vísperas de festivo, así como en situaciones especiales de conciliación. Hay un turno de tarde de 14:00 a 21:30 en el que se encuentra un reducido número de personas. La flexibilidad horaria habitual se ha ampliado en las Oficinas Centrales de Madrid y Barcelona para evitar aglomeraciones a la entrada y permitir más turnos en los comedores que faciliten su uso con la distancia de seguridad requerida.

Generali España implantó en 2016 el Modelo efr de gestión de la conciliación que le valió la certificación como Empresa Familiarmente Responsable. El modelo ha sido renovado anualmente superando las correspondientes auditorías y mejorando nuestra calificación inicial. Gracias a este modelo, Generali España ha promovido la mejora de la gestión de la conciliación, el incremento del compromiso de sus empleados/as y la mejora de la reputación corporativa.

A través de los resultados obtenidos de la Voz del Empleado (modelo efr), así como la encuesta de compromiso Engagement Survey, se incorporaron mejoras y avances en conciliación y la flexibilidad, como, por ejemplo:

- **Creación de un Grupo de trabajo sobre Conciliación**, para el estudio y adopción de nuevas medi-

das, entre las que se incluyen la flexibilidad en el disfrute de los permisos; medidas de protección de la maternidad/paternidad (horas para visitas médicas, tutorías escolares, licencias para técnicas de reproducción asistida o viajes de adopción, ampliación reserva puesto trabajo en excedencias para cuidado de hijos etc.).

- **Impulsados por el Comité de Diversidad e Inclusión**, se han implementado medidas de conciliación que favorecen la corresponsabilidad, la conciliación de la vida personal, familiar y laboral como la implementación de salas de lactancia en oficinas centrales en Madrid y Barcelona, la consideración de permiso retribuido para ambos progenitores de la asistencia a pruebas prenatales y técnicas de preparación al parto y la presencia de mujeres en las candidaturas finales en planes de sucesión.
- **Publicación de un nuevo Catálogo de medidas de Conciliación**, para facilitar su acceso a todos los empleados.
- **Implantación del Teletrabajo**, dentro de la estrategia smartworking del Grupo.

3.2.4 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Generali España entiende que la Prevención de los Riesgos Laborales asociados a su actividad es un elemento clave de la gestión de la empresa, al cual todos sus integrantes deben prestar el máximo interés y esfuerzo con el objetivo de lograr un entorno de trabajo seguro y saludable para todos aquellos que prestan sus servicios en nuestras instalaciones y evitando posibles repercusiones negativas a la comunidad cercana.



A fin de orientar la actuación de todos los que tienen responsabilidades de gestión en la compañía, sean estos miembros de la alta dirección o mandos directos, Generali España adopta la presente política de prevención que tiene su expresión en los siguientes principios:

- **La seguridad y salud de los trabajadores** debe ser gestionada con el mismo rigor profesional que cualquier otra de las áreas clave de la empresa y todos los mandos deberán considerarla expresamente en cualquier actividad que realicen u ordenen y en todas las decisiones que adopten como parte integrante de las decisiones de negocio.
- Se promoverán las acciones pertinentes para que todas aquellas personas que trabajen en las instalaciones de Generali España tengan el **mismo nivel de seguridad y salud laboral**, sean personal propio o perteneciente a empresas externas, para lo que se establecerán los procedimientos de coordinación y control necesarios con estos contratistas.
- Trabajar con seguridad, adoptando las **medidas preventivas** oportunas, debe ser inherente con la actividad que se desarrolla, y para posibilitarlo se adoptarán las medidas para que la formación y motivación en seguridad y salud laboral y en seguridad vial forme parte de la capacitación profesional de todos los empleados de manera que se garantice que todos tengan la suficiente formación e información acerca de los riesgos, medidas preventivas y de emergencia aplicables en sus respectivos puestos de trabajo, así como en los desplazamientos en itinere y en misión.

- Se mantendrán mecanismos para posibilitar una **comunicación fluida con los trabajadores** en materia de prevención y fomentar su participación y la de sus representantes en los procesos de evaluación de riesgos y en el diseño y aplicación de los programas preventivos y de seguridad vial.
- En todas las instalaciones se mantendrán sistemas que posibiliten la continua identificación de peligros y **evaluación de los riesgos laborales** como base para el establecimiento de medidas y programas de control apropiados, de manera que se proporcionen y mantengan continuamente entornos de trabajo seguros.
- En todos los centros la Dirección mantendrá operativos y realizará el seguimiento de los planes y **programas de prevención y seguridad vial** necesarios que permitan, además del cumplimiento de la legislación vigente y otros requisitos suscritos por la compañía, la mejora continua de las actuaciones.

Esta política es ampliamente difundida, estando a disposición de la plantilla para que sea conocida por todos los empleados de Generali España y se mantendrá a disposición de otras partes interesadas.

Prevención de riesgos

El año 2021 ha sido un ejercicio de intenso trabajo en materia de prevención de riesgos y salud laborales, destacando las siguientes actuaciones:

Gestión continua de la pandemia ocasionada por el SARS-COV-2. La evolución de la crisis sanitaria, que se desarrolla en un escenario de transmisión comunitaria sostenida generalizada, obliga a adaptar y concretar de manera continua las medidas adoptadas por la compañía para garantizar la seguridad y salud de todos sus trabajadores.

En colaboración con las autoridades sanitarias, el servicio de prevención ha elaborado un protocolo para la detección precoz de todos los casos compatibles con COVID-19 y sus contactos, para controlar la transmisión. Se realiza un registro, control y seguimiento de cada uno de los casos, aplicando las medidas de seguridad acordadas en el comité de crisis.

Detección de trabajadores especialmente sensibles al SARS-COV-2 y coordinación con el servicio de Medicina del Trabajo para la valoración médica de esta vulnerabilidad y aplicación de las recomendaciones y medidas establecidas.

Plan de Prevención de Riesgos Laborales disponible para todos los empleados y actualizado en la anualidad 2021.

En 2021 se desarrolló nuevamente la campaña Semana de Vida Saludable, en la que se difundieron consejos sobre Riesgos Psicosociales y se realizaron acciones de difusión, en colaboración con la Asociación Freno al Ictus.

Por último, destaca la actividad del Grupo de trabajo del sistema de gestión del entorno laboral saludable, según el sistema de la Organización Mundial de la Salud (OMS), discutiendo y elevando propuestas de iniciativas de salud laboral.

Comité de Seguridad y Salud Estatal que aborda las actuaciones relacionadas con la Seguridad y Salud a nivel nacional, como la aprobación y seguimiento de las Actividades Preventivas para 2021, y actuaciones de Promoción de la Salud y Seguridad Vial.

Plan de Movilidad y Seguridad Vial: tras la obtención de la Certificación ISO 39001 de Seguridad Vial en 2016, se han mantenido iniciativas como la Semana de Seguridad Vial, que han propiciado el mantenimiento de la certificación ISO tras la renovación en la anualidad previa. Cabe destacar también la impartición de un curso a hijos e hijas de personas de la plantilla en la materia.

Salud Laboral y Promoción de la Salud: la Compañía ofrece las pruebas analíticas realizadas a los empleados en los reconocimientos médicos por encima de los estándares legales.

V Fase de la Evaluación de Riesgos Psicosociales: envío del cuestionario de riesgos psicosociales en el último trimestre del 2021 a todos los empleados, con más del 65% de participación.

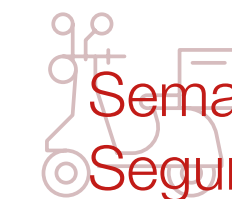


Como principales impactos, destacamos:



La realización de la Semana de Vida Saludable

en la que se hizo nuevamente hincapié en riesgos psicosociales específicos motivados por la situación causada por la pandemia con charlas de “Hambre emocional”, “Hiperconectividad y Tecnoestrés” y “Burn-out”.



Semana de Seguridad Vial

con acciones de concienciación y puesta al día de los manuales de gestión de la seguridad vial.



Concesión de la certificación de la red comercial de Generali como Espacio Cerebroprotegido

al recibir formación sobre la prevención del ictus miembros de todos los centros de trabajo de la red territorial.

3.2.5 FORMACIÓN

En 2021 Generali ha seguido invirtiendo en la formación constante de sus empleados, considerada como una clave fundamental de éxito, con cursos presenciales o virtualizados, e-learning, blended y con iniciativas locales e internacionales.

Acciones locales

Entre los distintos proyectos llevados a cabo en relación con Formación y Desarrollo destacan los siguientes:

- **Contenidos online:** Mantenemos la plataforma de Grupo We LEARN en la que se ofrece un extenso contenido multidisciplinar para todos los empleados disponible en cualquier momento y con acceso libre desde cualquier dispositivo, siguiendo las tendencias de microlearning para mejorar la experiencia en el aprendizaje. Asimismo, mantenemos la plataforma de formación Gener@ más orientada a contenido de producto y de ámbito comercial.
- **MAP2theNew:** Este nuevo programa blended, orientado a dar soporte a todos nuestros managers en la gestión de equipos en entornos híbridos, compartir mejores prácticas y crear una comunidad de managers se apoya en los principios contenidos en el GEM (Generali Empowerment Manifesto) y en los comportamientos que nos llevarán a ser Socios de por vida de nuestros clientes y de nuestros empleados en los ámbitos de comunicación, desempeño e innovación en un contexto de colaboración híbrido.
- **Mentoring:** disponemos de cinco modalidades de mentoring con objetivos y targets de empleados específicos:
 - **Mentoring de desarrollo:** dirigido a impulsar el desarrollo de empleados con potencial de ocupar posiciones de mayor responsabilidad.
 - **Women Mentoring:** dirigido a mujeres con potencial directivo.
 - **Mentoring recíproco:** parejas de mentor corporativo-mentor digital participan con el objetivo de reducir la brecha generacional.
 - **Mentoring a nuevos managers:** dirigido a empleados que por un cambio de funciones pasan a gestionar equipos, como complemento a su onboarding específico.
 - **Mentoring de visibilidad:** orientado a facilitar que empleados con potencial puedan alcanzar posiciones de responsabilidad o complejidad.
- **Metodologías Ágiles:** Se lanzaron acciones específicas para dar a conocer las nuevas formas de trabajo, y entrenar a los empleados para que puedan incorporar en su día a día técnicas de Design Thinking y de Agile Delivery.

	HORAS DE FORMACIÓN		
	Hombres	Mujeres	Total
 Categoría laboral	57.756	27.126	84.882
Alta dirección	203	87	290
Directivos	3.594	684	4.278
Mandos intermedios	4.662	1.961	6.623
Empleados	49.298	24.394	73.691



100% 
Plantilla que ha participado en actividades de formación

34,43 
media de horas por empleado

Acciones locales

- **We LEARN:** avanzamos en el proyecto formativo impulsado para alcanzar los conocimientos para que todos los empleados de Generali sean capaces de dar respuesta a los retos de nuestra estrategia.
- **Formación Base:** sesiones presenciales para promover los comportamientos que nos lleven a ser Socios de por vida de nuestros clientes.
- **Upskilling:** adquisición de nuevas habilidades (skills) necesarias para cada empleado en relación con su puesto.
- **Reskilling:** formación específica para equipar a los empleados que cambian de puesto con las skills necesarias para sus nuevas posiciones.
- **Nuevo Rol del Manager:** formación y asesoramiento a los empleados que gestionan equipos para impulsar la transformación que requiere los New Ways of Working.
- **Programa de liderazgo femenino:** para impulsar el papel de las mujeres en posiciones de responsabilidad en Generali, en 2021 se lanza un programa de desarrollo de liderazgo femenino. Este programa está dirigido a dos colectivos: la consolidación y refuerzo de habilidades de las mujeres que ya ocupan una posición de dirección, y el desarrollo de habilidades de mujeres en posiciones de gestión de equipos para asegurar que son candidatas válidas para posiciones de mayor responsabilidad.



Acciones internacionales

Generali ha participado activamente en diferentes iniciativas llevadas a cabo a nivel internacional.

- **Programas de Desarrollo Internacional** (Lioness Acceleration Program, Step-Up, Elevate...).
- **GATE Program:** para promover la excelencia técnica, realizado en colaboración con la Universidad de Trieste. Esta formación se agrupa en tres grandes bloques: Building Technical Excellence, Developing Insurance Culture y Fostering New Capabilities.
- **New Roles Schools:** mini master virtualizado para formar a empleados que vayan a desempeñar nuevos roles. (“Data Scientist”, “Actuary of the Future”, “Smart Automation”).
- **Regulatory Training:** en 2021 se unifican las plataformas de Compliance y Security Training y se unifica la gestión a través del portal We LEARN. Se implica a los distintos países en la coordinación y gestión de estas acciones formativas entre las que destacan, entre otras, Mission GDPR y Control System for Process Owners.

3.2.6 GLOBAL ENGAGEMENT SURVEY

En 2021 Generali realizó la cuarta edición de su encuesta sobre compromiso, dirigida a todos los empleados de Grupo Generali. En España, participó el 93% de la plantilla.

En octubre de 2021 se llevó a cabo la cuarta edición de la encuesta de compromiso Global Engagement Survey, dirigida a toda la plantilla del Grupo a nivel mundial. La realización de esta consulta es clave para Generali España, ya que sirve como termómetro del compromiso de todas las personas que conforman la organización, así como brújula para orientar el camino de las mejoras durante los próximos años en base a los resultados obtenidos.

En este sentido, a nivel funcional, se desarrollan cada dos años más de un centenar de iniciativas para que las acciones a realizar lleguen a todos los niveles de la organización y empoderar así a los colaboradores.

Además de estas dos grandes Surveys en la compañía, existen otros mecanismos de consulta recurrentes, como la Encuesta de Riesgos Psicosociales (con carácter bianual) o la Voz del Empleado (con carácter trianual como parte del modelo efr de gestión de la conciliación).

Gracias a los resultados de estas encuestas, en 2019, 2020 y 2021 se ha impulsado la implantación de los principios de simplificación organizativa, así como la promoción de nuevas formas de trabajar (New Ways of Working...).

Tasa de respuesta
Generali España

93% (+1 p.p. vs. encuesta 2019)

Puntuación del compromiso
Generali España

86% = (+3 p.p vs. encuesta 2019)

3.2.7 VOLUNTARIADO

En el marco de su política por impulsar la Diversidad y la Inclusión, la Igualdad de oportunidades y la lucha contra la pobreza, Generali impulsa la participación activa de sus empleados mediante el voluntariado.

Este voluntariado se canaliza por medio de:

 **The Human Safety Net,**
la acción social de Grupo Generali para apoyar a familias con niños de 0-6 años en riesgo de exclusión social por pobreza.

Durante el año 2021 la participación en el voluntariado presencial ha seguido en “modo pausa” provocado por la crisis sanitaria de la COVID. Sin embargo, los empleados de Generali han seguido vinculados al proyecto a través del voluntariado digital y las iniciativas de captación de fondos.

Voluntariado:

En total, a lo largo del ejercicio 2021, han participado en acciones de voluntariado



534
empleados



3.383
horas



6
iniciativas

 **Fundación Adecco,**
en el marco de sus iniciativas de inserción dirigidas a personas con capacidades especiales.

3.3 NUESTROS CLIENTES

Generali cuenta en España con un total de **3 millones de clientes**, de los que **2,5 millones** son de Generali Seguros y **0,5 millones** son de Cajamar Seguros Generales y Cajamar Vida.

Número de clientes:

2,5 M

Generali Seguros

0,5 M



Cajamar Seguros Generales y Cajamar Vida

3 M

Total

Por tipología, Generali atiende a todo tipo de clientes,

individuales y familias, autónomos, PYMES, grandes corporaciones y administraciones públicas.


Personas físicas 	Personas jurídicas 	Total
Generali 2.216.263	Generali 284.883	Generali 2.501.146
Cajamar 533.580	Cajamar 24.795	Cajamar 558.375
Total 2.749.843	Total 309.678	Total 3.059.521

Ratio de fidelización

La política de Generali, focalizada en la atención al cliente durante todas las fases del customer journey nos permite alcanzar ratios de fidelización y permanencia en constante aumento:

Total	
Generali	85,53%
Cajamar	91,61%

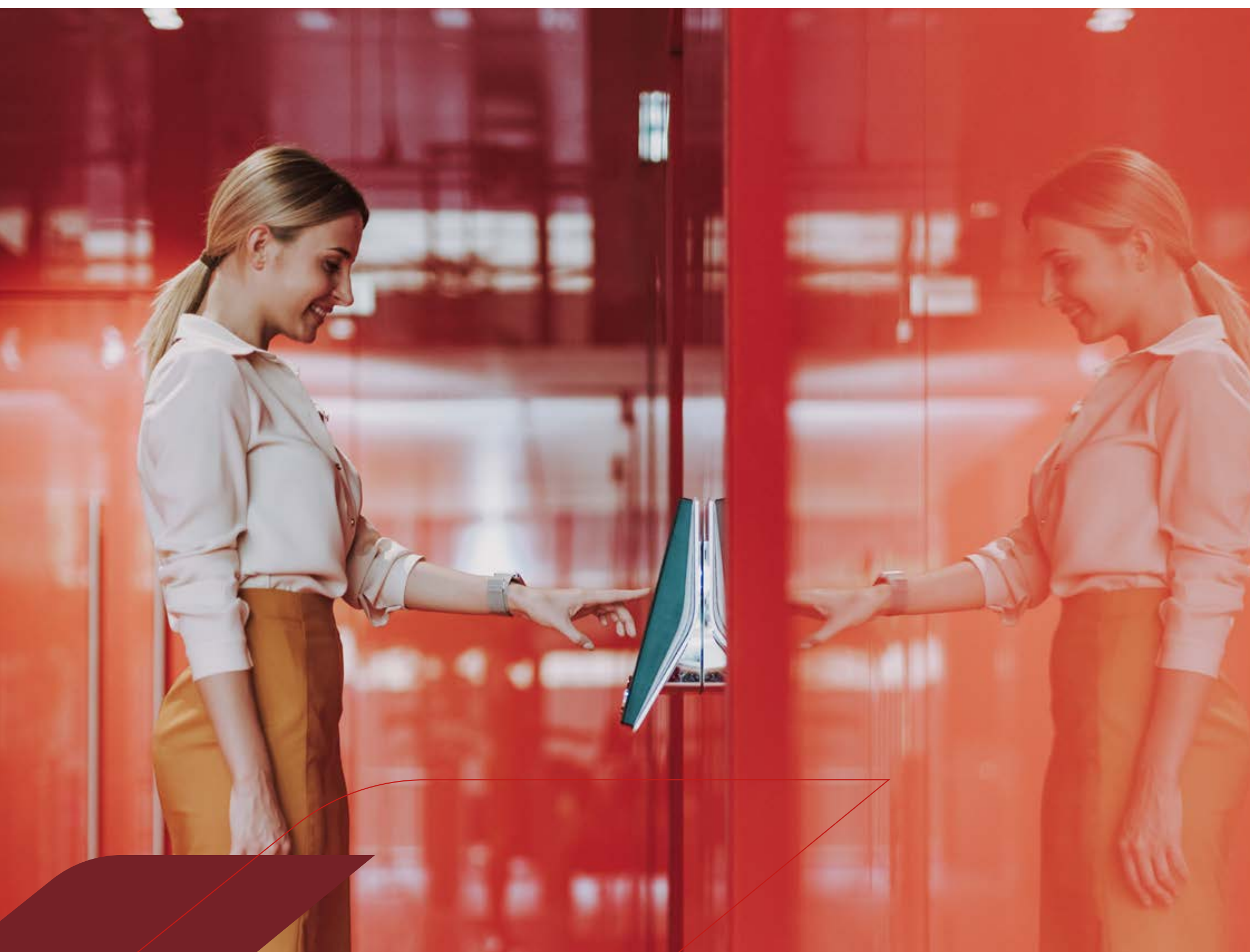


 Para atender a sus clientes, Generali cuenta con:

- **Call centers especializados** (atención al cliente, trámite de siniestros)
- **105 sucursales**
- **1.513 oficinas de agente de Generali**
- **1.030 sucursales de Cajamar**
- **3.358 agentes exclusivos de Generali**

3.3.1 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN NPS

Para conocer la valoración y satisfacción de nuestros clientes, Generali cuenta con un programa de Experiencia del Cliente basado en metodología NPS que permite identificar la satisfacción de nuestros clientes en cada punto de contacto y si existen eventuales puntos de dolor, lo que nos permite diseñar acciones orientadas a minimizar las posibles fricciones y mejorar la experiencia del cliente.



Así, después de cada transacción (contratación, siniestro, renovación), el cliente recibe digitalmente una encuesta que nos permite conocer su nivel de satisfacción con el proceso en tiempo real (una vez completa la encuesta). Esto nos posibilita, entre otros, contactar en menos de 48 horas con cualquier cliente detractor y altamente insatisfecho con el servicio percibido. De esta manera somos capaces de identificar pautas que requieren de una actuación de urgencia y actuar en consecuencia.

Desde 2021, nuestros clientes también pueden valorar su experiencia digital a través de los distintos canales que ponemos a su disposición (web, App MI Generali), lo que nos permite continuar mejorando los servicios y funcionalidades digitales que les ofrecemos.

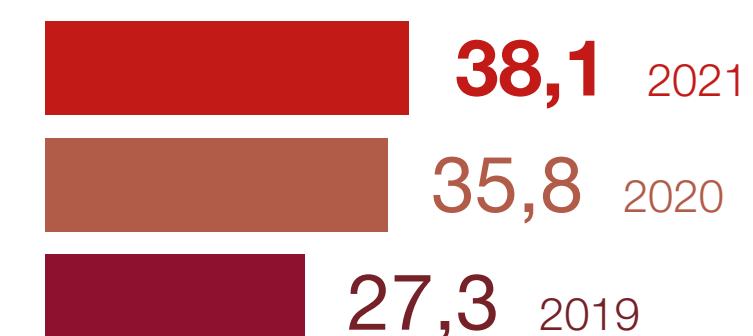
El método **NPS transaccional** nos posibilita además identificar los procesos que obtienen menor valoración y planificar una revisión permanente priorizando aquellos que son más relevantes para nuestros clientes. Las medidas adoptadas durante el ejercicio 2021 han mejorado de forma significativa el NPS de la Compañía en la mayoría de los puntos de contacto: contratación ha alcanzado los 81 puntos, renovación ha registrado 38,1 puntos y siniestros se sitúa en 49,9 puntos, manteniéndose la satisfacción incluso ante la alta demanda provocada por la Covid-19 al ámbito de salud y el volumen de gestiones derivadas del temporal Filomena.

Asimismo, las encuestas transaccionales se complementan con encuestas relacionales (RNPS) en las que de forma aleatoria se contacta con clientes, por parte de una entidad externa, para conocer su percepción de la Compañía. Estamos muy orgullosos por haber alcanzado el reto de batir a los principales competidores y habernos situado en 2021 como la compañía aseguradora líder según 300.000 clientes encuestados a nivel mundial.

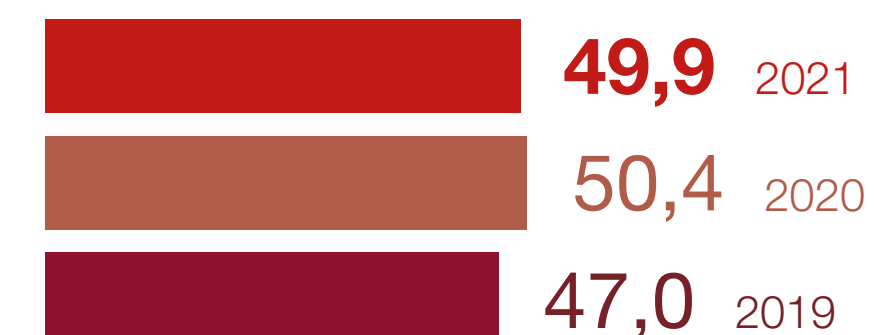
Contratación



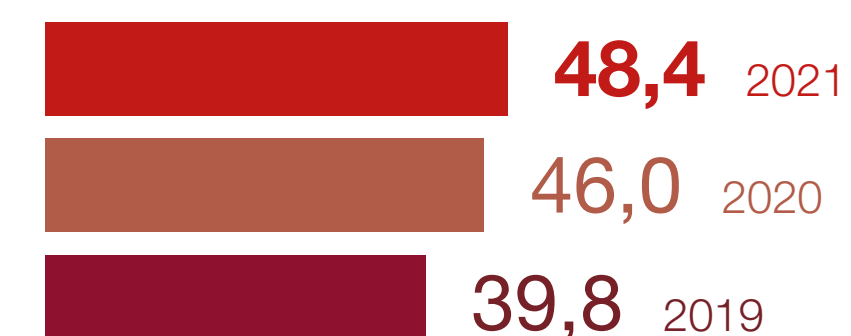
Renovación



Siniestros



Total



* Datos en puntos

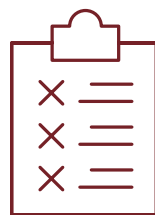
3.3.2 QUEJAS Y RECLAMACIONES

A los efectos de proporcionar claridad con respecto a los criterios utilizados para clasificar las quejas y reclamaciones, y a título informativo, conviene indicar los conceptos aplicados:



Quejas

Aquellos supuestos en los que se ha producido demora, falta de atención o cualquier otro tipo de actuación deficiente por parte de la entidad y que - no obstante - no conllevan un perjuicio económico cuantificable.



Reclamaciones

Tienen la consideración de reclamaciones aquellos supuestos en los que se ponen de manifiesto hechos concretos referidos a acciones u omisiones que puedan suponer, para quien las formula, un perjuicio para sus intereses o derechos, siempre que se deriven de presuntos incumplimientos de la normativa de transparencia y protección de la clientela o de las buenas prácticas y usos financieros.



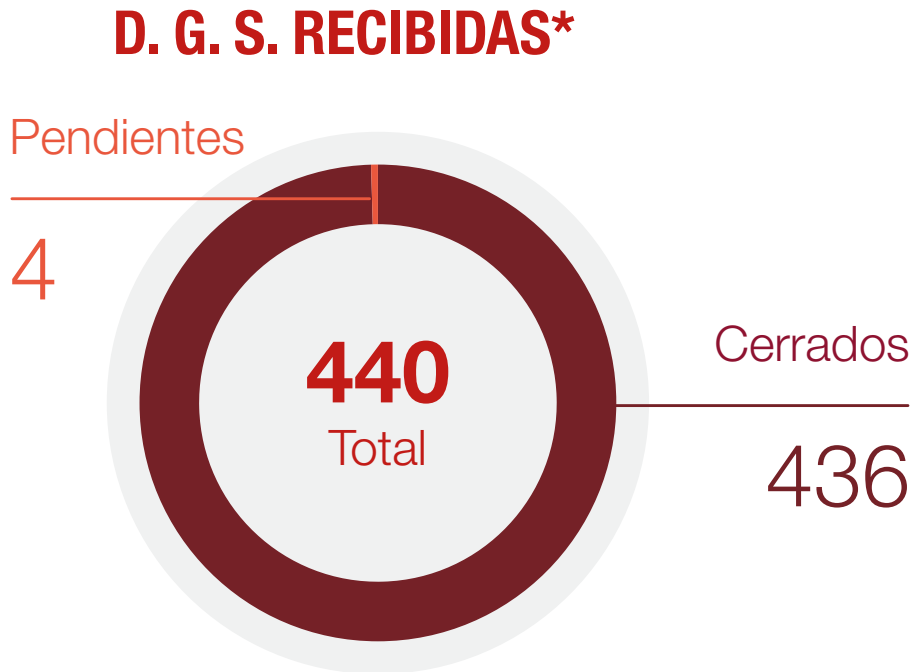
Inadmisiones

De acuerdo con lo establecido en la Orden ECO 734/2004 sobre los departamentos y servicios de atención al cliente y el defensor del cliente de las entidades financieras, podrán inadmitirse a trámite, aquellas quejas o reclamaciones en las que se omitan datos esenciales para la tramitación, cuando se pretenda tramitar como queja o reclamación, recursos o acciones distintos cuyo conocimiento sea competencia de órganos administrativos, arbitrales o se encuentre pendiente de resolución o litigio, o cuando los hechos, razones y solicitud en que se concreten las cuestiones objeto de la queja o reclamación no se refieran a operaciones concretas o aquellas que reiteren otras anteriores ya resueltas.

En 2021 Generali ha recibido a través de las direcciones de correo establecidas al efecto, más de 13.000 correos electrónicos, de los que 5.141 han sido dados de alta y los restantes han sido gestionados para su tramitación y gestión por los correspondientes Departamentos y Sucursales de la Compañía, al no tener este carácter.

Así nuevamente el año 2021 ha sido un año de gran intensidad en la recepción, gestión y resolución de expedientes (en sus tratamientos tanto físico como informatizado) habiéndose recibido un total de 5.867 asuntos, de los que 5.427 han correspondido a Quejas y Reclamaciones y 440 fueron abiertos en el Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Su desglose a 31 de diciembre de 2021 es el siguiente:



Durante el mes de enero de 2021 fueron resueltas todas las quejas y reclamaciones pendientes a 31 de diciembre de 2021.

* Quejas y reclamaciones cursadas por medio de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones

Evolución de los asuntos recibidos

ASUNTOS RECIBIDOS	2021	2020	2019	2018
Quejas y Reclamaciones	5.427	5.150	4.588	4.608
D. G. S.	440	304	327	390
Total	5.867	5.454	4.915	4.998

A la vista de los datos anteriores podemos concluir que el total de asuntos tramitados en el ejercicio 2021 ha supuesto un incremento del 7,57% con respecto al año 2020, alcanzándose un incremento del 5,38% considerando únicamente las quejas y reclamaciones. En lo que respecta a los expedientes abiertos por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, éstos han experimentado un incremento del 30,91% con respecto al ejercicio anterior.

La totalidad de las entradas recibidas se tramitan en un plazo inferior a un mes. En el siguiente cuadro se presenta el desglose de dichas operaciones en función del tiempo de tramitación transcurrido desde el momento en el que se produce la entrada de la queja o reclamación durante el año 2021, hasta su resolución y salida:

PLAZOS DE RESOLUCIÓN

Pendientes ejercicio anterior	Quejas	Reclamaciones	Inadmisiones	Total
Menos de 15 días	5	8	0	13
De 16 a 31 días	2	35	0	37
Total resueltas pendientes ejercicio anterior	7	43	0	50
<i>Recibidas ejercicio 2021</i>				
Menos de 15 días	1.038	3.276	71	4.385
De 16 A 31	146	891	5	1.042
Total Resueltos a 31/12/2021	1.184	4.167	76	5.427



A la fecha de presentación del presente Informe Anual no queda ninguna queja / reclamación pendiente de resolver recibida en el ejercicio 2021.

El **100% de los casos, se resolvieron dentro del plazo legal establecido** en la Orden ECO / 734 / 2004 y el 82,72% en los primeros 15 días.

A la vista de las resoluciones del Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y del propio Departamento de Quejas y Reclamaciones de la Compañía se puede indicar que la tramitación técnica por parte del Centro Operativo de Siniestros, así como la gestión de contratación de Pólizas, presentan un elevado nivel de calidad, ajustándose a las condiciones contractuales de las Pólizas y a las recomendaciones del Órgano Regulador.



Reclamaciones fundadas relativas a violaciones de la seguridad de los datos personales de interesados

Durante 2021 se identificaron:



Violaciones de la seguridad de los datos personales: **14**

Incluye las violaciones en las que es improbable que constituyan un riesgo para los derechos y libertades de las personas físicas.



Notificadas a la autoridad de control (AEPD): **0**

Constituyen un riesgo para los derechos y libertades de las personas físicas.



Notificadas al interesado: **0**

Entrañan un alto riesgo para los derechos y libertades de las personas físicas.

3.4 NUESTROS PROVEEDORES

3.4.1 CADENA DE SUMINISTRO

Generali dispone de un procedimiento detallado para la contratación de bienes y servicios cuyo cumplimiento es evaluado por el Comité de Compras de Grupo, formado por los responsables de Compras de los diferentes países.

Adicionalmente, existe un **Procedimiento de Homologación de Proveedores** que exige el cumplimiento del Código de conducta del Grupo, el Código Ético para Proveedores de Grupo Generali, la Protección del Medio Ambiente y la Protección de los Trabajadores y Derechos Humanos, a los proveedores que quieran contratar con Generali.

En el proceso de contratación, el adjudicatario ha de cumplimentar un cuestionario sobre los aspectos relacionados con la salud y seguridad de sus trabajadores, el respeto a los derechos humanos, al derecho de asociación, así como de cuidado al medioambiente y aprobación de códigos o guías de conducta propios o de terceros.

Por la naturaleza de las actividades de Grupo Generali, una alta proporción (60%) de los proveedores tiene una colaboración de más de 4 años con la compañía por lo que no se realizan auditorías de seguimiento de los citados aspectos no financieros, aunque sí se evalúa periódicamente el cumplimiento de los requisitos operativos acordados por contrato a través de un SLA (acuerdo de nivel de servicio).

Los procedimientos de Grupo y Locales son aplicables en función de la categoría de los bienes y servicios adquiridos. Los Servicios Profesionales o de Consultoría junto con el resto de los bienes y servicios, Tecnología de la Información, Obras civiles, Marketing y Comunicación, etc., son contratados conforme a lo establecido en la Directriz de Compras de Grupo adoptada a nivel local, en la cual se establecen los criterios y autorizaciones requeridos para asignar un contrato a un proveedor.

En aquellos procesos que se identifican sinergias con el resto de los países del Grupo, el proceso de contratación de bienes y servicios se realiza a nivel de Grupo, formalizando un Contrato de Grupo al cual se adhieren los diferentes países.

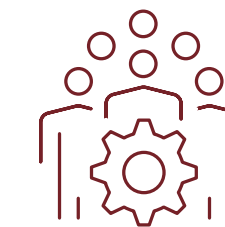


3.4.2 GESTIÓN DE PROVEEDORES



Homologación de Proveedores

El proceso es coordinado por Global Procurement o Local Procurement en función del proceso de Compras Global o local, y revisado con el responsable de negocio que corresponda.



Comités de seguimiento del contrato

En función de la cuantía y naturaleza de los bienes y servicios contratados se establecen los correspondientes comités de seguimiento a nivel de Grupo o nivel Local, con la participación de las áreas de negocio responsables de la gestión de los servicios o bienes contratados.



Cumplimiento de SLA's (acuerdos a nivel de servicio)

Se revisa periódicamente en función de la naturaleza y criticidad de los servicios contratados; en el caso particular de los contratos de Outsourcing el cumplimiento se reporta periódicamente en el Comité de Outsourcing.

3.5 PRODUCTOS GREEN AND SOCIAL

Productos Green

Generali dispone de soluciones aseguradoras diseñadas para clientes que muestran una sensibilidad elevada por la sostenibilidad y el respeto al medioambiente. Además, ofrece coberturas especialmente diseñadas para PYMES y grandes corporaciones para paliar las consecuencias de su impacto accidental en el medioambiente.

6,6 MM€

Seguro de Auto para vehículos híbridos, híbridos enchufables, eléctricos y solución telemática para conductores responsables



0,2 MM€

Patinete & Go: Seguro para e-patines y e-bikers



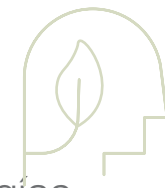
23 MM€

Agroseguro: seguro para cosechas



0,78 MM€

Seguros para empresas relacionadas con las energías renovables: Responsabilidad Civil, seguro específico para empresas instaladoras de energía solar y de pérdida de beneficios por falta de viento o sol



1 M€

Responsabilidad medioambiental para la cobertura de daños por contaminación



2,2 MM€

Productos economía circular



2,3 MM€

Cobertura de bienes y otros equipos de generación de energía renovable (eólica, solar)



Productos Social

Generali dispone de una amplia gama de Productos Social, que cubren los daños personales y a la salud e impulsan la cultura de ahorro finalista, para descargar la tensión sobre el sistema público de la Seguridad Social y contribuir a la sostenibilidad.

1,2 MM€

Microseguro de Hospitalización para ámbitos de subsistencia en poblaciones pobres/rurales



133,7 MM€

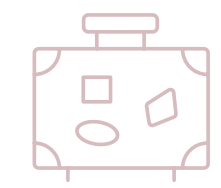
Reforzar la inclusión social abordando los acontecimientos críticos en la vida de las personas:



- Decesos: 82 MM€
- Accidentes con y sin discapacidad: 40 MM€
- Subsidio por ILT: 10 MM€
- Seguro de Decesos - Repatriación específico para extranjeros residentes en España: 1,9 MM€

0,23 MM€

Reforzar la inclusión social atendiendo a las personas vulnerables/desfavorecidas: Seguro de asistencia en viaje



103 MM€

Seguro de Salud, complementario o sustitutivo a la sanidad pública



111 MM€

Promoción de una sociedad más estable y fuerte: Seguro de Vida



269 MM€

Atención al bienestar económico (Ahorro, PIAS, SIALP, Inversiones, Unit Linked, Planes de Pensiones y Planes de Previsión Asegurado PPA)



12,2 MM€

Fortalecimiento de la inclusión social orientado al desempleo



Las cifras reflejan las primas netas emitidas en 2021 en relación a cada uno de los segmentos de seguros "green and social"



3.6 DIGITALIZACIÓN

Estamos plenamente convencidos de que la **gestión del dato, la robotización y la inteligencia artificial nos permiten avanzar, a pasos agigantados, en nuestra capacidad de dar al cliente soluciones más simples, adaptadas a sus necesidades y a sus experiencias personales.**

Con este objetivo exploramos continuamente **nuevas tecnologías que impulsen nuestra Transformación Digital.** En estos últimos años, hemos implementado, a lo largo de toda nuestra cadena de valor, soluciones de automatización inteligente para anticiparnos las necesidades de nuestros clientes e incrementar nuestra eficiencia.

Las innovaciones más recientes en digitalización se han focalizado en:

- **Gestión de** tareas sencillas y repetitivas en la tramitación de siniestros **mediante robots en el back office.**
- La clasificación de documentación de manera automatizada mediante **tecnología de reconocimiento semántico,**
- El uso de soluciones cognitivas basadas en modelos de **machine learning,** que reducen prácticamente a cero el tiempo de respuesta de nuestro centro de suscripción de riesgos en el análisis de nuevas operaciones.

Estas iniciativas, y la eliminación de tiempos de respuesta asociados, claramente benefician de manera directa al cliente, pero también a nuestras organizaciones comercial y operativa.

Smart Automation

Estos son nuestros proyectos más importantes desarrollados en el ámbito de Smart Automation

1. ASISTENTE COGNITIVO

El Asistente Cognitivo tiene como **objetivo mejorar tanto la eficacia como la eficiencia de los procesos de suscripción** de todos los ramos que requieren de un proceso de valoración. El output del modelo está orientado a ayudar al suscriptor y darle una visión cuantitativa y cualitativa de cada operación, basándose en un modelo de machine learning, que aprende de las decisiones anteriores.

Tecnologías emergentes que utilizamos en los procesos de negocio:



RPA
(Robotic Process Automation)



OCR
(Optical Characters Recognition)



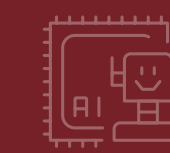
Visión computacional
o Computer Vision



ML
(Machine learning)



NLP
(Natural Language Processing)



AI
(Artificial Intelligence)

El proyecto consta de 3 fases:

1. **Reducir el tiempo** que el suscriptor invierte en la decisión y valoración del caso
2. **Detectar el fraude** en la fase de suscripción
3. **Automatizar decisiones** que actualmente realiza el suscriptor

Este desarrollo fue reconocido con el Premio Azul de INESE en 2021





2. RPA (ROBOTIC PROCESS AUTOMATION)

Emula la actuación de una persona sobre las actividades manuales o semiautomáticas que realiza en las diferentes aplicaciones en su trabajo, conformando una fuerza de trabajo virtual que complementa al equipo humano.

La incorporación de RPA en los procesos empresariales rutinarios permite que los empleados puedan dedicar mayor tiempo a tareas analíticas que aportan mayor valor, reduce los errores manuales y contribuye a la mitigación de riesgos.

Procesos en los que Generali utiliza RPA: Siniestros, GCC, Marketing y clientes, Vida y accidentes, Data Office, Accounting & reporting, CSG, P&O, Comercial, BDT, Quejas y Reclamaciones, Asesoría Jurídica, Estrategia...



3. MOTOR COGNITIVO

Tiene el **objetivo de implantar asistentes conversacionales** en Generali a través de un único motor que dé servicio a varios canales:

- **Voicebot:** canal de voz que sustituye la actual marcación por tonos por un sistema de pregunta abierta. Actualmente se están sustituyendo los menús del teléfono de siniestros incluyendo autogestiones como la apertura de siniestros de multirriesgos o la solicitud de duplicado de tarjeta. También se está trabajando en el desarrollo de llamadas salientes para realizar encuestas de satisfacción.
- **Chatbot:** implantado en la web de agentes. El primer caso de uso es un chatbot informacional que facilita información sobre talleres, centros médicos y oficinas comerciales.
- **Whatsapp:** implantación del nuevo canal de whatsapp para la realización de autogestiones como apertura de siniestros.
- **Alexa/Google**

Con estos desarrollos obtenemos un doble beneficio: **liberación carga trabajo y mejora de la experiencia de cliente.**



4. OCR

Se trata de un **reconocimiento de imágenes inteligente**, es capaz de encontrar la información en cualquier parte del documento.

Actualmente se está ampliando la aplicación de esta tecnología en el reconocimiento de facturas de salud.

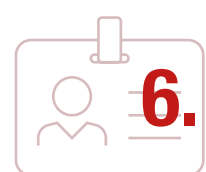
Gracias a esta tecnología lograremos una liberación en la carga trabajo, reducimos errores e incrementamos la satisfacción del cliente con una gestión más ágil.



5. CLASIFICADOR DOCUMENTAL

Su misión es **extraer información de emails** o documentos que permita **realizar una clasificación de los mismos** en diferentes categorías para su correcta gestión y volcado a expedientes virtuales.

Gracias a este desarrollo conseguimos liberación en la carga trabajo e incrementar la satisfacción del cliente por una gestión más ágil.



6. RECONOCIMIENTO DE DNIs

El objetivo del proyecto es **revisar los documentos de identidad existentes en nuestro sistema** para verificar la corrección de los datos personales de identificación.



7. COMPUTER VISIÓN

Tecnología que permite **identificar y procesar objetos mediante imágenes o videos** de la misma manera que las personas. Este hecho reduce el tiempo de gestión de muchos procesos que hoy en día requieren interpretación humana.

El uso de herramientas de “Computer Vision” en el proceso de Suscripción de Seguros, puede obtener mejoras significativas como consecuencia de la automatización, simplificación y optimización de la operativa, al brindar asistencia visual a las personas en la realización de estos procedimientos.

Con esta tecnología contribuimos a la liberación de carga trabajo, a la reducción de errores y al incremento de la satisfacción del cliente por una gestión más ágil.



Desde la función de Business Development Transformation, Generali impulsa también su carácter sostenible



Firma electrónica: proceso que conlleva numerosas ventajas tanto para el cliente, la compañía y el medio ambiente:

- Permite evitar desplazamientos innecesarios a los clientes, consiguiendo que la experiencia sea más sencilla, accesible y sostenible.
- Simplifica los procesos para la compañía y los mediadores, teniendo un impacto positivo en el desarrollo del trabajo diario de los profesionales.
- Reduce el impacto ambiental de la compañía asociado a la disminución de uso de papel.



Generali Vitality: Por medio de este programa, Generali ha implantado el uso de “wearables” para digitalizar la actividad física de las personas que permiten fomentar un estilo de vida más saludable entre los clientes.



Generali Auto Connect&Go (Jeniot): la instalación de un dispositivo G-Call en los vehículos permite, entre otros, obtener datos sobre posibles emergencias durante la conducción, así como información relacionada con el trayecto realizado por los vehículos provistos de este dispositivo. Esto repercute positivamente en:

- La simplificación de procesos a la hora de gestionar siniestros y asistencias.
- Fomentar una conducción más segura al mostrar tiempos, distancias y puntuaciones de los trayectos realizados.



Digitalización de las comunicaciones a los clientes: unido a acciones de concienciación para que los clientes seleccionen el envío electrónico en lugar del postal, con el consiguiente ahorro de papel y emisiones de CO₂ ligado al envío postal y a la propia documentación.



Digitalización del envío de recibos a los mediadores: para disminuir el consumo de papel asociado a los procesos de mediación, se han implementado nuevas funcionalidades que permiten a los mediadores acceder de forma digital a los recibos de cobro mediado, con un doble impacto:

- Reducción de uso de papel asociado al envío postal de los recibos.
- Reducción de uso de papel al permitir a los mediadores realizar la impresión de los recibos únicamente si lo consideran necesario.



Digitalización de procesos comerciales por medio de la aplicación móvil: la aplicación móvil Genio Agentes con un impacto en la reducción del uso de papel, así como de simplificación de procesos asociados a:

- Consulta de datos de clientes de forma electrónica.
- Consulta electrónica de recibos.
- Realización de anotaciones electrónicas.
- Planificación de la acción comercial en el móvil.

Se ha integrado con el servicio de WhatsApp, mejorando la experiencia del cliente en las comunicaciones con el mediador.



Detección automática de fraude: se han implementado procesos de detección automática de fraude en siniestros de Autos y Hogar mediante modelos predictivos, con impacto significativo en la sostenibilidad del negocio asegurador.

- Ahorros en procesos, desplazamientos y uso de papel.
- Influye directamente en la equidad social de los seguros. La reducción del fraude implica una reducción en la repercusión sobre la prima media del seguro.



Transformación Digital – Migración al Cloud: en el marco del proceso de transformación digital que ha emprendido la compañía, se está realizando la migración desde los centros de proceso de datos tradicionales (CPD) a entornos de procesado en la Nube (Cloud computing), que conlleva un significativo ahorro energético:

- La economía de escala de estos centros permite el uso de procesadores y sistemas de refrigeración más avanzados, permitiendo eficiencias de más de tres veces respecto a arquitecturas más tradicionales. La infraestructura expansiva de AWS es 3,6 veces más eficiente en términos de uso de la energía debido a los servidores eficientes y las altas tasas de utilización de su capacidad.
- Las grandes compañías que gestionan estos centros de datos fomentan el uso de energías renovables para reducir todavía más su impacto ambiental. Microsoft, neutra en emisiones desde 2012, se ha comprometido a cambiar sus centros de datos a un suministro 100% de energía renovable para 2025 a través de acuerdos de compra de energía. La compañía lanzó recientemente su ambición de ser carbon-negative para 2030 y para 2050 eliminar todo el carbono emitido por la compañía desde 1975. Los clientes de Azure pueden acceder a una calculadora de huella de carbono que rastrea las emisiones asociadas con su propia carga de trabajo en la nube.

La combinación de estos factores, según los últimos estudios, puede implicar hasta un 65% de ahorro energético y un 84% de reducción de emisiones de CO₂.



3.7 INVERSIONES SOSTENIBLES Y RESPONSABLES

Las inversiones sostenibles y responsables son una herramienta fundamental para **integrar la responsabilidad social corporativa en el negocio del grupo asegurador y para crear un valor sostenible a largo plazo**. Como inversor institucional con activos de más de 710.000 millones de euros, con sus inversiones Grupo Generali a nivel global puede contribuir a alcanzar los principales objetivos de desarrollo sostenible, y a la vez, evitar financiar los sectores y las compañías que tienen un impacto negativo en su entorno.

La responsabilidad hacia el mundo que nos rodea va de la mano con la responsabilidad hacia nuestros stakeholders. Invertir limitando el riesgo, incluido el relacionado con el medioambiente y la sostenibilidad, es un requisito fundamental para respetar nuestro compromiso. Para ratificar este compromiso, en 2007 el Grupo se unió al Pacto Global de Naciones Unidas, y en 2011 integramos en nuestra estrategia de inversión los PRI (Principios para las Inversiones Responsables), definidos por la red internacional del mismo nombre y patrocinados por Naciones Unidas.

Compromiso del Grupo Generali con el cambio climático

La lucha contra el cambio climático representa uno de los principales retos de este siglo. La COP 26, que se celebró en Glasgow en noviembre de 2021, se inauguró con grandes expectativas, pero no alcanzó los objetivos que se propuso, reflejando lo complicado que es armonizar los requerimientos de cada país en la lucha contra el cambio climático. En estos tiempos de alta incertidumbre, es fundamental que los inversores y, sobre todo, los inversores institucionales (propietarios de activos), como Grupo Generali, se decanten por inversiones que puedan evidenciar claramente su contribución a limitar la temperatura global 1,5°C. En línea con este compromiso, en 2021, Grupo Generali actualizó su estrategia de Cambio Climático, que incluye criterios cada vez más estrictos para la exclusión de actividades perjudiciales para el clima (empezando por el carbón) e incluye importantes objetivos para la financiación de actividades que proporcionan soluciones para reducir el nivel de emisiones de gases de efecto invernadero. Por ejemplo, se ha decidido reducir al mínimo, hasta desinvertir por completo, en compañías del sector del carbón, y no invertir en compañías involucradas en la extracción de arenas bituminosas, actividad que tiene impacto en el medioambiente en lo que respecta a emisiones de gases de efecto invernadero, así como en deforestación y consumo de agua.

Adoptar una estrategia climática no solo implica la exclusión de sectores, requiere un compromiso global.

En 2020 el Grupo se unió a la Net-Zero Asset Owner Alliance (NZ AOA) de Naciones Unidas, un grupo de 70 inversores institucionales que representan 10,4 billones de dólares, cuyo compromiso es reducir las emisiones netas de gases de efecto invernadero de sus portafolios a cero en 2050 para reducir el incremento de la temperatura global a 1,5°C. Este objetivo se alcanzará trabajando de manera conjunta las compañías del portafolio, los reguladores y los gobiernos, con el objetivo de adoptar de manera urgente prácticas y normas alineadas con los compromisos del Acuerdo de París, e integrando la estrategia con la inversión selectiva. Conforme a los principios de NZ AOA, Grupo Generali ha establecido objetivos intermedios para descarbonizar su portafolio en 2024, lo que refleja nuestro compromiso constante para alcanzar este objetivo a largo plazo:

- Reducción de un 25% de la huella de carbono en las inversiones directas en acciones cotizadas y bonos corporativos, así como a través del compromiso de 20 empresas de inversión intensiva en carbono de nuestro portafolio
- Alinear al menos el 30% de nuestro patrimonio inmobiliario con la trayectoria del calentamiento global a 1,5°C.



Como resultado de sus compromisos en esta área, el Grupo está progresivamente integrando la huella de carbono en sus decisiones inversoras y participación activa, principalmente mediante el compromiso con los mayores emisores de carbono de su portfolio.

La huella de carbono del portfolio se puede medir con diversas metodologías. En lo que respecta a inversiones directas en valores cotizados y bonos corporativos, a continuación mostramos los indicadores que mide el Grupo:

	2019	2020	2021	2019-2021 variación
Inversiones directas en valores cotizados y bonos corporativos (mil millones de €)	117,5	111,5	110,4	-6,1%
Emisiones totales (millones tCO2e)	15,36	11,96	10,36	-32,6%
Cantidad de carbono (EVIC) (tCO2/€ millones de € invertidos)	182	145	128	-29,6%
Cantidad de carbono (ventas) (tCO2/€ millones de € en ventas)	276,9	243	241	-12,9%
Cobertura	71%	74%	73%	1,9 p.p.

El objetivo del Grupo es reducir progresivamente el impacto en el clima de sus inversiones, para alcanzar un nivel neto de cero de emisiones de gases de efecto invernadero en 2050 y reducir el incremento del calentamiento global a 1,5°C en comparación con la era preindustrial.

Para alcanzar este objetivo a largo plazo en línea con la iniciativa NZ AOA, Grupo ha establecido el objetivo de reducir la cantidad de carbono de su portfolio de inversiones un 25% desde 2019 a 2024.

Este objetivo incluye las inversiones directas de las compañías aseguradoras del Grupo en valores cotizados y bonos corporativos.

Las emisiones de carbono disminuyeron un 29,6% desde 2018 a 2021, pasando de 182 tCO2e /millones de € invertidos en 2019 a 128 tCO2e /millones de € invertidos en 2021. Esta reducción se debe a:

- Una distribución de inversiones que ha favorecido a las empresas más activas en la transición energética, reduciendo la exposición a las empresas con elevadas emisiones de carbono
- Una reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero de las compañías del portfolio, debido a los efectos de la pandemia por Covid-19 en la economía global desde 2020, que llevó a una caída en la producción de algunos sectores.

En lo que respecta a los activos inmobiliarios gestionados por Generali Real Estate (GRE), mediante la iniciativa NZ AOA Grupo tiene el compromiso de desarrollar una estrategia para la descarbonización de sus activos en 2050, que contempla la alineación gradual de su portfolio inmobiliario con los objetivos definidos por el modelo CRREM (Carbon Risk Real Estate Monitor). Este compromiso es resultado de los esfuerzos realizados por el Grupo desde hace años para gestionar sus activos inmobiliarios de manera sostenible.

Para monitorizar los niveles de descarbonización alcanzados, en 2019 GRE lanzó un proyecto de Data Analytics, que incluye 250 activos en 10 países europeos. Se centralizan los datos de cada edificio en una plataforma que calcula automáticamente las emisiones de CO2 y las monitoriza. Con estos datos, anualmente se establece un plan de mejoras para cada edificio, en el que se incluyen propuestas para reducir las emisiones como renovaciones, mejora de sistemas y cambios en el mix de energías involucrando a los inquilinos.

GRE también ha implementado una política para la inversión en edificios eficientes energéticamente, integrando los criterios ASG en su desarrollo inmobiliario, y ha desarrollado su propio método de evaluación sostenible de inmuebles para el momento de la compra. Más de la mitad de los activos inmobiliarios gestionados por GRE se compone de activos certi-

ficados externamente (por ejemplo, por BREEAM y LEED) o analizados internamente, siendo el 80% de las certificaciones externas de alto nivel.

Se han puesto en marcha varios proyectos para satisfacer la gran demanda del mercado de certificación y evaluación comparativa de recursos (GRESB, SRI, MSCI) y para cumplir con la legislación europea (Reglamento EU 2019/2088 – SFDR) para la integración y divulgación de los criterios ASG.

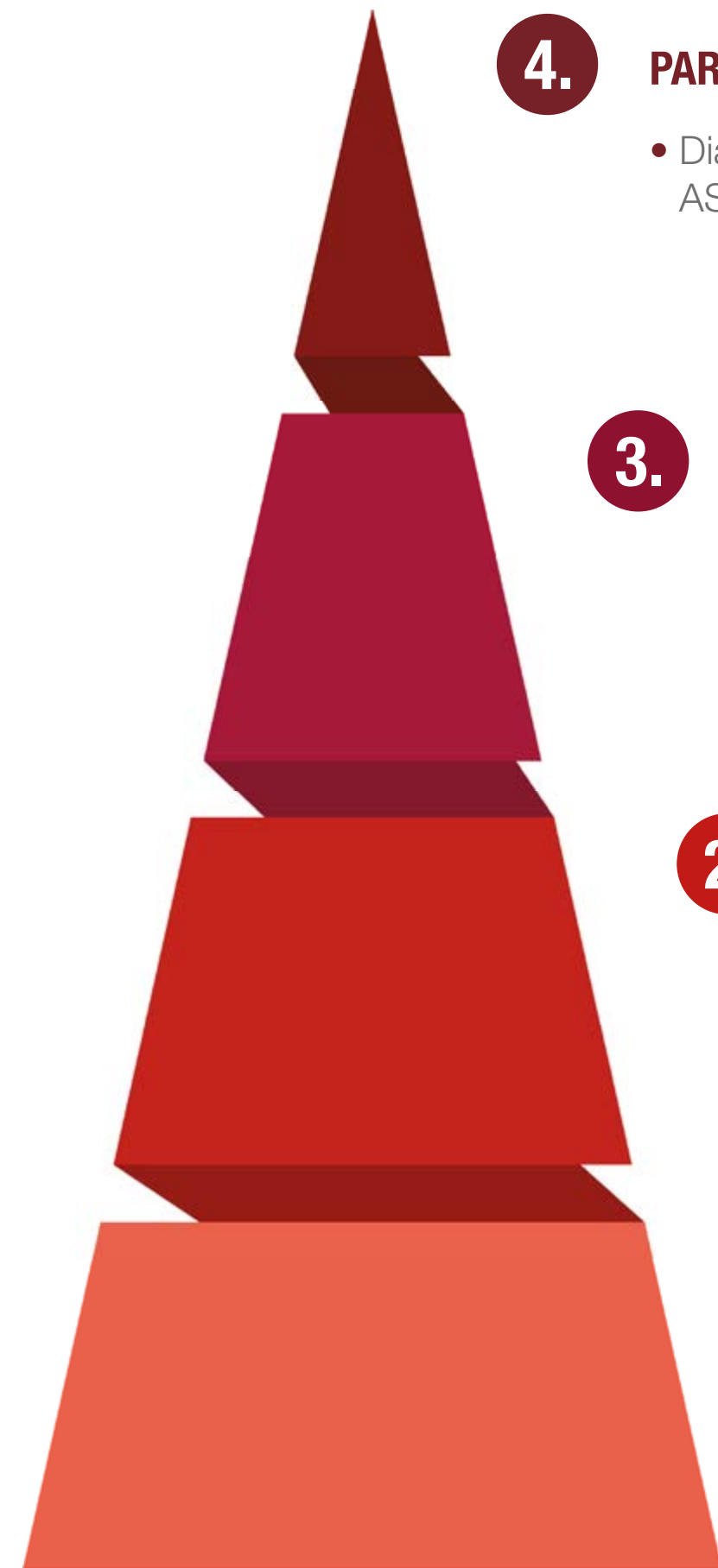
Mediante Green Leases, GRE integra los criterios ASG más relevantes en sus acuerdos de alquiler, para establecer un compromiso con los inquilinos hacia un acuerdo sostenible y ventajoso para ambos, y para satisfacer la demanda de datos y divulgación. Se realiza una encuesta de satisfacción que ayuda a entender las necesidades y situación actual de los inquilinos y a mejorar las relaciones y la comunicación con ellos. En 2021, GRE realizó un análisis de su portfolio internacional, con más de 2000 alquileres, incluyendo cuestiones relativas a la sostenibilidad e innovación.

Los principios fundamentales para la gestión de las inversiones inmobiliarias del Grupo están recogidos en el documento “Responsible Property Investment Guideline” de GRE.



Incorporando los principios de responsabilidad en nuestras inversiones:

Integrar los principios de responsabilidad en nuestras inversiones se desglosa en cuatro niveles:



4. PARTICIPACIÓN ACTIVA

- Diálogo con las compañías invertidas sobre asuntos ASG y acciones de voto por delegación

3. INVERSIONES TEMÁTICAS

- Inversiones directas con impacto positivo en el medioambiente y la sociedad

2. INVERSIONES CON CARACTERÍSTICAS ASG

- Integración progresiva de los criterios ASG en las decisiones inversoras del Grupo

1. POLÍTICAS DE EXCLUSIÓN

- Exclusión de inversiones en actividades perjudiciales para el medioambiente o las comunidades (carbón, arenas bituminosas, armas no convencionales) y compañías responsables de polémicas relacionadas con la ASG

1. EXCLUSIÓN DE COMPAÑÍAS PERTENECIENTES A SECTORES/NEGOCIOS CONTROVERTIDOS E INVOLUCRADOS EN VIOLACIONES DE LOS PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

Generali excluye de su universo inversor a compañías responsables de sistemáticas y serias violaciones de asuntos ASG (corrupción, daños medioambientales, incluidos daños a la biodiversidad y violaciones de los derechos humanos) o significativamente involucradas en el sector del carbón térmico, arenas bituminosas o sectores armamentísticos.

Centrándonos en el sector del carbón, en 2021 Grupo adoptó una nueva política de exclusión, cuyo objetivo es la gradual eliminación de cualquier inversión en este sector en 2030 para países de la OCDE, entre los que se encuentra España, y en 2040 para el resto del mundo. El carbón térmico es una de las actividades más perjudiciales para el medioambiente, debe ser totalmente eliminada si queremos alcanzar el objetivo de limitar el calentamiento global a 1,5°C. Se han previsto unos umbrales más exigentes que los anteriores, para excluir de las inversiones a las compañías involucradas en el sector del

carbón térmico. La aplicación de estos nuevos umbrales va acompañada de un análisis cualitativo que se hace a los inversores para evaluar las estrategias de salida del sector del carbón de las empresas identificadas por nuestros filtros. Para las compañías cuya exposición supera ligeramente los umbrales, se hace un análisis cualitativo para evaluar su actual exposición así como sus estrategias de salida del sector. Las compañías cuyo análisis muestra existencia de una estrategia clara para salir del sector del carbón alineada con los objetivos del Grupo puede continuar siendo invertida.

Las exclusiones se pueden consultar en la Guía de Inversiones Responsables del Grupo (RIG), que regula las actividades de inversión responsable. Un comité multidisciplinar específico, el Comité de Inversiones Responsables, apoya las decisiones de exclusiones potenciales de inversiones y configura las estrategias relacionadas.

INVERSIONES DIRECTAS DE LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS DEL GRUPO SUJETAS A RIG

312.772 millones de €

-4,2%

El Grupo insta a sus gestores de activos a que actúen conforme a los principios del RIG y evalúa su alineamiento con los criterios ASG, también en lo que respecta a los gestores de activos externos.



2. INVERSIONES CON CARACTERÍSTICAS ASG

Como continuación a la entrada en vigor de la regulación de la UE 2019/2088 sobre transparencia en el mercado financiero en la divulgación de asuntos relacionados con la sostenibilidad (Sustainable Finance Disclosure Regulation o SFDR), se han evaluado las inversiones del Grupo, como propietario y gestor de activos, para identificar aquellas que promueven asuntos medioambientales o sociales e invertir en compañías con buenas prácticas en lo que respecta a su gobernanza (artículo 8 SFDR), y aquellas que tienen a las inversiones sostenibles entre sus objetivos (art. 8 SFDR)

Como propietario de activos:

Según los artículos 8/9 SFDR

69,2 millones €

Los factores de sostenibilidad son fundamentales en las elecciones inversoras del Grupo. Se ha establecido este compromiso con el propósito de incrementar las normas que promueven características sociales o medioambientales en las elecciones inversoras o tienen como objetivo las inversiones sostenibles.

Como gestor de activos:

Inversiones gestionadas según los artículos 8/9 SFDR

7,9 millones €

El Grupo está acelerando la integración de los factores de sostenibilidad no solo en sus inversiones directas, sino también en su oferta de productos financieros que promueven características sociales o medioambientales o que tienen como objetivo las inversiones sostenibles.

En 2019, el Grupo adquirió Sycomore, un gestor de activos especializado en fondos ASG, reforzando así el compromiso de incluir los factores de sostenibilidad en la gestión de su portafolio. Sycomore ofrece una amplia gama de fondos que integran los factores de sostenibilidad en distintos niveles.

3. INVERSIONES TEMÁTICAS

Inversiones verdes y sostenibles

En 2019 Grupo estableció el objetivo de 4.500 millones de euros en inversiones verdes y sostenibles para 2021, con especial atención en las inversiones directas en bonos corporativos y gubernamentales y en infraestructura.

Con el impulso de haber superado este objetivo con un año de antelación, se ha renovado el compromiso con las actividades con impacto positivo en el medioambiente y en la sociedad, y se ha establecido un nuevo objetivo de entre 8.500 y 9.500 millones de euros en nuevas inversiones verdes y sostenibles entre 2021 y 2025.

Respecto al nuevo plan de inversión 2021-2025, el objetivo se ha establecido en lo que respecta a bonos verdes, sociales y sostenibles, emitidos por compañías o gobiernos que cumplan con el estándar de mercado, seleccionados conforme a una metodología interna (screening) cuyo propósito es evaluar la sostenibilidad de estos bonos y su nivel de transparencia hacia el mercado así como monitorizar las actividades financiadas con estas inversiones. Este enfoque permite un alto grado de concienciación en estas inversiones y busca excluir bonos que puedan llevar a problemas relativos con los factores ASG, así como con el emisor. Estas inversiones contribuyen principalmente a proyectos e iniciativas referidas a energías renovables y eficiencia energética, así como a soluciones de transportes con poco impacto ambiental y edificios verdes.

Covid-19: compromiso para una recuperación económica sostenible

El compromiso de un gran Grupo como Generali y la ayuda que puede proporcionar son más evidentes aún en momentos de crisis. La crisis social y económica provocada por la pandemia de Covid-19 aún continúa, y destaca la necesidad de reforzar y consolidar el modelo europeo, desde la perspectiva de la salud, la economía y la sociedad. Para contribuir a reparar el daño económico y social causado por la pandemia, la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y diversas personalidades de la UE han acordado un plan de recuperación que ayude a la UE a salir de la crisis y a establecer las bases de una Europa más moderna y sostenible.

Generali ha emprendido la labor de contribuir activamente a esta recuperación: nos hemos unido a la European Green Recovery Alliance, creada por la presidencia del Comité de Medioambiente del Parlamento Europeo,

que se basa en la creencia de que la recuperación será una oportunidad para repensar la sociedad y para desarrollar un nuevo modelo económico para Europa más resiliente, que se centre en la protección individual, la soberanía y la inclusión, en el que los objetivos financieros y las necesidades del planeta estén alineadas. Una recuperación sostenible es crucial para recomponer un sistema económico dañado por la crisis, con unas bases menos frágiles y más sociales, capaz de resistir futuros impactos.

Grupo Generali lanzó **Fenice 190**, un plan de inversión de 3.500 millones de € para apoyar a la recuperación de las economías europeas impactadas por el Covid-19, empezando por Italia, Francia y Alemania y con el objetivo de llegar a todos los países europeos en los que opera el Grupo mediante un plan a cinco años.

Las iniciativas lanzadas en 2020 para abordar los efectos de la crisis se han convertido en permanentes. Incluyen inversiones para apoyar a las PYMEs y a la economía real, superando el objetivo de 1000 millones de €. Se añade a esta cantidad un compromiso estimado de 500 millones de € al año para los próximos 5 años mediante fondos de inversión nacionales e internacionales centrados en infraestructuras, innovación y digitalización, PYMEs, hogares sostenibles, salud y educación.

En 2021 las compañías del Grupo firmaron un compromiso mayor relacionado con las inversiones de Fenice 190 que alcanza los 810 millones de €, superando así al inicialmente acordado de 500 millones de €.

El plan, abierto a compañías del Grupo y a inversores externos, se implementa mediante la plataforma multi-boutique de Generali Investments, que busca seleccionar iniciativas basadas en el cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas y acordes a SFDR. Su propósito es generar un impacto positivo en la recuperación económica y en la economía real europea. Más concretamente, las inversiones de Fenice 190 tienen dos objetivos:

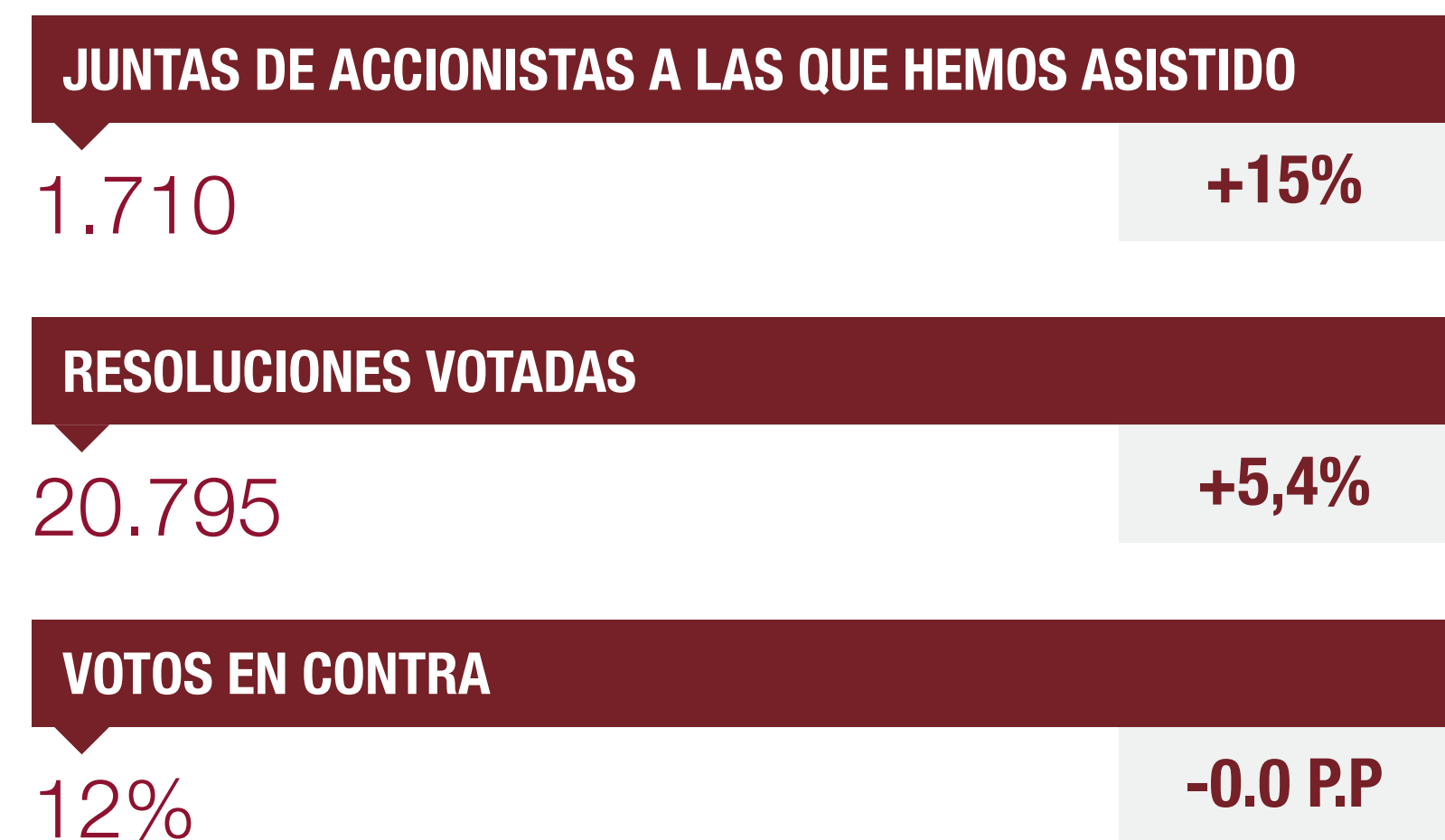
- Un objetivo social, que persigue mejorar la calidad de vida de las personas apoyando a las compañías a promocionar políticas laborales socialmente responsables y contratos de trabajo justos, así como iniciativas de desarrollo urbano.
- Un objetivo medioambiental, que persigue la recalificación energética de las compañías y las infraestructuras y la reducción de las emisiones contaminantes, en línea con los objetivos europeos.

4. PARTICIPACIÓN ACTIVA

Como inversor responsable, Generali promociona la sostenibilidad en sus empresas participadas mediante el voto en las juntas de accionistas, así como el diálogo. Ambas acciones son palancas para influir en las prácticas corporativas en lo que se refiere a aspectos ASG, para promover mayor transparencia en estos aspectos y para obtener mayor comprensión en las empresas participadas respecto a la gestión de riesgos ASG.

Grupo ha elaborado unas Guidelines de participación activa que, partiendo de nuestros valores fundamentales, también en lo que respecta a la sostenibilidad, define los principios de voto y el sentido del diálogo.

Nuestros principios de voto incluyen asuntos como: derechos de los accionistas, órganos corporativos, políticas de remuneración, estados financieros, divulgación de información y transparencia, transacción de acciones, aspectos medioambientales y sociales, disposiciones especiales para empresas cotizadas con una capitalización bursátil reducida y empresas no cotizadas, relativas a transacciones entre las partes. En 2021 votamos basándonos en estos principios, incluyendo lo referido a los riesgos sistémicos y de mercado relacionados con las situaciones de pandemia, que se actualizaron a finales de 2020.



Nuestro enfoque prevé ejercer nuestros derechos de voto siempre que sea razonablemente posible, sin discriminaciones basadas en el sujeto del voto o en el tamaño de la junta de accionistas de los emisores. Las decisiones de voto se toman siguiendo un análisis interno basado en documentos publicados por los emisores o en la investigación hecha por asesores de voto.

Conforme a los compromisos de descarbonización adquiridos con nuestra entrada en la NZ AOA, en 2021 se estableció un compromiso por cinco años de diálogo con veinte compañías invertidas cuyas emisiones de gases de efecto invernadero tienen el mayor impacto en nuestros portafolios. Esto implica una evaluación detallada de los compromisos de descarbonización realizados por las compañías, invitándolas a adoptar objetivos en línea con los del Grupo y a monitorizar su progreso.

En enero de 2022 el Group Engagement Committee ha aprobado una campaña de compromiso con el propósito de sensibilizar a las compañías invertidas en lo que respecta a la cuota de mujeres en los consejos de administración y en la alta dirección, en línea con el compromiso de Generali. La campaña involucrará y monitorizará a aquellas empresas cuyos consejos de administración o alta dirección tengan una tasa de mujeres inferior al 40%.

Actividades sujetas y no sujetas a la taxonomía de la UE

La Unión Europea ha establecido un sistema compartido, dinámico y en evolución de clasificación, recogido en la Regulación EU 2020/852 y en el Reglamento Delegado EU 2021/2139, que definen los criterios para determinar si una actividad económica se puede considerar medioambientalmente sostenible para identificar el nivel de eco-sostenibilidad de una inversión.

Esta clasificación se completa con un régimen de divulgación obligatoria para empresas financieras y no financieras, que incluye indicadores específicos en lo que respecta a su contribución a los objetivos de Taxonomía de la UE. En concreto, las actividades financieras deben proporcionar:

- Información simplificada sobre lo recogido en la Taxonomía de la UE en sus informes anuales de 2021 y 2022
- Su alineamiento con los indicadores de la Taxonomía de la UE desde 2023

Las actividades sujetas a Taxonomía son las actividades aseguradoras para las que se han definido los criterios técnicos de selección en los anexos del Reglamento Delegado UE 2021/2139, independientemente de que se cumplan o no otros criterios. Los indicadores de elegibilidad, por lo tanto, no proporcionan ninguna indicación sobre el grado de ecosostenibilidad según la Taxonomía de la UE de la cobertura de seguros ofrecida por el Grupo, sólo definen el ámbito en el que será posible aplicar los criterios de la taxonomía desde 2023. La divulgación representará la contribución del Grupo a los objetivos climáticos de la Taxonomía a través de sus activos.





Según el artículo 10.2 del Reglamento Delegado EU 2021/2178 de la Comisión Europea, Grupo ha reportado para 2021 la proporción de actividades sujetas y no sujetas a la Taxonomía, así como la proporción de los activos frente a las administraciones centrales, los bancos centrales y los emisores supranacionales, frente a los derivados y frente a las empresas obligadas a publicar información no financiera.

Teniendo en cuenta las disposiciones de las guidelines publicadas por la Comisión Europea en febrero de 2022, a 31 de diciembre, la proporción de actividades sujetas y no sujetas calculadas por el Grupo ascienden a 586.225 millones de €, excluyendo los activos y el efectivo y equivalentes de efectivo frente a gobiernos, bancos centrales y emisores supranacionales, que ascienden a 195.910 millones de € (el 33,4% del total de activos), activos intangibles, activos tangibles (excluidos los edificios para uso propio), importes cedidos a reaseguradores de provisiones aseguradoras, créditos y otros activos, en total 47.546 millones de € (el 8,1% del total de activos). Los activos incluidos en los indicadores de la Taxonomía de la UE son por tanto de 342.768 millones de €, el 58,5% del total de activos.

Conforme a las indicaciones de reporte de la Comisión Europea de diciembre de 2021 y febrero de 2022, el análisis incluye solo inversiones que el Grupo controla directamente, considerando su valor a final del período sin usar estimaciones basadas en métodos propios. La ausencia de datos por parte de las empresas invertidas, ya que todavía no los han publicado, y sobre los que el Grupo no tiene control directo, no permite la identificación de los activos como actividades económicas sujetas a la Taxonomía descritas en los Anexos I y II del Reglamento Delegado EU 2021/2139. Los activos sujetos en 2021, de 24.617 millones (el 7,2% de los activos), son por tanto activos inmobiliarios por 16.206 millones de €, edificios para uso propio por 2.299 millones de € y préstamos hipotecarios por 6.112 millones de €. De hecho, la adquisición y propiedad de edificios está incluida en el Anexo I del Reglamento Delegado UE 2021/2139, por su relevancia en lo que respecta al objetivo de mitigación del cambio climático. Además, los riesgos de esta actividad deben evaluarse en la siguiente fase para verificar su alineamiento con la Taxonomía de la UE.

En línea con el Reglamento Delegado de la UE 2021/2178 se han considerado como actividades económicas no sujetas las inversiones en activos derivados, el efectivo y los equivalentes de efectivo (excepto

los de bancos centrales) e inversiones en empresas no obligadas a presentar información no financiera. Además, tal como se recoge en las guidelines de la Comisión Europea en diciembre de 2021, las inversiones directas e indirectas en empresas potencialmente obligadas a publicar información no financiera se consideraron no sujetas, de hecho, no hubiera sido posible, dado que los datos no estaban publicados en la fecha de preparación del Informe anual de Grupo Generali. El total en actividades económicas no sujetas asciende a 318.152 millones de € (el 92,8% del total de activos).

Dentro de las actividades no sujetas de la Taxonomía de la UE, los activos derivados, que ascienden a 1.147 millones de €, representan el 0,3% del total de activos, mientras que el efectivo y equivalentes de efectivo (excepto los de bancos centrales), ascienden a 6.859 millones de €, que equivalen al 2% del total de activos incluidos. Estas actividades no pueden evaluarse desde el punto de vista de su inclusión o no según el Reglamento Delegado de UE 2021/2178 y las guidelines de reporte publicadas por la Comisión Europea en febrero de 2022.

En lo que respecta a actividades de empresas no obligadas a publicar información no financiera, como no hay datos oficiales a nivel europeo que permita la identificación de estas actividades, se ha estimado su proporción teniendo en cuenta solo las inversiones directas en fondos patrimoniales y bonos corporativos emitidos por entidades con sede en países de fuera de la UE, y otras inversiones, principalmente capital privado que los emisores no han indicado. Estas actividades ascienden a 57.993 millones de € (el 16,9% del total de activos incluidos).

Tal como se ha indicado anteriormente, el 76,3% restante de actividades no sujetas a Taxonomía en activos (252.213 millones de €) incluye inversiones directas e indirectas en las que no ha sido posible desarrollar un análisis de elegibilidad dado que los datos de las entidades no estaban publicados a la fecha de elaboración del Informe Anual de Grupo.

Generali monitoriza el proceso de implementación de las normativas europeas, en concreto las que se refieren a los requisitos del Reglamento UE 2019/2088 sobre divulgación de asuntos sobre la sostenibilidad en el sector financiero y el Reglamento de la UE 2020/852 sobre el establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles (Reglamento de Taxonomía).

En este sentido, el Grupo está llevando a cabo proyectos concretos con el propósito de integrar en sus sistemas y procesos, la información necesaria para el análisis de su portfolio inversor en lo que respecta a la Taxonomía. El principal objetivo es crear la infraestructura necesaria para monitorizar y reportar en cumplimiento de los requisitos regulatorios.

El Grupo ha establecido un marco de trabajo para fomentar las inversiones

necesarias para alcanzar los objetivos del Green Deal de alcanzar las cero emisiones netas de gases de efecto invernadero en 2050, con el compromiso de que su portfolio inversor sea climáticamente neutro en 2050. Como inversores a largo plazo, las compañías aseguradoras tienen una posición privilegiada para hacer frente a los retos relacionados con la sostenibilidad y facilitar la transición hacia una economía más sostenible y resiliente, en línea con la ambición de ser neutro climáticamente del Green Deal.

	Importe (millones de €)	%
31/12/2021		
Total activos	586.225	
Actividades excluidas de los indicadores de Taxonomía de la UE:	243.456	
Activos intangibles, activos tangibles (excepto los edificios para uso propio), cantidades cedidas a los reasegurados desde provisiones aseguradoras, créditos, otros activos	47.546	8,1%
Activos de gobiernos centrales, bancos centrales y emisores internacionales (incluyendo efectivo y equivalentes de efectivo de bancos centrales)	195.910	33,4%
Total activos incluidos en los indicadores de la Taxonomía de la UE	342.768	58,5%
Actividades económicas sujetas a la taxonomía de la UE		
Terrenos y edificios (inversiones inmobiliarias)	16.206	4,7%
Préstamos hipotecarios	6.112	1,8%
Terrenos y edificios (para uso propio)	2.299	0,7%
Total actividades económicas sujetas a Taxonomía en activos	24.617	7,2%
Actividades económicas no sujetas a la taxonomía de la UE		
Activos derivados	1.147	0,3%
Efectivo y equivalentes de efectivo (excepto efectivo y equivalentes de efectivo de bancos centrales)	6.859	2%
Inversiones en empresas no obligadas a publicar su información no financiera (arts. 19 o 29 de la Directiva 2013/34 de la UE)	57.933	16,9%
Otras inversiones directas o indirectas no sujetas	252.213	73,6%
Total actividades económicas no sujetas a Taxonomía en activos	318.152	92,8%

Bonos verdes

Mediante la emisión de dos bonos verdes y un bono sostenible, confirmamos nuestro foco en la innovación y la sostenibilidad, que son parte de nuestro modelo de negocio, así como de nuestro compromiso para alcanzar los objetivos medioambientales y sostenibles que nos hemos marcado.

El primer bono emitido por Grupo Generali, que representa la primera emisión por parte de una compañía aseguradora europea, fue un bono Tier 2 de 750 millones de € con vencimiento en 2030. Atrajo inversores cuya demanda superó 3,6 veces la oferta. La segunda emisión, un bono Tier 2 de 600 millones de € con vencimiento en 2031, fue también muy apreciado por los inversores, ya que la demanda superó en 7 veces a la oferta.

En junio de 2021 se emitió el primer bono sostenible Tier 2, por 500 millones de € y vencimiento en 2032, que atrajo una demanda por parte de los inversores de 2.200 millones de €.

Todos los bonos mencionados se asignaron a inversores dedicados al mercado de bonos verdes y sostenibles o a inversores institucionales muy diversificados dispuestos a aplicar planes de inversión verdes y sostenibles.





1

USO DE LOS INGRESOS Y FONDOS

- Edificios verdes
- Energía renovable
- Eficiencia energética
- Transporte limpio
- Gestión sostenible del agua
- Reciclado y gestión de residuos
- Acceso a servicios esenciales/infraestructuras
- Vivienda asequible
- Financiación de PYMEs,
- avances socioeconómicos y generación de empleo
- Respuesta a la salud y a las crisis por catástrofes naturales

2

EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DEL PROYECTO

- Análisis de la elegibilidad verde
- Confirmación de la elegibilidad y toma de decisión por parte de un comité específico (Sustainability Bond Committee)

3

GESTIÓN DE LOS INGRESOS Y FONDOS

- Asignación en función del principio de equivalencia
- Periodo máximo de 2 años
- Total asignación en 1 año

4

REPORTE

- Reporte incluyendo cantidades por categoría y, si las hay, cantidades no asignadas
- Informe de impacto
- Realización anual hasta la total asignación

3.8 NUESTRA ACCIÓN SOCIAL

The Human Safety Net

El pasado mes de mayo se constituyó la Fundación Generali The Human Safety Net España. Tener nuestra propia Fundación, no es solo una figura jurídica que nos da soporte, significa un compromiso más de Generali con el proyecto The Human Safety Net a través del cual podremos apoyar a más familias en riesgo de exclusión.

The Human Safety Net es el proyecto social de Generali a nivel global que se basa en el concepto de la “ayuda en cadena”, para favorecer a los más desprotegidos de nuestra sociedad, creando una corriente de cambio positivo que se extiende en todo el mundo con un potencial ilimitado. La cadena, que formamos, cuenta con voluntarios, expertos y todas aquellas personas que compartan una conexión en común con este movimiento.

La misión de THSN es desarrollar el potencial de las personas en **situación de vulnerabilidad**, para que puedan transformar las vidas de sus familias y comunidades. Los programas contemplan diversos retos sociales, pero comparten un objetivo común, por medio de tres palancas de ayuda:

Para refugiados: integrar a los refugiados en su comunidad de acogida a través del trabajo. Reciben apoyo para crear sus propios negocios o startups.

Para recién nacidos: ayudar a la detección precoz, a través de la monitorización, de posibles anomalías en el recién nacido.

Para familias: apoyar a las familias en riesgo de exclusión social por pobreza con niños menores de 6 años.

En España, más de dos millones de niños están en riesgo de exclusión social. El 80% de estos niños seguirán siendo pobres durante toda su vida. Estudios avalan que los primeros seis años de la vida de los niños son los más sensibles para el desarrollo cognitivo que determinarán sus logros futuros. Es fundamental que centremos nuestros recursos en ayudar a las familias a ser conscientes de la importancia de la educación desde la primera infancia. Los padres desempeñan un papel fundamental en la consecución de este objetivo. Por lo tanto, es fundamental apoyarles en la educación y el cuidado de sus hijos, ayudándoles a mejorar sus habilidades parentales y a actuar como una influencia positiva en los miembros más jóvenes de sus familias.

En el primer semestre de 2021, Generali ha continuado su relación de **cooperación** con la **Fundación Tomillo en Madrid**. Durante el este ejercicio, 60 familias han participado en el proyecto Crecer Felices en Familia. A fecha de 25 de junio de 2021 en total han participado desde el año 2018, un total de 538 personas dentro de las cuales hay 236 adultos y 302 menores de 6 años. El proyecto con la Fundación Tomillo finalizó en el mes de junio, tomando el relevo La Fundación Balía por la Infancia.

Junto a **Balía**, hemos diseñado un programa para familias con el fin de fortalecer a los padres para que proporcionen el mejor cuidado a sus hijos, creando un entorno familiar enriquecedor dirigido a las principales vulnerabilidades, traba-

682 personas beneficiarias de THSN en España

jando en las habilidades parentales y luchando contra el desempleo y la educación limitada. En paralelo se desarrolla un programa enfocado a niños de 3 a 6 años en el que nuestro objetivo es frenar el abandono escolar a través del refuerzo y el desarrollo del talento. 40 niños y niñas acuden a los centros de Balía de Latina y Tetuán en Madrid todas las tardes después del colegio donde aprenden jugando a través del respeto y los valores del esfuerzo.

The Human Safety Net se desarrolla así mismo en Barcelona, con la colaboración de la **Associació Educativa Ítaca**. Durante 2021, el proyecto ha dado soporte para la educación parental a un total de 50 familias con niños de 0 a 6 años, en riesgo de exclusión social por pobreza. Ítaca desarrolla además un proyecto socioeducativo al servicio de la comunidad, con la finalidad de generar igualdad de oportunidades y acompañar en el proceso de desarrollo de las familias.

Con el soporte de Generali se ha dado continuidad, de forma digital, a los programas educativos que han permitido su ejecución en remoto para las familias confinadas. Se ha concedido a las familias un apoyo económico a través de tarjetas monedero para la adquisición de alimentación y productos de higiene de primera necesidad. Se ha dotado a las ONG de material sanitario para amortiguar el impacto de las dos últimas olas de la COVID19, así como hemos hecho entrega de equipos electrónicos a nuestras familias para poder continuar las clases en caso de confinamiento



y hemos continuado la formación en los equipos educativos de Balía e Itaca durante el año.

Para integrar THSN en la cultura de empresa, Generali favorece la participación de sus empleados y de sus agentes como voluntarios, a través de campañas de captación de fondos. Las campañas de captación de fondos del 2021 han financiado varios programas: los campamentos urbanos de verano de AE Itaca para 210 niños y niñas, la compra de nuevo material de psicomotricidad, la compra de 380 regalos de navidad para los niños de los proyectos de Balía e Itaca... **Un total de 534 empleados de Generali España han participado en alguna iniciativa, siendo un total de 3.383 horas de voluntariado corporativo durante este ejercicio.**

Finalmente, en lo que concierne a la acción social de Generali, cabe destacar que la compañía cedió íntegramente el presupuesto de su cena corporativa de Navidad a **CARITAS** para la celebración de cenas de Navidad y Fin de Año a favor de 1.800 familias con niños pequeños, en situación de pobreza extrema.

3.9 NUESTRO COMPROMISO CON EL DEPORTE



GENERALI, PATROCINADOR DE LAS SELECCIONES ESPAÑOLAS DE RUGBY XV Y VII

Como Compañía, promovemos iniciativas y eventos en las que desarrollemos nuestra actividad. De hecho, cuando promocionamos la marca Generali, la principal preocupación siempre es el bienestar de la sociedad en la que actuamos.

El rugby es un deporte cuyos valores tienen mucho que ver con los de Generali; se basan en el respeto, la tolerancia, el trabajo en equipo, la honestidad, la humildad, el compañerismo, el compromiso, el espíritu de superación y la pasión.

Por todos estos motivos, Generali es patrocinador de la Selección masculina de Rugby XV y VII, así como en la aseguradora oficial de la Federación.

Por medio de este patrocinio, Generali apoya las labores de promoción del rugby de sus valores en nuestra sociedad, por medio de acciones concretas como la elaboración de difusión de la documentación que pone en valor los beneficios de este deporte, o la más reciente iniciativa.

Durante 2021, con motivo del 190 aniversario de Generali y del centenario del Rugby en España, se celebró un partido de rugby conmemorativo entre las selecciones de España e Italia.

El 7 de octubre se celebró en Madrid un partido de rugby incluido en los Juegos Inclusivos, organizados por el Consejo Superior de Deportes, el Comité Olímpico Español y el Comité Paralímpico Español. Generali estuvo presente en el uniforme de los equipos, que lucieron por primera vez el logo de The Human Safety Net. Los equipos estaban formados por jugadores y jugadoras de la selección nacional de rugby y deportistas paralímpicos que disputaron un partido lleno de emoción y esfuerzo, en el que lo importante fue ver cómo el deporte sirvió de excelente medio de integración. Como siempre, triunfaron los valores del rugby: fair play, compañerismo y trabajo en equipo.



Get Into Rugby

Generali y la Federación Española de Rugby se han unido en la iniciativa "Get Into Rugby", un programa educativo de carácter gratuito para fomentar el rugby cinto en los colegios. El rugby cinto es una modalidad sin impacto e inclusivo para niñas y niños que defiende valores como el trabajo en equipo, la colaboración y la superación. Tiene además la ventaja de que practicar en el patio del colegio, sin requerir instalaciones específicas.

Durante 2021 más de 1.300 docentes de toda España participaron en la segunda edición de Generali Get into Rugby.

Fruto de la crisis sanitaria provocada por la Covid-19, el programa se ha adaptado al entorno actual. En esta segunda convocatoria, la acción se focalizó en impulsar la formación

en rugby de todos los profesores de Educación Física en remoto. Para ello, se ha diseñado una plataforma online totalmente gratuita, en la que los más de 1.300 profesores se han inscrito.

El programa formativo ha incluido un módulo orientado a educadores que tengan escolares con discapacidad intelectual. Este módulo que ha sido diseñado de manera totalmente adaptada a las necesidades de estos jóvenes junto a la organización DOWN España. Una vez cursado el módulo, los participantes recibirán una titulación oficial federativa gratuita reconocida por la FER que les capacita para poder enseñar la práctica de este deporte. Además de la formación online, Generali repartirá entre los profesores y centros inscritos, kits con materiales para la práctica del rugby cinto.

Patrocinio del equipo femenino de hockey Palau Solità i Plegamans

En 2021, Generali España renovó su contrato de patrocinio con el equipo de hockey Palau Solità i Plegamans, equipo femenino que participa en la división de honor de este deporte. Durante la temporada 2021 ganaron la liga catalana, la liga española y la liga de campeones de Europa.



Los patrocinios del tenis y del hockey refuerzan el apoyo de Generali al deporte femenino y al deporte local, acercando el deporte de elite a zonas de España donde normalmente es difícil disfrutarlo. Asimismo, a través del patrocinio del equipo femenino, Generali pone de relieve la importancia del deporte, el trabajo en equipo y la igualdad de oportunidades y refuerza así la difusión de sus valores corporativos.

Open de tenis Ciudad Palma del Río

Generali patrocinó en 2021 el Open Generali Ciudad Palma del Río, regulado por ITF (International Tennis Federation). Este torneo forma parte del primer rango de torneos femeninos ITF en Andalucía y quinto en España, amparado por la WTA (Women's Tennis Association) y la RFET (Real Federación Española de Tenis).



3.10 NUESTRO COMPROMISO CON LA FORMACIÓN

Generali y la Universidad CEU San Pablo, han constituido una cátedra sobre diversidad, inclusión e igualdad ante el empleo. Desde esta cátedra se pretende fomentar acciones y estudios para sensibilizar sobre la necesidad de impulso a las empresas, como palanca de sostenibilidad. Más específicamente, nació con el objetivo de mejorar la empleabilidad de los estudiantes, contribuir a desarrollar habilidades que permitan que todas las personas —con independencia de su género, capacidad o especialización— puedan acceder a un puesto de trabajo que les permita realizarse como personas.

Así, la Cátedra busca fomentar un espíritu crítico en los universitarios que les posibilite valorar positivamente, en la búsqueda de empleo, compañías alineadas con los objetivos que persigue.

La agenda 2030 de la ONU contempla diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que apuestan por la igualdad de oportunidades (5), el trabajo decente y crecimiento económico (8) y la reducción de las desigualdades (10).

Generali junto a CEU Universidad San Pablo ponen en marcha esta Cátedra para dar respuesta a estos objetivos desde el mundo educativo e impactando de manera directa y positiva en los jóvenes.

En el mes de junio 2021, en el marco de esta cátedra, se lanzó un Think Tank con empresas sobre Diversidad, Inclusión e Igualdad de Oportunidades ante el Empleo en el que se han celebrado tres sesiones sobre “El reto generacional de la digitalización súbita”; “Habilidades digitales, soft skills y la necesidad de diversidad de formaciones en las empresas”; y “Traspaso intergeneracional de conocimientos sobre la empresa en entornos virtuales”.

Patrocinio de jornadas organizadas por la Universidad de Valencia sobre el Derecho en el sector de los seguros

Durante las jornadas se abordaron temas de máxima actualidad en la regulación del sector seguros como son "La nueva regulación de la UE de plataformas digitales (gatekeepers)", centrada en las plataformas comparativas de compañías de seguros y en páginas web que establecen rankings entre compañías.

Se realizaron también mesas redondas sobre otros temas de actualidad, tales como "Clausulas delimitadoras y limitativas", "Seguros de asistencia sanitaria", "Clausulas sorprendentes. Estudio de su naturaleza a la luz de la doctrina de las expectativas razonables", "Seguros de responsabilidad civil", etc.

3.11 AFILIACIÓN Y ASOCIACIONES

Generali es miembro de UNESPA, la asociación española de compañías de seguros y reaseguros. La asociación, fundada en 1977, representa a cerca de 200 aseguradoras que abarcan el 98% del negocio en España.

Un sector que, con un volumen de primas emitidas superior a los 60 mil millones de euros al año, representa un 5,1% del PIB del español.

La industria aseguradora gestiona más de 140.000 siniestros por día, que abarcan todos tipos de reclamaciones, desde las más simples hasta situaciones de alta complejidad.

Para la realización de sus funciones, el sector asegurador emplea directamente a más de 51.000 personas a los que se añaden un elevado número de empleos indirectos relacionados con la distribución de seguros (agentes y corredores) así como de prestación de todo tipo de servicios (pintores, albañiles, fontaneros, electricistas, grúas, abogados, procuradores, médicos y profesionales de la salud...), lo que convierte al seguro como un proveedor de servicios de primer nivel para la sociedad en su conjunto y un significativo generador de empleo y de desarrollo económico.



04.

GESTIÓN RESPONSABLE

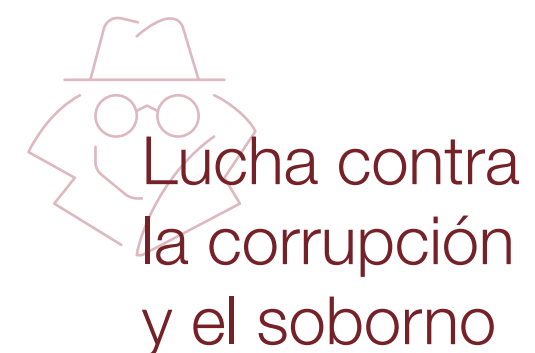
- 4.1 Código de conducta
- 4.2 Gestión de riesgos
- 4.3 Corrupción y soborno
- 4.4 Derechos humanos
- 4.5 Matriz de materialidad



4.1 CÓDIGO DE CONDUCTA

La imagen de Generali depende de nuestro trabajo y de que todos los empleados ayudemos a mantener su reputación y solidez. Es por ello por lo que el Consejo de Administración de Assicurazioni Generali S.p.A. aprobó el 14 de diciembre de 2014 el Código de Conducta del Grupo Generali, de aplicación a todos los empleados, incluyendo los miembros de los órganos de control y de gestión. Asimismo, se espera que los terceros (consultores, proveedores, agentes, etc.) que actúan en nombre del Grupo se adhieran a los principios establecidos en el Código.

El Código de Conducta establece las normas mínimas de comportamiento que deben ser observadas y proporciona reglas específicas de conducta en relación con los siguientes aspectos:



Además, contamos con directrices de Grupo ligadas al Código de Conducta y políticas corporativas que son también de obligado cumplimiento.

El **Código de Conducta** está disponible en la web pública de la compañía:
<https://www.generali.es/quienes-somos/codigo-conducta>



4.2 GESTIÓN DE RIESGOS SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y GESTIÓN DE RIESGOS

El sistema de control interno y gestión de riesgos del Grupo debe ser eficaz y estar bien integrado en la estructura organizativa y en los procesos de toma de decisiones.

El sistema de control interno garantiza el cumplimiento por parte de la entidad de las leyes, normativas y requisitos administrativos aplicables, así como la eficacia y la eficiencia de las operaciones de la entidad

según sus objetivos, y asegura la disponibilidad y la fiabilidad de la información financiera y no financiera.

El sistema de gestión de riesgos permite la identificación, la evaluación —incluso con carácter prospectivo—, la gestión, la supervisión y la información sobre los riesgos. La Evaluación Interna de Riesgos y Solvencia (ORSA) forma parte del sistema de gestión de riesgos.

IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RIESGOS

La capacidad de identificar y gestionar los riesgos asociados a cada etapa del negocio corporativo forma parte de la actividad de gestión ordinaria de Generali. Para la compañía es un factor indispensable **crear valor para todas las partes implicadas**, ya sean accionistas, inversores, clientes o empleados.

Para las autoridades supervisoras, la integración de los mecanismos de gestión de riesgos y control se considera la principal garantía de solvencia duradera en el tiempo y es ésta la tendencia que sigue la evolución de la normativa supervisora europea en el sector bancario y de seguros.

El objetivo final es mantener los riesgos identificados dentro de un nivel aceptable, a fin de asegurar, por un lado, que siempre esté disponible el capital necesario para hacer frente a los riesgos y, por otro, una mejora de la rentabilidad del Grupo en relación con su exposición a los riesgos (rendimiento ajustado al riesgo), ofreciendo un margen de seguridad en consonancia con las directrices del Consejo de Administración, que son:

El plan operativo de la Compañía se fundamenta en un enfoque denominado de manera general **“gestión integral de riesgos corporativos”** (enterprise risk management), basado y promovido por una cultura corporativa que gira en torno a sistemas adecuados de control interno y gestión de riesgos. Este concepto incluye una compleja serie de herramientas, mecanismos, soluciones organizativas, recursos humanos, etc.

El sistema de control interno y gestión de riesgos contempla los riesgos y controles desde una lógica de sinergia integral y examina detenidamente sus interacciones, con el principio fundamental de identificar lo antes posible las responsabilidades de los

distintos participantes y, en especial, la aplicación de mecanismos adecuados y estructurados que garanticen el cumplimiento de las estrategias establecidas por el Consejo.

Como consecuencia de la necesidad de claridad en un contexto que es testigo de la proliferación y, en ocasiones, solapamiento, del número de órganos de gobierno y funciones de control, el sistema de control interno y gestión de riesgos de Generali distribuye adecuadamente todas las funciones de la organización dentro de un plan marcado por tres líneas de defensa:



La eficiencia y la eficacia de los procesos de la organización



La salvaguardia de los activos



Un control apropiado de riesgos



El cumplimiento por parte de las operaciones de la compañía de la normativa, las directrices y los procedimientos a los que estén sujetas



La fiabilidad e integridad de la información financiera y de gestión

1.

Funciones operativas (los responsables directos del riesgo), que representan la primera línea de defensa y tienen la responsabilidad última de los riesgos en relación con su área de competencia

2.

Gestión de riesgos, cumplimiento normativo y función actuarial, que constituyen la segunda línea de defensa

3.

Auditoría interna, que es la tercera línea de defensa



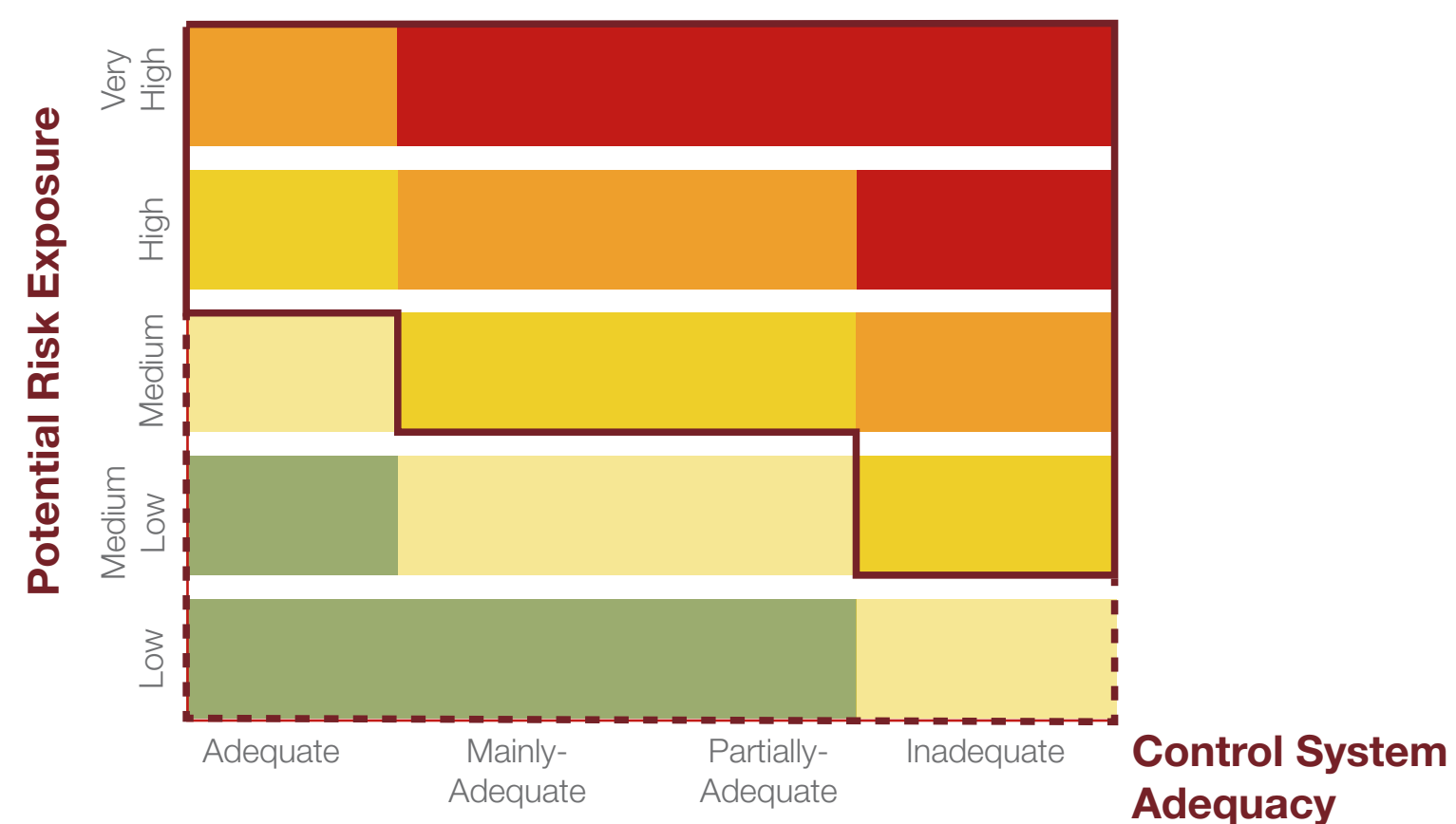
MEDICIÓN DE RIESGOS

El proceso de medición de riesgos tiene como finalidad evaluar los riesgos a los que se expone la organización. Generali cuenta con un catálogo de riesgos ligados a riesgos operacionales y a riesgos de cumplimiento. Anualmente la compañía realiza un análisis consistente en la recopilación y asociación al mapa de riesgos de una serie de Indicadores para medir el Riesgo Potencial (Potential Risk Exposure - PRE) y el Sistema de Control (Control System Indicators – CSIs).

Las fases de evaluación a alto nivel de los riesgos operacionales y de cumplimiento son:

- **Pre Assessment:** Evaluación preliminar de los riesgos por parte de las funciones de Cumplimiento y Riesgos.
- **Assessment:** Revisión de los resultados clave del pre-assessment con los propietarios de riesgos.
- **Validación:** Validación de los resultados por parte de la Alta Dirección.

Los resultados de la evaluación realizada quedan reflejados en una matriz de riesgo residual (Residual Heat Map) con el formato siguiente:



MITIGACIÓN DE RIESGOS

Las entidades del Grupo deben adoptar las iniciativas adecuadas para mitigar los riesgos de cumplimiento de acuerdo con los resultados de las actividades de valoración de riesgos.

Dichas iniciativas pueden incluir mecanismos de control, formación, asignación de responsabilidades y cualquier otra medida que pueda garantizar la observancia de las obligaciones de cumplimiento.

Las iniciativas de mitigación de riesgos tienen como objetivo:

- garantizar que el Sistema de Gestión de Riesgos de Cumplimiento pueda alcanzar los resultados deseados
- evitar, detectar y reducir efectos indeseados
- conseguir una mejora continua

Los mecanismos de control deben ponerse en marcha para gestionar las obligaciones de cumplimiento identificadas y asociadas al riesgo de cumplimiento, así como para conseguir el comportamiento deseado.

Se necesitan mecanismos de control efectivos para asegurar que las obligaciones de cumplimiento de la organización tienen respuesta y que, o bien se evitan los incumplimientos, o bien se detectan y corrigen. Los controles deben diseñarse teniendo en cuenta la importancia del riesgo y el entorno operativo, con el rigor suficiente para ayudar a cumplir con todas las obligaciones de cumplimiento. Estos controles deben estar, en la medida de lo posible, incorporados a los procedimientos habituales de la organización.

Los controles deben mantenerse, evaluarse periódicamente y ponerse a prueba para garantizar su efectividad de forma continuada.

Las Entidades del Grupo deben intentar mejorar constantemente la precisión, la adecuación y la eficiencia del Sistema de Gestión del Cumplimiento.

SEGUIMIENTO DE RIESGOS

El seguimiento es el procedimiento de recopilación de información con el fin de evaluar la efectividad del Sistema.

El seguimiento de los riesgos incluye, al menos:

1. Recopilación y análisis de indicadores de cumplimiento
2. Análisis de los resultados para identificar la necesidad de adoptar medidas correctivas
3. Realización de pruebas sobre la capacidad de los controles para mitigar los riesgos identificados
4. Realización de seguimiento de iniciativas encaminadas a responder a fallos de cumplimiento



4.3 CORRUPCIÓN Y SOBORNO

En Generali entendemos el comportamiento ético empresarial como un requisito para garantizar y salvaguardar el equilibrio entre la actividad empresarial y los intereses de todos los grupos de interés.

Generali se ha posicionado, con orgullo, como una de las empresas líder en el mercado global de seguros gracias a los valores fundamentales que siempre han regido cada uno de nuestros negocios: calidad, transparencia e imparcialidad.

Nuestro estilo de trabajo en equipo contribuye a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y su sensación de seguridad. Creemos en un enfoque centrado en las personas y en construir relaciones de confianza mutua basadas en la calidad de nuestros servicios.

Generali cuenta con una organización adecuada y sistemas de control interno y gestión de riesgos eficaces para asegurar el cumplimiento de las normas que regulan su actuación.

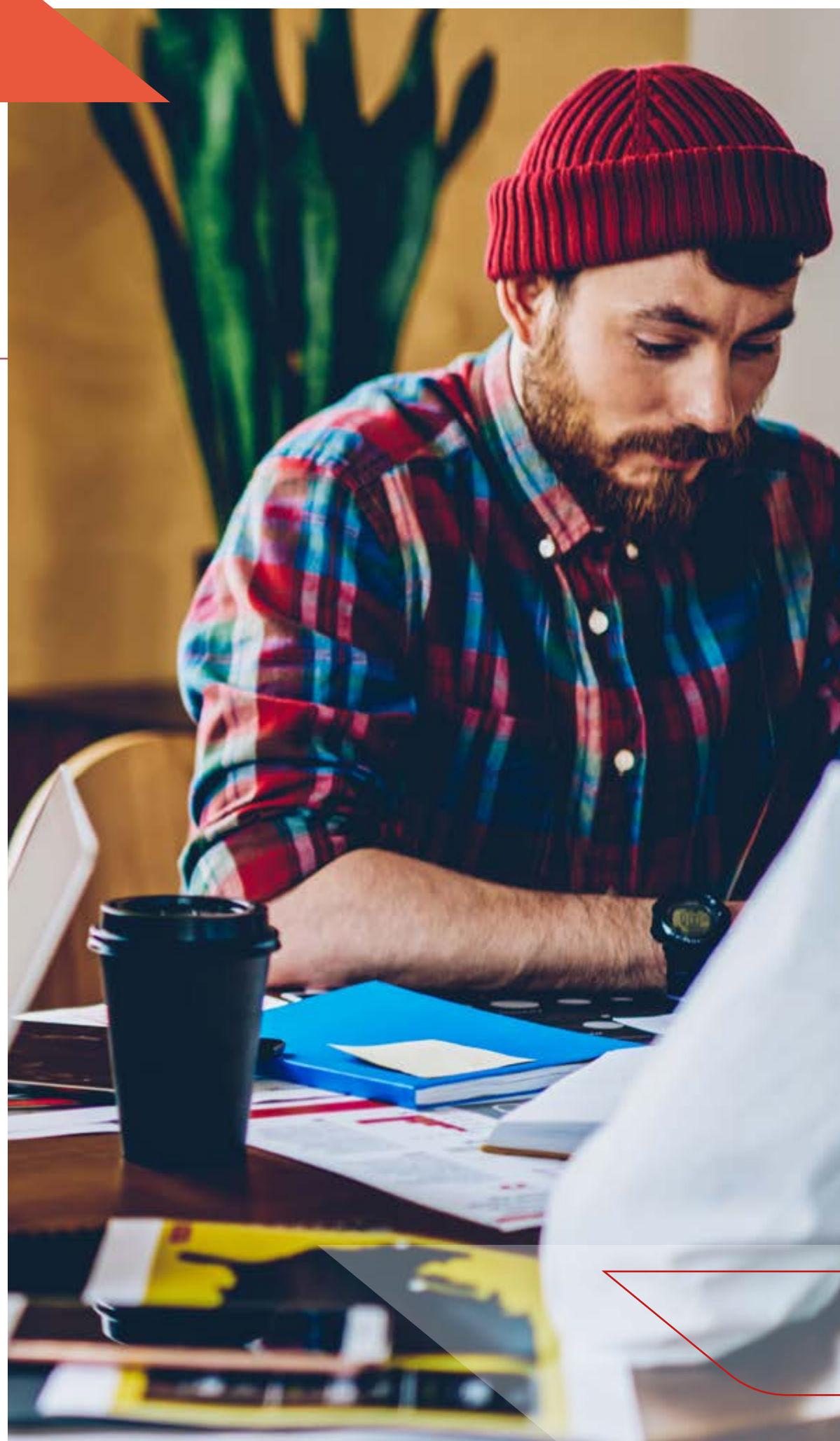
MODELO DE CUMPLIMIENTO Y PREVENCIÓN DE RIESGOS PENALES

Generali cuenta con un modelo de prevención de riesgos penales que le permite identificar las actividades que pueden ser objeto de riesgo, así como controles y procedimientos para prevenir o mitigar el riesgo de que se cometa cualquier actuación delictiva en la organización, garantizando de este modo la legalidad de los actos que, en el ejercicio de sus actividades profesionales, realicen los empleados y directivos del Grupo.

El modelo –compuesto por dos manuales de Cumplimiento y Prevención de Riesgos Penales (Parte General y Parte Especial) y una Matriz de Riesgos Penales y Controles– se basa en la implantación y ejecución de controles con la finalidad de detectar y mitigar cualquier riesgo de comisión de delitos.



PREVENCIÓN DEL BLANQUEO DE CAPITALES Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO



Generali es consciente de la trascendencia que las políticas de prevención de blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo tienen. Por esta razón, y con el convencimiento de que la prestación de servicios en el ámbito de seguros debe llevarse a cabo necesariamente de acuerdo con los más altos valores éticos, la Sociedad cuenta con normas y procedimientos de obligado cumplimiento que presidirán la conducta diaria de todos los colaboradores, cualquiera que sea su posición jerárquica o funcional, a los efectos de cumplir con las obligaciones previstas en la normativa sobre prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.



Estas normas y procedimientos están dirigidos a:

- Cumplir con la normativa vigente en materia de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo, así como seguir las recomendaciones de las autoridades nacionales e internacionales
- Evaluar los riesgos en materia de blanqueo y financiación del terrorismo relacionados con el sector asegurador
- Implantar las normas de actuación y sistemas de control adecuados para mitigar los riesgos, así como evaluar su implementación efectiva
- Establecer sistemas de identificación y clasificación de los clientes por riesgo, así como, adoptar las medidas de diligencia debida necesarias
- Promover que los empleados conozcan los programas de cumplimiento y medidas para la prevención y detección de prácticas ilícitas mediante distintas actividades dirigidas a toda la Organización

Además de la normativa interna establecida para definir los procedimientos y controles a seguir en materia de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo –entre las que destacan el Manual de Prevención del Blanqueo de Capitales y la Política de Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo–, cabe destacar otras iniciativas como:

- **La utilización de herramientas informáticas.** Generali utiliza una pluralidad de herramientas informáticas para impedir la utilización de su oferta de productos y servicios por personas con propósitos criminales. Generali cuenta con una herramienta general integrada en el propio sistema informático, así como software específico para el filtrado de contrapartes contra listas externas (black lists).
- **Canal de denuncias.** Los empleados, directivos y colaboradores podrán denunciar en el buzón establecido por el Grupo Generali toda información que consideren relevante en relación con potenciales incumplimientos de cualesquiera materias relacionadas con PBCFT. El Responsable de Cumplimiento Normativo garantizará que existen procedimientos para que las denuncias que se hagan llegar a dicho buzón puedan ser, a voluntad del denunciante, incluso anónimas.

CANAL DE DENUNCIAS

Como se ha mencionado anteriormente, se ha instituido un canal de denuncias como mecanismo que permite informar de forma confidencial de aquellas prácticas o conductas que son consideradas como no apropiadas o no acordes con la ley, el Código de Conducta u otras políticas internas (por ejemplo, conductas discriminatorias, acoso, intimidación, corrupción y soborno, etc.). Estas conductas pueden ser informadas a través de diversos buzones electrónicos locales –compliance.es@generali.com– y de Grupo –concerns.co@generali.com– o por correo postal.

Complementariamente, aquellos temas relacionados con las áreas de Finanzas, Auditoría y Contabilidad, Banca, Anti-Soborno también pueden denunciarse a través de **Group Compliance Helpline** (proporcionado por un proveedor independiente, filial de Navex Global). Los informes, así como los datos de los demandantes y las personas en cuestión, son tratados de forma confidencial y con la máxima discreción.

<https://secure.ethicspoint.eu/domain/media/es/gui/101153/index.html>

Por último, hay que señalar que Generali prohíbe estrictamente las represalias contra cualquier persona que informe de buena fe, sin importar a quién implique la información comunicada.

APORTACIONES A FUNDACIONES Y ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

En Generali sabemos que las donaciones o los patrocinios que son en apariencia legítimos pueden de hecho servir de pretexto para realizar sobornos.

Así, es necesario tener en cuenta lo siguiente.



Está prohibido efectuar pagos en cuentas cifradas, numeradas o en efectivo



Si correspondiera, el beneficiario será sometido previamente a un procedimiento documentado de due diligence



Todos los pagos tienen que realizarse exclusivamente en la cuenta registrada a nombre del beneficiario



Los beneficiarios deberían llevar en sus libros registros correctos y transparentes de las contribuciones recibidas

La parte principal de estas donaciones ha sido canalizada por medio de la Fundación Generali THSN España, constituida precisamente en 2021 para ayudar a familias con niños de 0 a 6 años en situación de exclusión social por pobreza. Esta fundación colabora con diversas ONGs para el cumplimiento de su fin fundacional y tiene a Generali como a su principal donante. Así mismo, recibe donaciones de terceros y somete dichas donaciones al procedimiento de due diligence más arriba descrito para prevenir el blanqueo de capitales.

DONACIÓN

	2020	2021
Fundación Tomillo	57.950 €	0 €
Associació Educativa Itaca	62.900 €	0 €
Fundación Generali THSN España	-	149.800 €
Fundación SERES	6.900 €	0 €
Bancos de Alimentos (FESBAL)	10.804 €	0 €
CEU San Pablo	30.000 €	0 €
CARITAS		207.085 €
ADECCO (Emergencia por el Empleo)	13.000 €	37.600 €
Otras donaciones >10.000€		22.815 €
Total donaciones	181.554 €	294.831 €



4.4 DERECHOS HUMANOS

Nuestro compromiso con el respeto de los derechos humanos aparece recogido expresamente en el Código de Conducta antes mencionado. Este Código recoge los valores y principios de Generali, así como las pautas y criterios de actuación que les son exigibles a todos sus miembros en sus relaciones con la propia firma, con el resto de los miembros, y con terceros en general.

Como prueba de este compromiso, Grupo Generali se ha adherido al “UN Global Compact” (**Pacto Mundial de las Naciones Unidas**), iniciativa lanzada y patrocinada por Naciones Unidas para promover y difundir los principios sobre derechos humanos, derechos de los trabajadores, protección del medioambiente y lucha contra la corrupción. Con respecto a normas internacionales específicas relacionadas con el sector de los seguros, el Grupo firmó los “**Principles for Responsible Investment**” (Principios para la Inversión Responsable) y suscribió los “**Principles for Sustainable Insurance**” (Principios para la Sostenibilidad de los Seguros); ambas iniciativas fueron creadas y apoyadas por Naciones Unidas.

Asimismo, Grupo Generali siempre busca que todas nuestras políticas y prácticas estén en línea con:



La Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas



Las principales normas internacionales de la Organización Internacional del Trabajo, los principios rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos

En este sentido, es importante recalcar que proporcionamos un entorno de trabajo libre de cualquier forma de discriminación, intimidación o acoso, y promovemos la diversidad y la inclusión, porque creemos que la cooperación entre personas con diferentes habilidades, perspectivas, orígenes y culturas es un elemento clave para permitir el crecimiento empresarial y la innovación. También reconocemos el derecho de nuestros empleados a la libertad sindical y a la negociación colectiva, y no toleramos ninguna forma de trabajo o explotación ilegal, ni de trabajo obligatorio, forzoso e infantil.

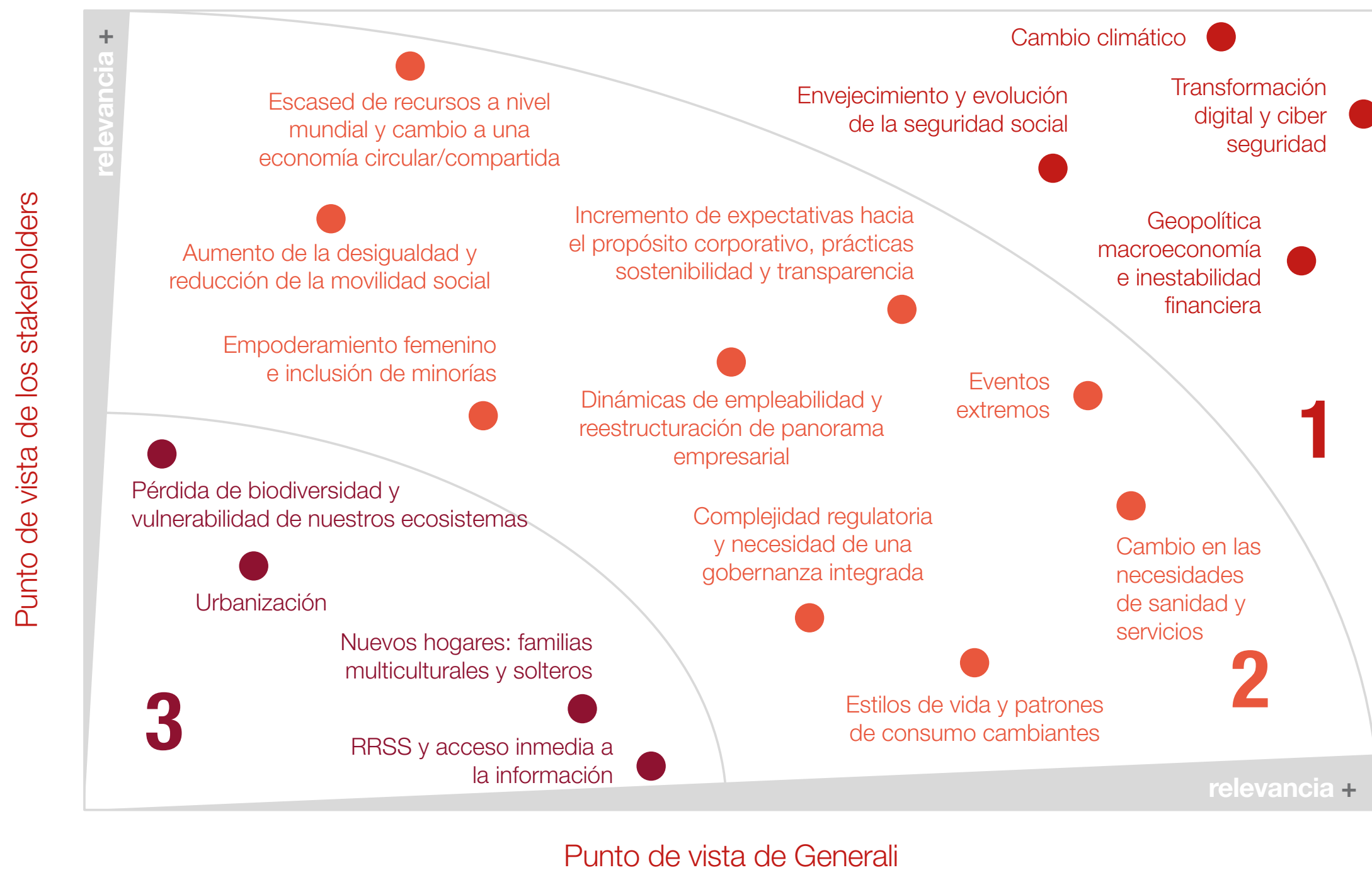
Adicionalmente las relaciones laborales de la compañía se encuentran reguladas en un Convenio Colectivo elaborado conforme a la normativa española, aprobada con arreglo a los tratados internacionales reguladores de estas materias a los que el estado español se encuentra adherido.

4.5 MATRIZ DE MATERIALIDAD

Generali realizó un análisis de materialidad en 2019, por medio de una Matriz de Materialidad. Dicha Matriz, aprobada por el Consejo de Administración de Grupo Generali en 2019, identifica el mapa de riesgos ESG (Medio Ambientales, Sociales y de Gobernanza) y los clasifica atendiendo a su nivel de impacto, permitiendo así definir planes de actuación.

La Matriz es consistente con los requisitos marcados por la Directiva U.E. sobre Información No Financiera.

Matriz de Materialidad aprobada por el Grupo Generali en 2019



En 2019 Grupo Generali desarrolló un análisis de materialidad que permitiera identificar las macro-tendencias que es previsible que cambien el panorama corporativo, social y medioambiental en un horizonte de 10 años. Se llevaron a cabo las siguientes actividades para identificar los aspectos materiales:

- Identificación de las macro-tendencias potenciales relacionadas con las actividades de Generali y con los países en los que opera, mediante análisis y documentos, así como investigaciones relacionadas con la sostenibilidad realizadas por ONGs internacionales, think tanks, asociaciones y foros sectoriales.
- Evaluación de las macro-tendencias, incluyendo el punto de vista de stakeholders internos y externos a los que se pidió que priorizaran las macro-tendencias, considerando su potencial impacto en Generali y la posible influencia de Generali en ellas, también mediante nuestra cadena de valor, desde una perspectiva de doble materialidad. Más de 120 directivos de Grupo Generali y de las unidades de negocio participaron mediante entrevistas y focus groups.

La evaluación de stakeholders externos se complementó con el análisis de las políticas de inversión de 20 grandes SRI e inversores tradicionales, con los resultados en encuestas de opinión de Eurobarómetro realizado con una muestra de más de 114.000 personas en Europa, y con el análisis de una encuesta dirigida por los responsables de

sostenibilidad de 190 compañías multinacionales. Además, entre abril y octubre de 2019 se analizaron con inteligencia artificial y lingüística computacional unos 1700 informes de compañías, 2600 normas y proyectos de ley, 4000 artículos online y más de 108 millones de tweets.

- Procesamiento de la Matriz de Materialidad del Grupo, previamente acordada con el Comité de Gobierno y Sostenibilidad y el Consejo de Auditores Estatutarios, así como el Comité de Dirección.

Con motivo de la crisis sanitaria por COVID-19, se ha procedido a revisar la consistencia del análisis y en noviembre de 2020 el Consejo de Administración de Grupo Generali aprobó una versión actualizada y simplificada de la matriz que destaca la importancia de los riesgos sociales y medioambientales.

La identificación de estos factores de riesgo y su priorización se ha llevado a cabo con la evaluación realizada por stakeholders internos (miembros de la alta dirección a nivel de Grupo y de entidades locales, equipos de evaluación de riesgos) así como externos (clientes, inversores, agencias de rating, asociaciones profesionales, competidores, instituciones y reguladores, Think Tanks, ONGs y empleados) del que ha resultado la siguiente matriz de riesgos que permitirá impulsar acciones específicas con la participación de equipos responsables a nivel de Grupo y de las compañías locales.

Matriz de Materialidad aprobada por Grupo Generali en 2020

En base a la actividad de Generali, su entorno de mercado y su ubicación en territorio español, se han considerado como aspectos a tratar en mayor detalle en este informe por su nivel de materialidad, los indicados a continuación:



Gestión ambiental
 En línea con la política y objetivos de gestión medioambiental del Grupo Generali, se promueve la protección ambiental y la prevención de la contaminación para hacer frente a los efectos del cambio climático.

Recursos Humanos
 Generali basa su people strategy en la equidad, la coherencia y la transparencia, fomentando la igualdad y la diversidad de sus empleados, así como su formación para promover la actualización permanente del conocimiento y la adquisición de los skills, adaptados a las nuevas necesidades del contexto.

Sociedad
 La Compañía es generadora de empleos indirectos para el desarrollo de su actividad, en concreto de las funciones comerciales, técnicas y de asistencia necesarias para cumplir con sus asegurados. De gran importancia es su compromiso con la gestión y resolución de quejas y reclamaciones de sus clientes que se ajusta a la normativa legal y presenta un considerable nivel de calidad. Las acciones de solidaridad, con los más necesitados, así como la colaboración con universidades y patrocinios fomentando el deporte, el estilo de vida saludable, así como sus valores y las acciones de voluntariado, completan sus esfuerzos con la sostenibilidad.

Prevención del blanqueo de capitales
 A través del cual la Compañía intenta impedir todo intento de transacciones ilegítimas por terceros en el uso de su oferta de servicios y productos.

Clave

- 1** Megatendencias a tratar por el Grupo mediante todas las unidades de negocio/funciones
- 2** Megatendencias a tratar por el Grupo mediante unidades de negocio/funciones específicas
- 3** Megatendencias a monitorizar

En la misma línea, los aspectos menos relevantes para la Compañía incluirían: la Protección de la Biodiversidad, la protección de los Derechos Humanos y las posibles vulnerabilidades en la cadena de producción y suministros, ya que no se encuentran motivaciones en el ámbito de Generali Seguros por lo que se puedan violar dichos contenidos.

05.

RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS



En 2021, Generali ha recibido importantes reconocimientos en ámbitos como la gestión de personas, la digitalización, la responsabilidad social corporativa o la relación con el cliente. Los premios y reconocimientos otorgados a la compañía en 2021 han sido:

- **Top Employer 2021:** Certificación otorgada por el Top Employer Institute, que valida las mejores prácticas de gestión de personas de las organizaciones. La encuesta evalúa 600 prácticas de desarrollo de personas en 10 áreas. Esta certificación sitúa a Generali España entre una de las organizaciones con mayor nivel de exigencia en su gestión de personas por tercer año consecutivo.
- **Premio Aster:** Premio otorgado por la escuela de negocios ESIC, que distingue a Generali por los méritos alcanzados en el ejercicio de su actividad aseguradora a lo largo de sus 190 años de historia.
- **Purpose-Led Sponsoring Cause:** otorgado por la ESA, la Asociación Europea de Patrocinio, a The Human Safety Net (THSN). La ESA es una asociación internacional sin ánimo de lucro cuya misión es "inspirar, unir y hacer crecer el sector del patrocinio en beneficio de sus miembros".
- **Premio Innovarh:** en la categoría "Mejor iniciativa de RRHH en una empresa" por su proyecto de transformación en People & Organization (P&O). Estos premios reconocen las soluciones digitales innovadoras que tienen un impacto en todos los aspectos de la gestión de personas, tanto a nivel interno de la empresa, abordando factores como la integración, la formación, el desarrollo y la conciliación, como a nivel externo en los ámbitos de la marca de empleador y la atracción de talento.
- **Blue Innovation:** otorgado por INESE al Asistente Cognitivo de Suscripción. El Asistente Cognitivo de Suscripción es una innovadora herramienta basada en Machine Learning e Inteligencia Artificial que pretende mejorar tanto la eficacia como la eficiencia de los procesos de suscripción de todas las líneas de negocio que requieren un proceso de valoración.
- **Top Diversity Company:** Por la campaña de reconocimiento del talento senior, el programa de becas Generali Talent, así como los programas de buddies y líderes digitales, y el proyecto de desarrollo de los empleados a través del lanzamiento de la red social corporativa, Yammer.
- **Premio GRED de plata:** A la mejor iniciativa de formación por "Walk of Life", el programa formativo sobre salud para agentes. El proyecto de formación "Walk of Life" de Generali, está destinado a impulsar la venta de seguros de salud. Gracias a este premio, se destaca como la segunda mejor iniciativa de formación en el sector financiero-asegurador.
- **CDO Award of Excellence:** Premio otorgado a la Data Governance. El Club Chief Data Office Spain & Latam (CDO) reconoce anualmente la labor realizada por los profesionales y empresas del universo de los datos a nivel mundial.
- **Finalistas en los premios Digital Talent:** El proyecto "Digitalización de Personas y Organización" ha sido finalista en la categoría de Experiencia de la V Edición de los Premios Talento Digital organizados por Accenture y El Economista. Esta distinción supone un reconocimiento a la apuesta de Generali por la transformación digital de sus empleados.
- **Premios INESE de la Comunicación y Marketing:** Generali ha obtenido el reconocimiento de mejor campaña de Comunicación Interna por su campaña sobre la Diversidad e Inclusión.
- **Premios INESE de la Comunicación y Marketing:** Generali ha obtenido la distinción de finalista gracias a su campaña "Capas rojas" que tiene como protagonistas a los autónomos.
- **Premios Corresponsables:** Generali obtuvo la distinción de finalista gracias a su fondo "Contigo autónomo", dirigido a los clientes autónomos más vinculados a Generali con el fin de ayudarles a superar la crisis provocada por la pandemia que ha golpeado duramente a este colectivo.
- **Compromiso con el talento joven:** Generali ha sido reconocida como Empresa Comprometida con la Juventud 2021 por el Centro Internacional de Gestión del Capital Humano (DCH) y la Organización Internacional de la Juventud (OIJ). Este premio reconoce a las empresas que priorizan los objetivos intergeneracionales y proponen soluciones para apoyar a los jóvenes en su transición a la vida laboral y a la autonomía.





ANEXO

Anexo I: Principales Magnitudes del Grupo Generali

Anexo II: Acerca de esta Memoria

Anexo III: Índice de contenidos GRI



ANEXO I • PRINCIPALES MAGNITUDES DE GRUPO GENERALI

Grupo Generali es uno de los mayores grupos aseguradores y de gestión de activos, con una fuerte presencia internacional. En casi 200 años el Grupo ha construido una red con presencia en 50 países a través de más de 400 compañías.

PRIMAS NETAS EMITIDAS

75.825 MM € **+6,4%**

BENEFICIO NETO

2.847 MM € **+63,3%**

DIVIDENDO PROPUESTO POR ACCIÓN

1,07 € **+5,9%**

TOTAL ACTIVOS GESTIONADOS

710.000 MM € **+8,4%**

RESULTADO OPERATIVO

5.852 MM € **+12,4%**

BENEFICIO NETO AJUSTADO

2.795 MM € **+45,1%**

PROPUESTA TOTAL DIVIDENDOS

1.691 MM € **+6,3%**

RATIO DE SOLVENCIA

227 % **+3 p.p.**

VIDA

LIFE NET INFLOWS

12.729 MM € **+4,4%**

NEW BUSINESS VALUE (NBV)

2.313 MM € **+24,2%**

RESULTADO OPERATIVO

2.816 MM € **+7,2%**

Gross written premiums € 51,680 min (+6.0%)

PROPERTY & CASUALTY (P&C)

PRIMAS NETAS EMITIDAS

24.145 MM € **+7,0%**

RATIO COMBINADO

90,8% **+1,7 p.p.**

RESULTADO OPERATIVO

2.650 MM € **+7,9%**

GESTIÓN DE ACTIVOS

RESULTADO OPERATIVO

672 MM € **+22,9%**

BENEFICIO NETO

504 MM € **+30,4%**

ACTIVOS GESTIONADOS

575.000 MM € **+2,5%**



NUEVAS INVERSIONES VERDES Y SOSTENIBLES (2021-2025)

2.547 MM €

INVERSIONES DIRECTAS DE LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO SUJETAS A RIG

312.772 MM €

-4,2%

NUESTRA GENTE

74.621 +2,7%

INDICE DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

115% +9 p.p.

EMPLEADOS CON RESKILLING

68% +16 p.p.

ENTIDADES CON POLITICA DE SMART WORKING

100% +17 p.p.

NUESTROS CLIENTES

67.000 +1,6%

PRIMAS DE PRODUCTOS VERDES Y SOCIALES

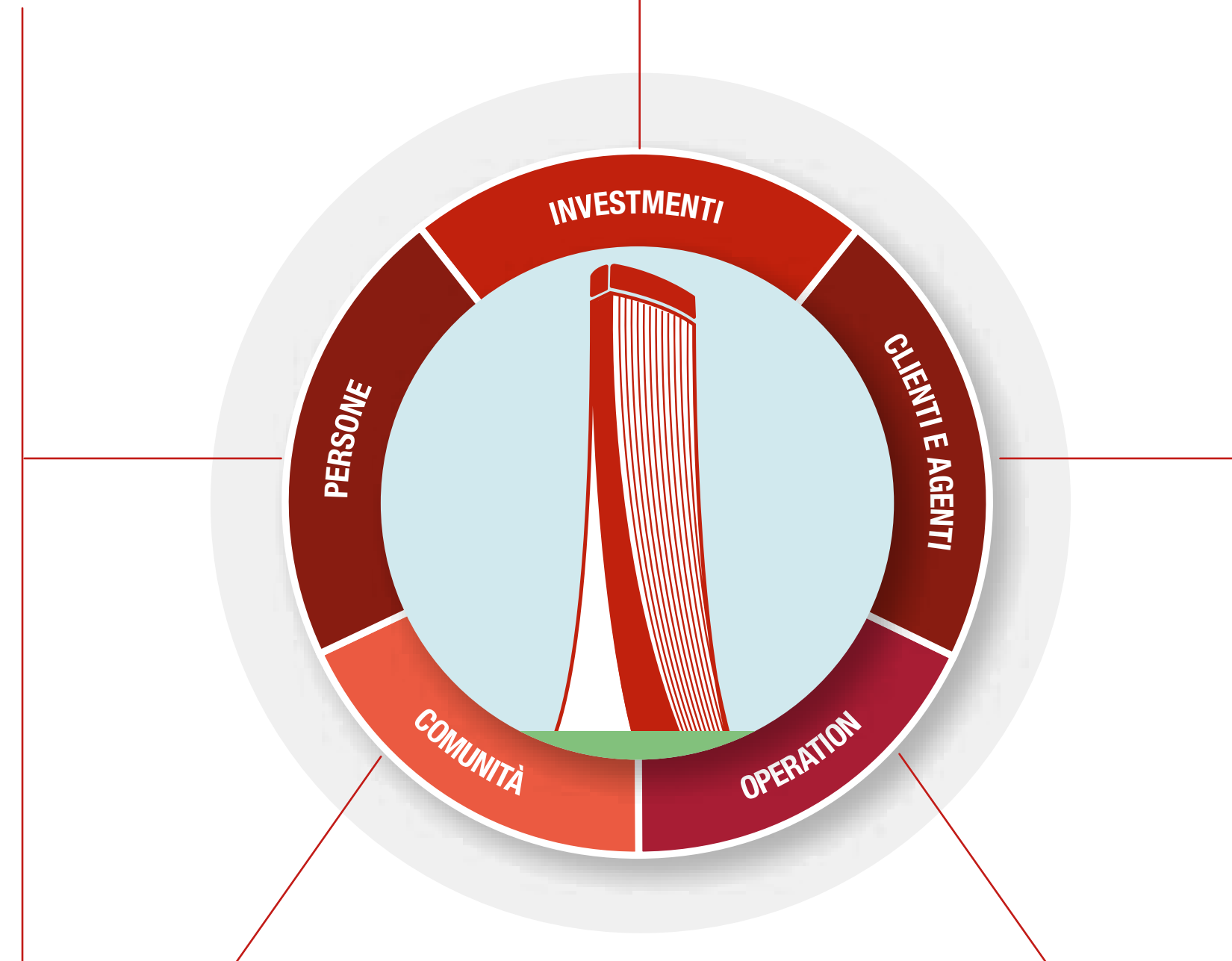
19.894 MM € +17,5%

NUESTROS AGENTES

173.000 +4,5%

COMPARATIVA DE R-NPS VS. 1Q 2019

+14,2



PAÍSES

23 +4,5%

INVERSIÓN EN INICIATIVAS ESTRATÉGICAS INTERNAS (2019-2021)

1.224 MM €

EMISIONES DE GHG (ALCANCE 1 Y ALCANCE 2)

33.964 tCO₂e -21% vs. año 2019

ANEXO II • ACERCA DE LA MEMORIA

PRINCIPIOS DE REPORTING

En esta Memoria se recoge la evolución, los resultados y el desempeño de Generali España en materia de sostenibilidad durante el ejercicio 2021, así como el enfoque de su gestión y los desafíos a los que se enfrenta. La información presentada cubre la totalidad del perímetro de sociedades que operan en España, y que se incluyen en las cuentas consolidadas de Generali España Holding de Entidades de Seguros y Reaseguros, S.A.

El primer año que Generali España publicó su desempeño en materia económica, social y ambiental a través de esta Memoria de Sostenibilidad fue en el ejercicio 2020, adquiriendo un compromiso con la transparencia, la contribución al desarrollo de la sociedad y la respuesta a las demandas de sus grupos de interés, iniciando desde ese momento la publicación de esta memoria con una periodicidad anual.

EXHAUSTIVIDAD DE LA INFORMACIÓN Y PROCESO DE RECOPIACIÓN DE LA MISMA

El esquema de contenidos ha sido definido con la participación de los responsables de las diferentes divisiones de negocio y áreas de gestión de la compañía, asegurando que se hayan considerado los principales aspectos e impactos de cada una de las áreas de actividad del negocio, así mismo estos responsables han participado en el proceso de recopilación de la información siendo extraída a través de los diferentes sistemas de información de los que dispone la compañía.





PRECISIÓN

Toda la información descrita en el informe se presenta lo suficientemente detallada para que los grupos de interés de la compañía puedan valorar adecuadamente el desempeño de Generali en materia de sostenibilidad.



CLARIDAD

La información presentada se expone de una manera comprensible y accesible. Para facilitar su correcta comprensión se ha evitado el uso excesivo de tecnicismos. Asimismo, se emplean gráficos, esquemas, tablas e indicadores para describir los impactos más relevantes de la compañía con el objetivo de agilizar la lectura del documento y facilitar el entendimiento de la información presentada.



COMPARABILIDAD

A efectos de comparabilidad, se han incluido en la presente Memoria datos correspondientes a los ejercicios 2019 y 2020, con el propósito de permitir al lector una mayor comprensión sobre la evolución de la gestión y desempeño de la compañía durante los últimos años en materia de sostenibilidad.



REPORTING EN BASE A GRI

La Memoria de Sostenibilidad ha sido elaborada de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI. Cualquier omisión o reporte parcial de información solicitada por GRI Standards (Global REporting Initiative Standards) ha sido incluida en la Tabla de indicadores GRI, disponible en el Anexo III.

ANEXO III • ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN
GRI 101: Fundamentos			
CONTENIDOS GENERALES			
GRI 102: Contenidos generales			
Perfil de la organización			
102-1	Nombre de la organización	Grupo Generali España Holding de Entidades de Seguros y Reaseguros S.A	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	4, 9, 10, 11, 12, 48	
102-3	Localización de la sede principal de la organización	4	
102-4	Localización de las operaciones	4, 12	
102-5	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	4	
102-6	Mercados servidos	4, 5, 48	
102-7	Dimensiones de la organización	4, 5, 6, 7, 12, 31	
102-8	Información sobre los empleados y otros trabajadores	5, 31, 32, 33	
102-9	Cadena de suministro	47	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	No ha habido cambios significativos en la cadena de suministro	
102-11	Principio de enfoque o precaución	23	
102-12	Iniciativas externas	15, 16, 17, 61, 62,63	
102-13	Asociaciones a las que pertenece la organización	64	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN
Estrategia			
102-14	Declaración del máximo responsable	2	
Ética e integridad			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de la organización	13, 14	
Gobernanza			
102-18	Estructura de gobierno		La información acerca de la Estructura de Gobierno se encuentra disponible en la página web de Generali España: https://www.generalis.es/quienessomos/generali-espana/consejo-deadministracion
Participación de los grupos de interés			
102-40	Listado de grupos de interés	15	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	30, 36	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés		No se dispone de información acerca del proceso de identificación y selección de los grupos de interés de la compañía en España.
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	71	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	71	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN
Prácticas para la elaboración del informe			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	78	
102-46	Definición del contenido de la memoria y el alcance	78, 79	
102-47	Listado de asuntos materiales	71,72	
102-48	Reformulación de información	No ha habido reexpresiones de la información con respecto al año anterior	
102-49	Cambios en el reporte	Se han añadido nuevos indicadores relativos a Sociedad, Gestión Ambiental, Recursos Humanos y Prevención del blanqueo de capitales	
102-50	Periodo de reporte	Ejercicio 2021	
102-51	Fecha de la última memoria	2020	
102-52	Ciclo de elaboración de memorias	Anual	
102-53	Punto de contacto	comunicacion.es@generali.com	
102-54	Declaración de elaboración de conformidad con los Estándares GRI	Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI	
102-55	Índice de contenidos GRI	80, 81	
102-56	Verificación externa	El documento no se encuentra sujeto a la Verificación externa de un tercero independiente	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN
TEMAS MATERIALES			
Sociedad			
GRI 103: Enfoque de gestión*			
103	Enfoque de gestión	72	
GRI 203: Impactos Económicos Indirectos			
203-1	Inversión en infraestructuras y tipos de servicios que se apoyan	61, 62, 63, 64	
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	61, 62, 63, 64	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades			
405-1	Diversidad de los órganos de gobierno corporativo y de la plantilla	La información acerca de la Estructura de Gobierno se encuentra disponible en la página web de Generali España: https://www.generali.es/quienessomos/generali-espana/consejo-deadministracion	
405-2	Relación entre salario base y la remuneración de los hombres con respecto al de las mujeres	33	
GRI 406: No discriminación			
406-1	Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Durante 2021, no se registró ningún caso de discriminación en Generali España	
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva			
407-1	Centros y proveedores en los que la libertad de asociación y la negociación colectiva pueden estar en riesgo	30, 47	
GRI 413: Comunidades locales			
413-1	Operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	61, 62, 63, 64	
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales	61, 62, 63, 64	

* GRI 103: Enfoque de gestión: se incluye la información relativa a la explicación del tema material y su cobertura (103-1), el enfoque de gestión y sus componentes (103-2) y la evaluación del enfoque de gestión (103-3)

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN
GRI 417: Marketing y etiquetado			
417-1	Requisitos para la información y etiquetado de los productos y servicios	9, 10, 11,12, 48	
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Durante 2021, Generali no ha registrado a través de los canales establecidos e ningún incumplimiento relativo a la información y etiquetado de los productos y servicios.	
417-3	Incidentes por incumplimiento de las comunicaciones de marketing	Durante 2021, no se han registrado casos de incumplimiento de la normativa o códigos en materia de mercadotecnia.	
GRI 418: Privacidad de los clientes			
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	46	
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico			
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Durante 2021, se tiene constancia de dos casos de incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico por parte de Generali España Los cuales han sido solventados con el pago de una multa no significativa por Generali.	
Gestión Ambiental			
GRI 103: Enfoque de gestión*			
103	Enfoque de gestión	23, 72	

* GRI 103: Enfoque de gestión: se incluye la información relativa a la explicación del tema material y su cobertura (103-1), el enfoque de gestión y sus componentes (103-2) y la evaluación del enfoque de gestión (103-3)

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN
GRI 302: Energía			
302-1	Consumo energético interno	24	
302-3	Intensidad energética	La intensidad energética en 2021 es de 3.593,8 kWh por empleado	
302-4	Reducción del consumo energético	24	
GRI 303: Agua y efluentes			
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	Todas las oficinas de Generali España consumen agua de la red pública cumpliendo en todo momento con los requerimientos locales de consumo y vertido.	
303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	Todas las oficinas de Generali España consumen agua de la red pública cumpliendo en todo momento con los requerimientos locales de consumo y vertido.	
303-5	Consumo de agua	23,24	
GRI 305: Emisiones			
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	26	
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 2)	26	
305-3	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	26	
305-4	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	La intensidad de emisiones de GEI en 2021 es de 1,1 T Co2e por empleado	
305-5	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	26	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN
GRI 306: Residuos			
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	25	
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	25	
306-3	Residuos generados	25	
306-5	Residuos destinados a eliminación	25	
Recursos Humanos			
GRI 103: Enfoque de gestión*			
103	Enfoque de gestión	30, 31	
GRI 401: Empleo			
401-1	Nuevas contrataciones y rotación media de los empleados	31, 32	
401-2	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada	31, 32	
401-3	Baja por maternidad o paternidad	Durante 2021, 25 mujeres y 38 hombres fueron baja por maternidad y paternidad	
GRI 403: Seguridad y salud en el trabajo			
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	37, 38	
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	37, 38	
403-3	Servicios de salud en el trabajo	38	
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	38	
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	38	

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA	OMISIÓN
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	37, 38	
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	38	
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	37, 38	
403-9	Lesiones por accidente laboral	Durante 2021, se produjeron 106 accidentes laborales con una tasa de 0,29% de absentismo por accidente.	
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Durante 2021, no se ha producido ninguna enfermedad laboral en el Grupo Generali	
GRI 404: Formación y enseñanza			
404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	39	
404-2	Programas para mejorar las competencias de los empleados y los programas de apoyo a la transición	39	
Prevención del blanqueo de capitales			
GRI 103: Enfoque de gestión*			
103	Enfoque de gestión	67, 68, 69	
GRI 205: Anticorrupción			
205-1	Centros analizados con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	Generali España cuenta con un Catálogo de Riesgos de Compliance en el que se definen todos los riesgos relacionados con la corrupción y que está a la disposición de los empleados.	
205-2	Comunicación y capacitación en materia anticorrupción	Cada año, Generali España lleva a cabo cursos formativos obligatorios para todos sus empleados en materia de fraude, soborno y anticorrupción.	
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Durante 2021, no se han registrado casos de incumplimiento de la normativa o códigos en materia de corrupción	

* GRI 103: Enfoque de gestión: se incluye la información relativa a la explicación del tema material y su cobertura (103-1), el enfoque de gestión y sus componentes (103-2) y la evaluación del enfoque de gestión (103-3)



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

2021

generali.es