

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2020



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.

ÍNDICE

CARTA DEL CEO.....	4
--------------------	---

1. GENERALI..... 5

1.1 GRUPO GENERALI	6
1.2 PRINCIPALES MAGNITUDES DE GENERALI ESPAÑA.....	8
1.3 NUESTRA RED DE DISTRIBUCIÓN	10
1.3.1 AGENTES EXCLUSIVOS	10
1.3.2 CORREDORES.....	11
1.3.3 BANCASEGUROS.....	11
1.3.4 CANAL DIRECTO	11
1.4 NUESTROS PRODUCTOS	12
1.4.1 GC&C	13
1.4.2 GENERALI EMPLOYEE BENEFITS ...	14
1.5 VALORES Y PROPÓSITO	14
1.6 NUESTRA ESTRATEGIA.....	15
1.7 NUESTRA MARCA.....	16
1.8.NUESTROS COMPROMISOS	17

2. COMPROMISOS CON EL MEDIOAMBIENTE. . 21

2.1 POLÍTICA AMBIENTAL.....	22
2.2. CONSUMO DE RECURSOS	23
2.3 GESTIÓN DE RESIDUOS	24
2.4 CONTAMINACIÓN	25

3. COMPROMISOS CON LA SOCIEDAD 27

3.1 COMPROMISOS CON EL DESARROLLO... SOSTENIBLE	28
3.2 NUESTRA GENTE	30
3.2.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA ...	30
3.2.2 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	33
3.2.3 ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO.....	41
3.2.4 PREVENCIÓN DE RIESGOS	43
LABORALES	

3.2.5 FORMACIÓN	45
-----------------------	----

3.2.6 GLOBAL ENGAGEMENT SURVEY ...	48
------------------------------------	----

3.2.7 VOLUNTARIADO.....	49
-------------------------	----

3.3 NUESTROS CLIENTES.....	50
----------------------------	----

3.3.1 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN NPS	50
---------------------------------------	----

3.3.2 QUEJAS Y RECLAMACIONES	51
------------------------------------	----

3.4 NUESTROS PROVEEDORES.....	54
-------------------------------	----

3.4.1 CADENA DE SUMINISTRO	54
----------------------------------	----

3.4.2 GESTIÓN DE PROVEEDORES	55
------------------------------------	----

3.5 PRODUCTOS GREEN AND SOCIAL.....	56
-------------------------------------	----

3.6 DIGITALIZACIÓN	58
--------------------------	----

3.7 INVERSIONES SOSTENIBLES	64
Y RESPONSABLES	

3.8 NUESTRA ACCIÓN SOCIAL	71
---------------------------------	----

3.9 NUESTRO COMPROMISO	73
CON EL DEPORTE	

3.10 NUESTRO COMPROMISO	75
CON LA FORMACIÓN	

3.11 AFILIACIÓN Y ASOCIACIONES	76
--------------------------------------	----

4. GESTIÓN RESPONSABLE 77

4.1 CÓDIGO DE CONDUCTA	78
------------------------------	----

4.2 GESTIÓN DE RIESGOS	78
------------------------------	----

4.3 CORRUPCIÓN Y SOBORNO	82
--------------------------------	----

4.4 DERECHOS HUMANOS	85
----------------------------	----

4.5 MATRIZ DE MATERIALIDAD.....	86
---------------------------------	----

5. RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS 89

ANEXO 91

ANEXO I. PRINCIPALES MAGNITUDES DE GRUPO GENERALI.....	92
---	----

ANEXO II: ACERCA DE LA MEMORIA	94
--------------------------------------	----

ANEXO III: TABLA DE INDICADORES GRI	95
---	----

Carta del CEO

Estimado amigo,

Es un verdadero honor poder presentar nuestra primera Memoria de Sostenibilidad. Con ello, no deseo dar a entender que ésta sea la primera vez que tenemos una especial sensibilidad por la sostenibilidad.

Al contrario, desde hace años venimos trabajando en el respeto a una amplia lista de valores y contribuyendo al desarrollo de los mismos, que ahora tienen cabida bajo el concepto de sostenibilidad.

Un concepto amplio que engloba todas aquellas acciones dirigidas a permitir la transición de nuestra riqueza material e intelectual, a futuras generaciones de forma ilimitada en el tiempo.

Tenemos la enorme fortuna de formar parte del ecosistema asegurador, un entorno en cuya raíz —el mutualismo— radica un concepto sostenible: contribuir todos para que los más impactados por una desgracia puedan subsistir. Pero, más allá de este concepto amplio de negocio, consideramos que los seguros de salud, vida, invalidez e incluso los seguros de ahorro son esenciales para la sostenibilidad del sistema público de Seguridad Social.

Nuestra contribución para mitigar el impacto medioambiental y el efecto en el uso de recursos naturales y el vertido de residuos es otro de nuestros focos de atención, que reforzamos en nuestra conducta como aseguradores e inversores.

Renunciamos a asegurar empresas dedicadas a la extracción de carbón, petróleo y gas e impulsamos la inversión de nuestros fondos en iniciativas respetuosas con el medioambiente y la sostenibilidad.

La acción social, para llegar a los más desfavorecidos, es asimismo un creciente punto de atención por medio de nuestra Fundación Generali The Human Safety Net, que actúa para apoyar a las familias con niños en riesgo de exclusión social por pobreza. La pobreza infantil es un terrible problema de nuestra sociedad y es imposible que en un país como España el 27% de los niños estén en riesgo de pobreza.

Nuestra contribución alcanza finalmente a nuestra propia gobernanza, por medio de directrices claras y transparentes de rigurosa aplicación, para cumplir las obligaciones que nos hacen alcanzar un cumplimiento intachable de nuestro entorno normativo.

Esta amplia Memoria pretende por ello ordenar y poner en valor nuestro pleno compromiso con la sostenibilidad y alcanzar a su vez nuevas metas y objetivos para impulsar un mundo mejor.

Santiago Villa
CEO



1

GENERALI

1.1 GRUPO GENERALI	6
1.2 PRINCIPALES MAGNITUDES DE GENERALI ESPAÑA	8
1.3 NUESTRA RED DE DISTRIBUCIÓN	10
1.3.1 AGENTES EXCLUSIVOS	10
1.3.2 CORREDORES	11
1.3.3 BANCASEGUROS	11
1.3.4 CANAL DIRECTO	11
1.4 NUESTROS PRODUCTOS	12
1.4.1 GC&C	13
1.4.2 GENERALI EMPLOYEE BENEFITS	14
1.5 VALORES Y PROPÓSITO	14
1.6 NUESTRA ESTRATEGIA	15
1.7 NUESTRA MARCA	16
1.8. NUESTROS COMPROMISOS	17

1.1 Grupo Generali

Generali España forma parte de Grupo Generali, un grupo asegurador italiano independiente fundado en 1831, con una fuerte presencia internacional. Grupo Generali es uno de los mayores actores mundiales del sector de los seguros, una industria clave para el desarrollo, crecimiento y bienestar de la sociedad. Grupo Generali opera en 50 países mediante más de 400 compañías y más de 72.000 empleados. Generali es el líder del mercado en Italia, con una sólida base en Europa (Alemania, Francia, Austria CEE & Rusia, España, Suiza entre otros), donde quiere ser líder en el sector minorista, y busca continuar su crecimiento, con un enfoque selectivo, en Asia (China, Indonesia o India, entre otros) y Sudamérica (Argentina, Brasil o Chile entre otros).



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.

GENERALI ESPAÑA			
GENERALI A.I.E.	GENERALI SEGUROS	CAJAMAR	AUDITORÍA INTERNA
Business Digital Technology	Comercial y Distribución	Cajamar Vida	CONTROL DE RIESGOS
Operaciones	Insurance Office (Vida – No Vida)	Cajamar Seguros Generales	
Inversiones	Marketing y Clientes Comunicación		
Control de Riesgos			
People and Organization			
Estrategia e Innovación			
Asesoría Jurídica y Secretaría General			
Cumplimiento			
Actuarial			
Data Office			
Financial Office			

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

- **Generali Seguros:** dedicada al negocio asegurador.
- **GENERALI A.I.E.:** que agrupa servicios comunes para aprovechar sinergias.
- **Cajamar Vida:** Joint Venture constituida por Generali y Cajamar para la distribución de seguros de Vida a través de su red de sucursales.
- **Cajamar Seguros Generales:** Joint Venture constituida por Generali y Cajamar para la distribución de seguros de No vida a través de su red de sucursales.

1.2 MAGNITUDES DE GENERALI ESPAÑA

PRIMAS EMITIDAS NETAS ANULACIONES -6,5%

2.212 MM de €

RESULTADO OPERATIVO -10,2%

263 MM de €

BENEFICIO NETO -14,4%

180,3 MM de €

RATIO DE SOLVENCIA -7,0 p.p.

196,4%

NO VIDA

El año 2020 se ve afectado por el entorno excepcional COVID-19. A pesar de la caída del nuevo negocio, el negocio de no vida crece 1,7%, manteniendo un ratio combinado estable. La caída en el Resultado Operativo es consecuencia de siniestros graves del negocio corporativo.

PRIMAS EMITIDAS NETAS DE ANULACIONES

+1,7%

1.541 MM de €

RATIO COMBINADO

+0,2 p.p.

93,4%

RESULTADO OPERATIVO

-13,1%

124,2 MM de €

VIDA

El negocio de vida se ve afectado por la pandemia. El resultado operativo cae como consecuencia de un aumento de los rescates mientras que el "new business value" y los "net inflows" caen en línea con la evolución negativa de las primas.

LIFE NET INFLAWS

-336,8%

- 124 MM de €

NEW BUSINESS VALUE (NBV)

-2,8%

158 MM de €

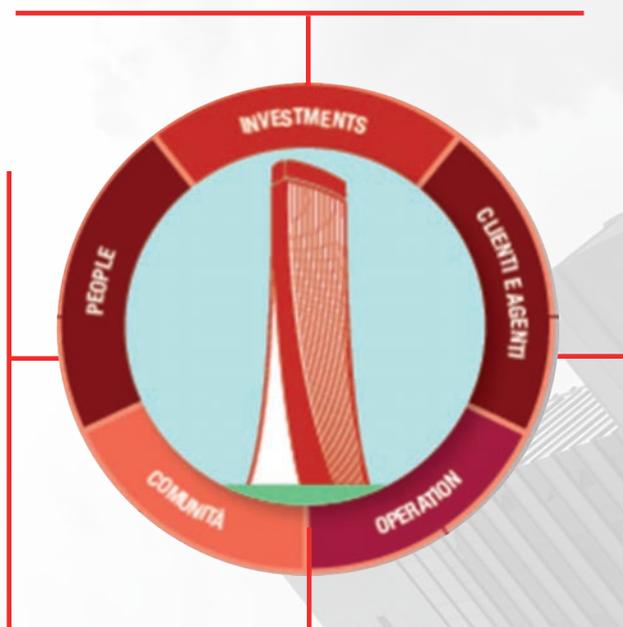
RESULTADO OPERATIVO

-7,4%

139 MM de €

NUEVAS INVERSIONES VERDES Y SOSTENIBLES

5.973 MM de €



NUESTRA GENTE +1%

1.752

NUESTROS CLIENTES -0,8%

3,0 MM

PRIMAS DE PRODUCTOS GREEN & ENVIRONMENTAL

611 MM €

NUESTROS AGENTES

3.424



FAMILIAS BENEFICIARIAS

123

ACTIVOS GESTIONADOS

VIDA +2,0%

9.014 MM de €

NO VIDA +0,7%

4.435 MM €

FONDOS PROPIOS -6,1%

2.190 MM de €

PROVISIONES MATEMÁTICAS +1,1%

5.784 MM de €

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.

La plantilla de Generali España, a 31 de diciembre, está compuesta por 1.752 empleados, de los cuales 1.112 están adscritos a las oficinas centrales y el resto, 640 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 85 sucursales y 19 oficinas comarcales.

GENERALI cuenta, además, con una extensa red de **1.559 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 **3.524 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 medio 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. Cuenta además con una app (Genio) que les permite acceder desde cualquier lugar a los proyectos de sus clientes, a su agenda, etc.



Aquellos **agentes que destacan** por su vinculación, profesionalidad, así como el volumen y calidad del negocio portado, 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 para agentes**, denominado **APC** (Agentes Plan de Carrera), que posibilita el acceso a la profesión de agente exclusivo.

1.3.2 Corredores

Generali ha reforzado la estrategia de distribución a través de corredores dentro de su estructura territorial, con 16 sucursales centradas en la atención exclusiva a este canal. El objetivo es tener equipos altamente cualificados, dedicados en exclusiva a prestar un servicio personalizado a los **4.215 corredores** que trabajan 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 4 millones de clientes.

Desde 2020 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 Automóviles, Hogar, Decesos, Accidentes, Comercio, Pymes, D&O (Directors & Officers), Embarcaciones de Recreo, Responsabilidad Civil y Vida Riesgo.

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. Este acuerdo además impulsará el desarrollo de nuevos productos y servicios de alto valor añadido, que se enriquecerán con propuestas concretas de asesoramiento, diseñadas para el perfil de cliente de Banca Privada y Patrimonial de Banca March, que cuenta con un alto conocimiento financiero.

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.

 <p>Particulares</p>	 Automóviles, motos, camiones	 Vida, Ahorro e Inversiones, Pensiones
	 Asistencia en viaje	 Subsidio y protección de pagos
	 Asistencia jurídica	 Salud, hospitalización y subsidio
	 Decesos y Asistencia familiar	 Responsabilidad Civil
	 Embarcaciones de recreo	
	 Multi-riesgos (Hogar, Comercio, Comunidad)	
 <p>Empresas</p>	 Daños a los bienes asegurados	 Caución
	 Pérdida de beneficios	 Seguros colectivos de vida, ahorro, accidentes, salud, pensiones
	 Responsabilidad Civil	 Flotas de vehículos
	 Ingeniería	 Buques y Aeronaves
	 Transportes	

Durante 2020, Generali ha lanzado los siguientes productos y servicios:

- **Generali Negocio:** Se incluye la cobertura de Servicios Tecnológicos y de Transformación digital, para ayudar a los comercios a digitalizarse. Se incluyen servicios como: Autodiagnóstico guiado de situación digital actual y necesidades mediante un Termómetro digital, curso de consejos sobre cómo establecer una estrategia, planificar y buscar contenidos e ideas y sobre herramientas de comunicación, marketing y contenido visual, diseño de web, creación de blog y contenidos en redes sociales.
- **Responsabilidad Civil profesional:** dirigido a actividades profesionales de riesgo bajo/medio susceptibles de ser asegurables por Responsabilidad Civil Profesional. Está dividido en familias.

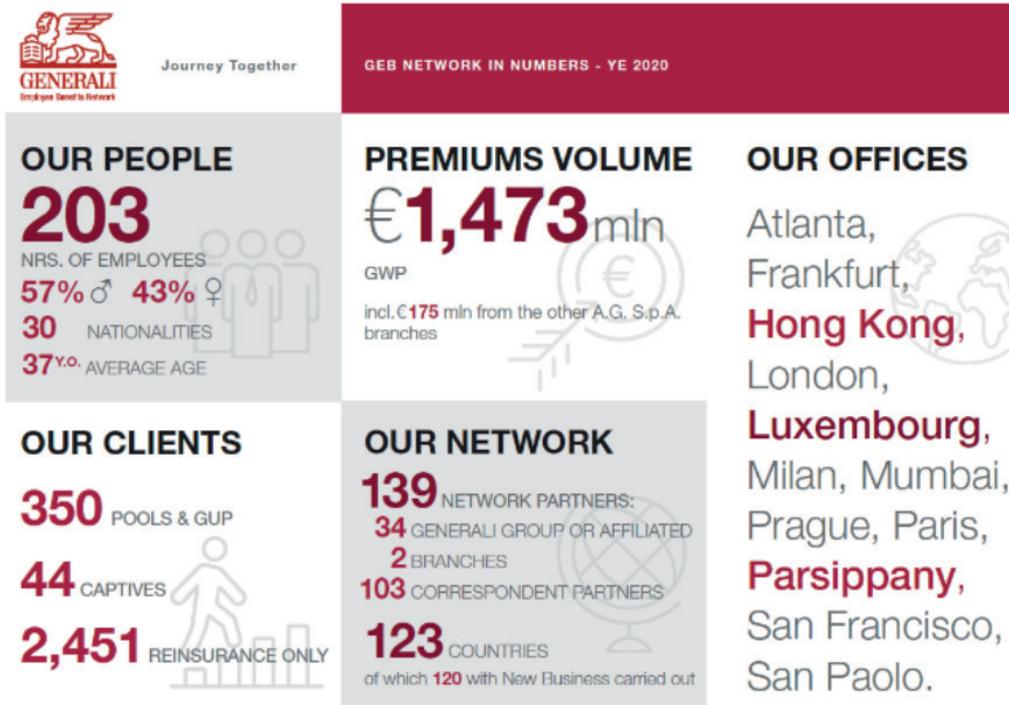
- **GENERALI Hospitalización Plus Emergency:** dirigido a las empresas que tienen colectivos de empleados asegurados en GENERALI para ofrecer cobertura en caso de hospitalización por contagio de coronavirus entre sus empleados. Contempla una indemnización diaria de 100 euros durante 10 días, a partir del séptimo día, en caso de ingreso hospitalario por la COVID-19, así como el pago de una indemnización de 3.000 euros por ingreso de al menos 24 horas en la Unidad de Cuidados Intensivos provocado por dicha enfermedad, que serán abonados al alta del asegurado.
- **PPA V:** Plan de Previsión Asegurado (PPA) especialmente diseñado para clientes de perfil conservador que no quieren arriesgar sus ahorros para la jubilación, en un contexto financiero complejo.

1.4.1 GC&C

La división Generali Global Corporate & Commercial ofrece soluciones y servicios de seguros completos a empresas y corredores en más de 160 países de todo el mundo, con unos ingresos totales por primas de 2.200 millones de euros en 2020.



1.4.2 Generali Employee Benefits



1.5 Valores y propósito

NUESTRA CULTURA IMPULSA LA ESTRATEGIA

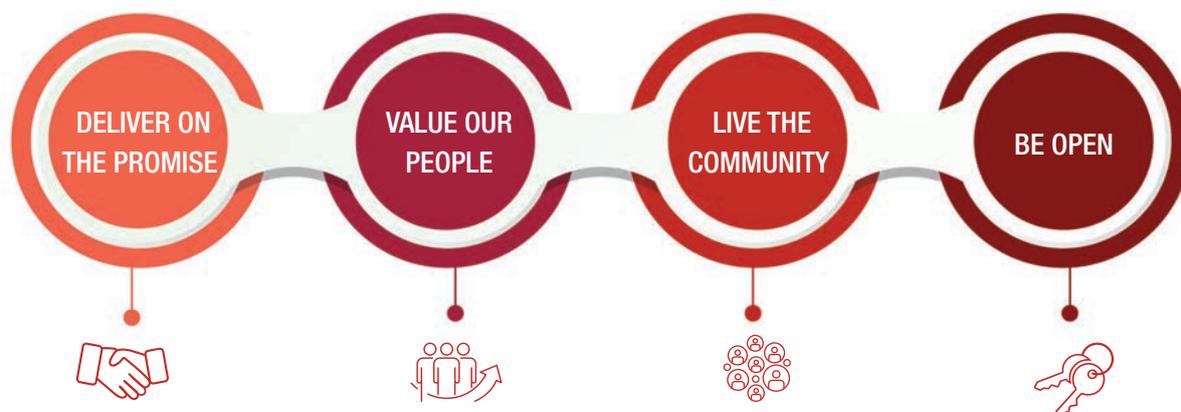
Vivimos en la era de la transformación. El mercado asegurador está en constante evolución, al igual que las necesidades y los sueños de nuestros clientes.

NUESTRO PROPÓSITO

Facilitar que las personas puedan diseñar un futuro más seguro 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 y personalizadas, les permitirá tomar decisiones y moldear un futuro más seguro: para ellos mismos, sus seres queridos, sus negocios y sus comunidades.

NUESTROS VALORES



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 relación duradera.

Valoramos a nuestra gente, fomentamos la diversidad e invertimos en el aprendizaje 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.

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.

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:

- La **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** por medio de la integración de 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

Durante el ejercicio 2020, Generali ha lanzado su primera campaña global de publicidad bajo el lema: **“El Rojo GENERALI no es solo nuestro color, es nuestra actitud”** y bautizada con el concepto **REDITUDE**. 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.

Estos 3 atributos son los que **sintetizan el nuevo reposicionamiento de la marca**.

De esta forma, GENERALI se define como un **equipo dinámico, proactivo, inconformista e innovador** que destaca por su nivel de integración en la comunidad, como **Socios de por Vida de sus clientes**, y que además está comprometido con el futuro de la sociedad y, por consiguiente, con la sostenibilidad. En definitiva, un equipo activo, comprometido y solidario.

Esta campaña, además, pone en valor el papel del agente en la relación de GENERALI con los clientes. Gracias a su contacto frecuente y cercano, el agente aporta comprensión, seguridad y confianza. Se trata de una relación que va más allá de lo comercial, que se centra en el contacto humano, en la búsqueda de soluciones a los retos reales del cliente, con rapidez, precisión y eficacia. Este nivel de profesionalidad los convierte en personas de referencia en las comunidades en las que viven.

Para su lanzamiento se ha utilizado un mix de medios amplísimo donde destaca especialmente el medio televisivo, digital y social, así como una importante variedad de formatos creativos que han permitido alcanzar a una amplia audiencia.

Se trata de una propuesta fresca, global y diferente, diseñada para los nuevos tiempos.

CORAZÓN

ALMA

PULSO



1.8 Nuestros compromisos

Nuestro manifiesto

Nosotros, Generali, contribuimos a construir una sociedad sana, fuerte y sostenible en la que las personas puedan desarrollarse y crecer. Así es como vivimos nuestro papel de empresa socialmente responsable, creando un valor duradero para nuestros grupos de interés.

Nuestra Misión es proteger y mejorar activamente la vida de las personas y eso es lo que hacemos cada día.

Comprendemos las fuerzas que afectan a nuestros grupos de interés y a la sociedad en su conjunto, y fomentamos un entorno en el que todos puedan recuperarse y avanzar, para crear un valor que se prolongue en el tiempo.

Nuestros clientes, accionistas, empleados, distribuidores, proveedores y demás partes interesadas desempeñan un papel fundamental en esta misión, y para nosotros es esencial alimentar su confianza.

Esta es nuestra imagen de un liderazgo excelente y fiable: acompañar a quienes participan de algún modo en nuestra actividad, comprendiendo cómo les afectan nuestras decisiones y actuando de forma responsable para aumentar su nivel de satisfacción e inspirar confianza en nuestra marca.



Para hacer realidad esta imagen:

1. 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 macrotendencias 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.



2. VIVIMOS EN COMUNIDAD, MÁS ALLÁ DE LAS OPERACIONES COMERCIALES DIARIAS:



- ✓ Actuamos de forma estratégica, movilizando 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

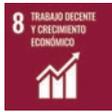
Responder a las macrotendencias que dan forma a nuestra empresa y a la sociedad



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 telemática, soluciones de conexión para el hogar y soluciones de salud.

Ayudar a nuestros clientes de forma rápida y razonable cuando nos necesiten, especialmente resolviendo reclamaciones de seguros.

Ser **líderes en innovación digital** para hacer los seguros accesibles en todas partes 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 conflictivos** 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 titulares de pólizas, 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.



Fomentar un ambiente de trabajo inspirador para nuestro equipo



Gestionar nuestro personal **de forma humana** y responsable, de acuerdo con nuestros Valores.

Potenciar a nuestro personal desarrollando su talento y promoviendo su bienestar.

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.

Gestionar las relaciones con nuestros distribuidores y proveedores de servicios de forma responsable.

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.



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.





2 COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

2.1 POLÍTICA AMBIENTAL	22
2.2. CONSUMO DE RECURSOS	23
2.2 GESTIÓN DE RESIDUOS	24
2.4 CONTAMINACIÓN	25

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 System Management (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 informa, en caso de producirse, sobre 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). Si la organización no ha identificado incumplimientos de las leyes o normativas en materia de medio ambiente, basta con señalar este hecho en una declaración breve.

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**.

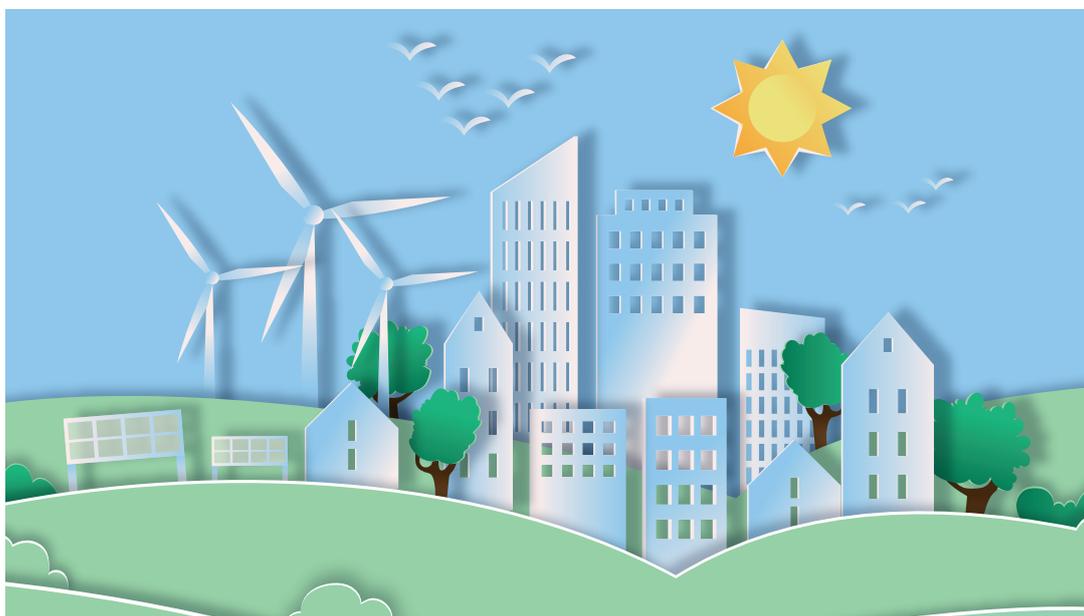


2.2 Consumo de recursos

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

- Limitamos el consumo de **combustibles fósiles** con la compra de energía eléctrica 100% verde, procedente de energías renovables.
- Disponemos de instalación de **luminarias de bajo consumo** en oficinas centrales, y de rótulos LED en Red Comercial. Entre otras medidas, ésta nos ha permitido reducir el consumo eléctrico en 500.000 kWh respecto a 2019 y en 1.4 millones de kWh respecto a 2018.
- Impulsamos la renovación de instalaciones de **climatización** y SAI.
- En 2020 Generali España ha dejado de consumir Gasóleo C. Asimismo, 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.
- Promocionamos acciones para la **reducción del consumo de papel** en nuestros centros de trabajo con iniciativas en favor de la digitalización.

	Año	2019	2020
Consumo de energía	Electricidad	6.618.184 kWh	6.017.145 kWh
	Gas natural	182.135 kWh	178.767 kWh
	Gasóleo C	5.004 litros	0 litros
Consumo de agua	Agua de red	23.316 m ³	14.337 m ³
Consumo de materias primas	Papel estándar	125.276 kg	61.883 kg
	Papel impreso para documentación negocio	130.859 kg	112.199 kg



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. Se prevé extender en 2021-2022 esta iniciativa a todas las oficinas de la Compañía.
- En relación con el **papel y cartón** utilizado por 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.
- En relación con **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.

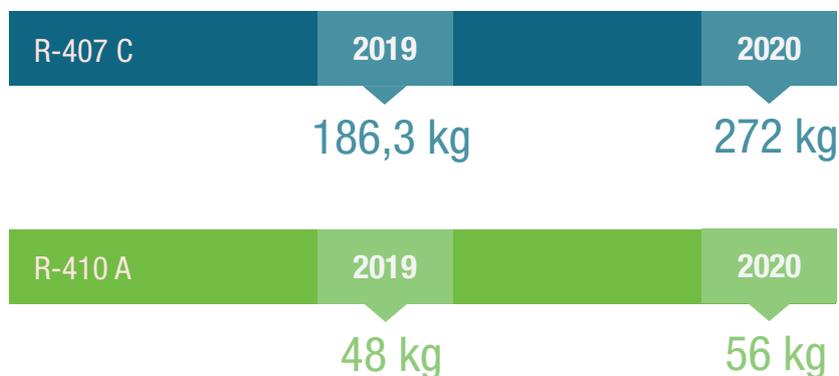
	Año	2019	2020
Generación de residuos	Residuo Papel y Cartón	128.078 kg	105.388 kg
	Residuo Orgánico	13.117 kg	4.737 kg
	Residuo Plástico	5.201 kg	2.331 kg
	Residuo Resto	25.063 kg	12.823 kg
	Residuo Material Informático	3.470 kg	17.119 kg
	Residuo Tóner	196 kg	155 kg

GESTIÓN DE LOS RESIDUOS	
Tipo eliminación Papel y Cartón	Entrega a gestor autorizado.
Tipo eliminación Orgánico	Servicio realizado por proveedor recurrente de limpieza y depósito en contenedores municipales.
Tipo eliminación Plástico	Servicio realizado por proveedor recurrente de limpieza y depósito en contenedores municipales.
Tipo eliminación Resto	Servicio realizado por proveedor recurrente de limpieza y depósito en contenedores municipales.
Tipo eliminación Material Informático	Entrega a gestor autorizado.
Tipo eliminación Tóner	Se ha dejado de consumir tóner. La eliminación la realiza el proveedor de máquinas multifunción de forma controlada.

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.

En lo que respecta a la emisión de gases refrigerantes la evolución desde 2019 ha sido la siguiente:



Como se avanzaba en el apartado 2.2 de esta memoria, Generali España ha sustituido los equipos que emplean el contaminante gas R-22. El sustituto de este gas es el R-407C, un gas que no tiene impacto en la capa de ozono, y con una capacidad frigorífica y eficiencia energética similar a las del R-22. Por ello se aprecia un incremento en el consumo de este gas desde 2018.

El gas R-410 A es el que se emplea en los equipos nuevos, consta de una capacidad frigorífica y presión de trabajo muy superior al R-22 y no daña a la capa de ozono. La sustitución de equipos antiguos ha llevado al incremento progresivo también de este gas.

EMISIONES DE CO₂

El Grupo sigue el standard marcado por **“GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard”** desarrollada por el World Resources Institute (WRI) y el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), la metodología standard más utilizada para el cálculo de las emisiones corporativas de CO₂.

El objetivo de Grupo marcado para **2021** establece la reducción en un **20% de las emisiones de CO₂**, tomando como base las emisiones de 2013.

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.

Los factores utilizados para la estimación de la emisión de CO₂ por Generali España son los marcados por el Grupo, y proceden de reconocidas agencias medioambientales (DEFRA, GABI Database y VFU).

	Año	2019	2020
Emisiones de CO ₂	Total emisiones Alcance 1	86.039 Kg CO ₂	81.980 Kg CO ₂
	Total emisiones Alcance 2	916.541 Kg CO ₂	901.565 Kg CO ₂
	Total emisiones Alcance 3	755.428 Kg CO ₂	521.064 Kg CO ₂
	TOTAL	1.758.008 Kg CO₂	1.504.609 Kg 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.

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.

3 COMPROMISOS CON LA SOCIEDAD

3.1 COMPROMISOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE	28
3.2 NUESTRA GENTE	30
3.2.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA	30
3.2.2 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	33
3.2.3 ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	41
3.2.4 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	43
3.2.5 FORMACIÓN	45
3.2.6 GLOBAL ENGAGEMENT SURVEY	48
3.2.7 VOLUNTARIADO	49
3.3 NUESTROS CLIENTES	50
3.3.1 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN NPS	50
3.3.2 QUEJAS Y RECLAMACIONES	51
3.4 NUESTROS PROVEEDORES	54
3.4.1 CADENA DE SUMINISTRO	54
3.4.2 GESTIÓN DE PROVEEDORES	55
3.5 PRODUCTOS GREEN AND SOCIAL	56
3.6 DIGITALIZACIÓN	58
3.7 INVERSIONES SOSTENIBLES Y RESPONSABLES	64
3.8 NUESTRA ACCIÓN SOCIAL	71
3.9 NUESTRO COMPROMISO CON EL DEPORTE	73
3.10 NUESTRO COMPROMISO CON LA FORMACIÓN	75
3.11 AFILIACIÓN Y ASOCIACIONES	76

3.1 Compromisos con el desarrollo sostenible

1. Impacto de la actividad en el empleo y en el desarrollo local

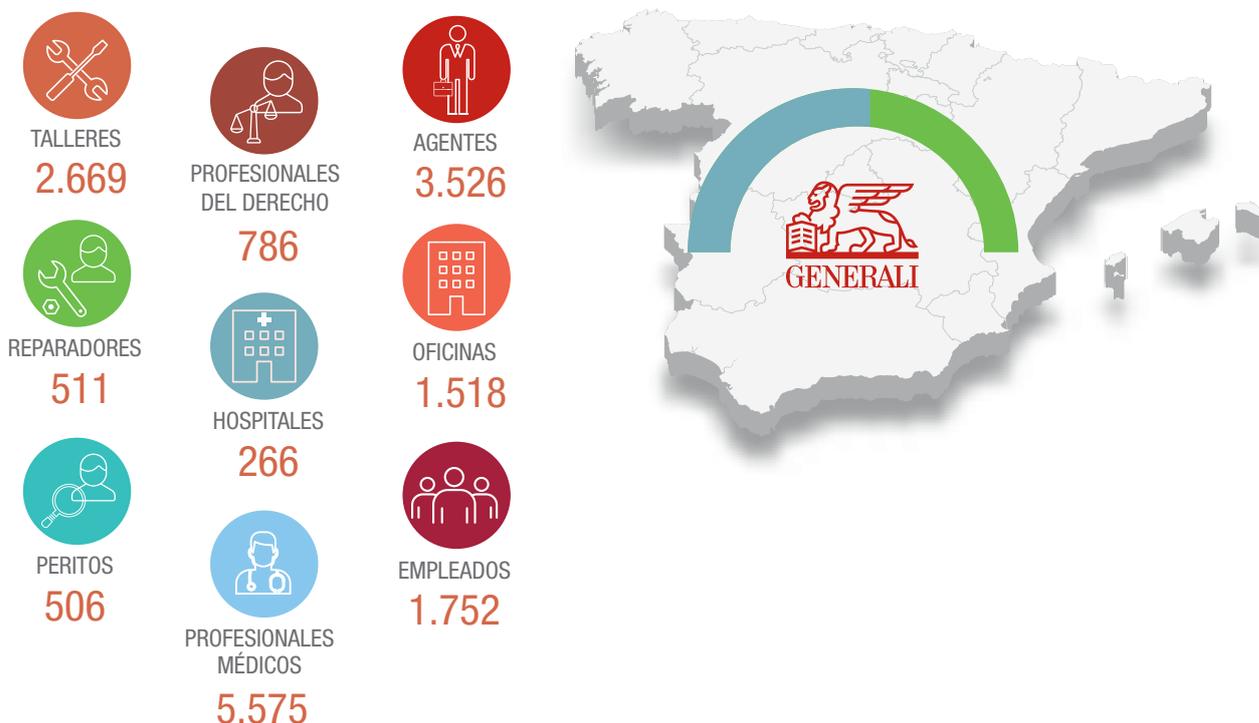
Para el desarrollo de las funciones asociadas a la **gestión** de su importante **cartera de negocio**, Generali cuenta con un total de **1.752 empleados**, distribuidos entre sus oficinas central de **Madrid** y de **Barcelona**, así como entre sus **8 direcciones territoriales** y **105 sucursales 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:

- **3.424 agentes exclusivos** para la distribución de seguros y labores de atención al cliente y cuenta con **1.518 oficinas de agencia**
- **2.669 talleres concertados** para la reparación de vehículos y sustitución de lunas y cristales
- **511 profesionales** 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...)
- **355 peritos** expertos en daños patrimoniales y 151 especializados en vehículos a motor
- **768** profesionales del **derecho**
- **266 clínicas y hospitales**, así como con **5.575 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.



2. Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos

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 2020 Generali se ha comunicado con sus diferentes stakeholders por diferentes canales:

- **Empleados:** 251 Newsletters internas (156 “Generali Empleados” y 95 Boletines “9:00 AM”, creados específicamente para la situación de pandemia provocada por COVID-19)
- **Mediadores:** 184 newsletters (“Generali Informa”)
- **Clientes:** 12 comunicaciones sobre prevención y seguridad, además de las comunicaciones contractuales



3.2 Nuestra gente

3.2.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA



El Grupo Generali en España se organiza bajo una estructura de tres sociedades, una Holding, una AIE desde donde se prestan servicios a las demás sociedades del Grupo y una Compañía de Seguros, así como dos joint ventures con Cajamar, Cajamar Vida y Cajamar Seguros Generales. El número total de empleados del Grupo en España a cierre de 2020 asciende a 1.752 empleados.

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 VI Convenio Colectivo de Grupo Generali fue firmado 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 por 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 nuestros 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:

- 1 EQUIDAD Y CONSISTENCIA DE LAS REMUNERACIONES EN RELACIÓN CON LAS RESPONSABILIDADES ASUMIDAS Y LAS CAPACIDADES DEMOSTRADAS
- 2 COHERENCIA CON LA ESTRATEGIA Y LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS
- 3 COMPETITIVIDAD RESPECTO A LAS TENDENCIAS Y PRÁCTICAS DEL MERCADO
- 4 EVALUACIÓN DE LOS MÉRITOS Y DEL RENDIMIENTO EN FUNCIÓN DE LOS RESULTADOS, LA CONDUCTA Y LOS VALORES
- 5 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. Además, se ha realizado una campaña para comunicar mejor la compensación total y los beneficios sociales que Generali Seguros ofrece. 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 cuanto a la **información de la plantilla**, a continuación, incluimos su distribución:

1. INFORMACIÓN DE LA PLANTILLA

	MUJERES		HOMBRES		TOTAL	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Género	725	740	1015	1012	1740	1752
Edad						
< = 25 años	7	8	5	3	12	11
< = 35 años	115	114	113	114	228	228
< = 45 años	224	212	260	264	484	476
< = 55 años	238	246	297	283	535	529
56 o más	141	160	340	348	481	508

La situación generada por la pandemia ha tenido como consecuencia una menor rotación y una gestión más prudente de la contratación. No obstante, se observa un incremento en el número de mujeres en línea con el compromiso de fomentar la diversidad y promover contratación y la promoción de mujeres, especialmente en las posiciones o colectivos en los que están infra representadas.

Al igual que en los gráficos de distribución por género, la realidad de la distribución por edades refleja la situación extraordinaria del ejercicio 2020 en el que los movimientos de plantilla y la contratación se han contenido. También en este punto es y será esencial la apuesta por la diversidad.

2. EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL

	MUJERES		HOMBRES		TOTAL	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Alta Dirección	2	2	12	12	14	14
Directivos	11	14	49	42	60	56
Mandos Intermedios	59	53	211	167	270	220
Empleados	653	671	742	791	1.395	1.462

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 no se refleja 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.

Empleados por tipo de contrato: 1750 empleados, a cierre de 2020, tienen contrato indefinido, de los cuales 1.744 son a tiempo completo y 6 a tiempo parcial.

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

3. POR RANGOS DE ANTIGÜEDAD

Como reflejo de la edad de la plantilla del Grupo, en el que hay un mayor colectivo de personas trabajadoras mayores de 45 años y, en especial, mayores de 55 años, encontramos una correlación en los datos de antigüedad en los que encontramos un mayor número de empleados y empleadas con una antigüedad superior a 20 años (casi el 50%) como muestra de su compromiso y vinculación con la empresa, de los que también son reflejo los bajos datos de rotación.

Año 2020

ANTIGÜEDAD	Mujeres	Hombres	Total
< = 2 años	78	88	166
< = 5 años	73	80	153
< = 10 años	113	117	230
< = 20 años	185	263	448
> 20 años	291	464	755
TOTAL	740	1.012	1.752

4. PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En 2020, hay 27 empleados con algún grado de discapacidad certificada. En 2019, había 25 empleados con algún grado de discapacidad certificada.

3.2.2 DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



Generali España considera la **Diversidad y la Igualdad elementos centrales de su estrategia como Compañía**, no sólo a nivel de gestión de personas y recursos humanos, sino en su actividad, sino en su actividad y relación con la comunidad y con los diferentes grupos de interés (proveedores, agentes, clientes etc.).

Todos los empleados de Grupo Generali son responsables de mantener un entorno inclusivo, en el que se valora la diversidad y se combate la discriminación en cualquier área donde se encuentre.

Los responsables de la empresa son modelos para seguir y se espera de ellos que actúen siempre de forma justa, igualitaria e inclusiva con los miembros de sus equipos como líderes de la diversidad.

Para Generali España la **inclusión significa reconocer, valorar y tomar en consideración los diferentes antecedentes, conocimientos, habilidades, necesidades y experiencias de las personas** para crear equipos de trabajo cohesionados con empleados/as comprometidos que puedan compartir su talento diverso y sus puntos de vista para crear mejores ideas y procesos de negocio.

En Generali España, los aspectos referidos a Diversidad, Inclusión y Conciliación están sometidos a evaluación y mejora continua, a través de la **opinión de los empleados/as en la Encuesta de Compromiso** que se realiza bianualmente en todo el Grupo (Global Engagement Survey).

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.

También se ha lanzado la **Campaña de Formación Be Inclusive Training**, como un amplio programa formativo destinado a reforzar los conocimientos en materia de diversidad e inclusión de toda la plantilla, reduciendo sesgos inconscientes y potenciando una cultura inclusiva.

En los últimos años, Generali España ha realizado un diagnóstico exhaustivo de diversidad, a partir del cual se ha aprobado un Plan de Acción que forma parte de la estrategia global de D&I del grupo, y ha sido incluido en el Comité global de D&I y en la Red global de especialistas en D&I.

El **Plan de Acción de Generali España** incorpora un sistema de gestión real y medible, a través de los KPIs definidos, que permite la evaluación de resultados en un proceso flexible de mejora continua.

Generali ha incluido también la Diversidad como eje transversal en sus programas de liderazgo Managerial Acceleration Program (MAP) para las personas que tienen equipos a su cargo.

Como parte de su programa de Responsabilidad Social Corporativa, en 2019 se firmó con la Universidad San Pablo CEU la Cátedra de Diversidad, Inclusión e Igualdad de Oportunidades ante el Empleo, en el marco de la cual se celebraron los siguientes eventos:

- Charla dirigida al alumnado de la Universidad San Pablo CEU en febrero de 2020 por Josef Ajram y Enhamed Enhamed.
- Evento virtual “El Futuro del Empleo en la era Post-Covid” en el mes de junio, con intervención del Consejero Delegado.
- Lanzamiento de un Think Tank dirigido a empresas para reflexionar sobre cuestiones relativas a la diversidad generacional en el marco actual, cuya primera sesión sobre “El reto generacional de la digitalización súbita” tuvo lugar en diciembre de 2021.

Entre los distintos Planes implementados en materia de Diversidad, se encuentran:

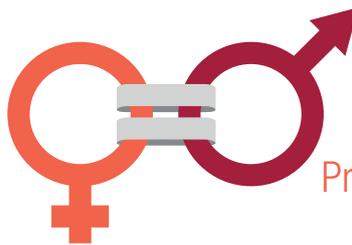


DIVERSIDAD DE GÉNERO

Generali España cuenta con un **Plan de Igualdad** desde 2009, que próximamente será objeto de revisión y ampliación, donde se recogen las diferentes medidas e iniciativas que la empresa ha implementado para garantizar la igualdad efectiva de trato y oportunidades entre hombres y mujeres. Dispone de una Comisión Paritaria de Igualdad y Conciliación, con participación de la RLT. El Plan de Igualdad recoge como **principios rectores** los siguientes:

integración
de la **igualdad**

rechazo de toda
discriminación



prohibición y rechazo
del acoso sexual

Principio de **indemnidad**

- **Integración de la igualdad de trato entre mujeres y hombres como principio informador:** La igualdad de trato supone la ausencia de toda discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo y, especialmente, las derivadas de la maternidad, la asunción de obligaciones familiares y el estado civil.
- **Prohibición y rechazo de toda discriminación directa por razón de sexo:** La discriminación directa por razón de sexo se define como la situación en que se encuentra una persona que sea, haya sido o pudiera ser tratada, en atención a su sexo, de manera menos favorable que otra en situación comparable, así como todo trato desfavorable a las mujeres relacionado con el embarazo o la maternidad.
- **Prohibición y rechazo de toda discriminación indirecta por razón de sexo:** La discriminación indirecta por razón de sexo se define como la situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutro pone a personas de un sexo en desventaja particular con respecto a personas del otro, salvo que dicha disposición, criterio o práctica pueda justificarse objetivamente en atención a una finalidad legítima y que los medios para alcanzar dicha finalidad sean necesarios y adecuados.
- **Prohibición y rechazo del acoso sexual:** Se reaccionará frente a cualquier comportamiento, verbal o físico, de naturaleza sexual, que tenga el propósito o produzca el efecto de atentar contra la dignidad de una persona, en particular cuando se crea un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo.
- **Prohibición y rechazo del acoso por razón de sexo:** Se considera acoso por razón de sexo cualquier comportamiento realizado en función del sexo de una persona, con el propósito o el efecto de atentar contra su dignidad y crear un entorno intimidatorio, degradante u ofensivo. Igualmente, el condicionamiento de un derecho o de una expectativa de derecho a la aceptación de una situación constitutiva de acoso sexual o de acoso por razón de sexo.
- **Principio de indemnidad frente a represalias:** Supone la prohibición de cualquier trato adverso o efecto negativo que se produzca para una persona como consecuencia de la presentación por su parte de queja, reclamación, denuncia, demanda o recurso, de cualquier tipo, destinados a impedir su discriminación y a exigir el cumplimiento efectivo del principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres.

En el marco de la **Diversidad de Género**, se han desarrollado las siguientes iniciativas:



DIVERSIDAD DE GÉNERO

diversidad
género
agente de igualdad
CURSOS on line



prohibición víctimas
violencia género
comité **diversidad**
medidas
conciliación

- **Agente de Igualdad** – es una figura que actúa como interlocutor entre empresa y los empleados/as en materia de igualdad.
- **Curso on line sobre Igualdad de Género** para toda la plantilla de realización obligatoria en la incorporación.
- **Protocolo de actuación** frente a situaciones de **Acoso Sexual** o por razón de sexo, como parte del Plan de Igualdad.
- Medidas de **protección para las víctimas de violencia de género**, incluidas en el Convenio Colectivo firmado en 2017.
- **Programa de Mentoring Femenino**, a través del cual mujeres directivas de la Compañía mentorizan a otras mujeres con potencial, promoviendo la presencia de mujeres en puestos de responsabilidad.
- **Programa CommHERcial**, desarrollado a través de metodología Design Thinking, para fomentar la presencia de mujeres en el ámbito comercial de la Compañía.
- Medidas aprobadas por el **Comité de Diversidad** para garantizar la presencia de mujeres en todos los procesos de selección y en los planes de sucesión y promoción de la Compañía.
- **Incorporación a la Red EWI** para la promoción del talento femenino en el sector Seguros, formando parte del Consejo Asesor
- Apoyo y participación en diferentes **Campañas** de sensibilización con motivo del **Día Internacional de la Mujer**.
- **Incorporación de 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 y la consideración de permiso retribuido para ambos progenitores de la asistencia a pruebas prenatales.

En lo que se refiere a la **brecha salarial** las diferencias entre los salarios medios de hombres y mujeres tienen como causa fundamental la ausencia histórica de mujeres en determinados colectivos, fundamentalmente en el ámbito comercial. Es importante resaltar que la plantilla de Generali Seguros cuenta con una edad media de 48 años y con una antigüedad media de más de 19 años.

Si añadimos a estos datos el hecho de que el ratio de rotación voluntaria no alcanza el 4% a lo largo de los últimos 10 años es evidente que la diferencia es resultado de la realidad social del país y que se trata en todo caso más de un tema de presencia que de brecha.



DIVERSIDAD DE GÉNERO

La necesidad de avanzar en la mejora del ratio es una de las prioridades en materia de Compensación y en este punto avanzamos en el análisis y la medición de lo que denominamos Equal Pay Gap, utilizando metodología de mercado y estableciendo planes de acción concretos que nos ayuden a mejorar. No obstante, cualquier mejora será irremediabilmente lenta, máxime en un contexto como el actual de contención salarial.

Dicho lo anterior, analizadas las remuneraciones por colectivo y rango de edad, se observa claramente el efecto de las políticas de Igualdad, si centramos el análisis en la plantilla más joven y en los colectivos más numerosos (empleados y mandos intermedios) observamos incluso el efecto contrario.

Por otro lado, cabe destacar que en el año 2020 aumenta la presencia de mujeres a nivel de compañía. Asimismo, se produce un incremento de mujeres a nivel Directivo.



DIVERSIDAD GENERACIONAL

Generali dispone de diversas iniciativas que tienen por **objetivo impulsar la diversidad y el talento** entre los empleados pertenecientes a las **diversas generaciones que componen su plantilla**. En este sentido, GENERALI:

- Es socio de **Generaciona-Observatorio Generación & Talento**, para el intercambio de buenas prácticas y programas de gestión de la diversidad generacional en las empresas.
- Dispone de un **Programa de Mentoring Recíproco**, para favorecer la transmisión de conocimientos y promover la convivencia y el equilibrio intergeneracional, en el que personas con responsabilidad en la empresa mentorizan a otros empleados más jóvenes en conocimiento de la empresa, el sector y valores corporativos; siendo a su vez mentorizados por generaciones más jóvenes en el uso de nuevas tecnologías y en cómo entender a las generaciones más jóvenes como clientes y miembros de equipo).
- Ejecuta **programas de desarrollo del talento joven: "Generali Talent"** (programa de becas en la empresa)
- Realiza **focus groups** con representantes de cada generación para profundizar en las necesidades y situación de cada generación para establecer un plan de acción específico.
- Dispone de un **curso sobre Realidad Generacional** en el marco del Observatorio Generación&Talento para promover la convivencia y colaboración intergeneracional.
- Participa en la **Encuesta Salud y Bienestar Generacional Covid 19** patrocinada por el Observatorio Generación&Talento, con el apoyo de la Universidad Europea y la participación de más de 30 empresas de diferentes sectores, para evaluar el impacto de la pandemia en las diferentes generaciones.
- Finalmente, cuenta con **programas de salud y bienestar dirigidos a colectivos específicos**: reconocimientos médicos adicionales a partir de una determinada edad (urológicos, glaucoma etc.); talleres de voz (personas con alto uso de teléfono), cursos de conducción segura (para funciones comerciales).



DIVERSIDAD EN LA DISCAPACIDAD

diversidad
discapacidad
empleados



fundación
ADECCO

Diversidad en la discapacidad: es un ámbito de actuación básico para Generali, por lo que impulsa iniciativas dirigidas a prestar **orientación y apoyo a personas con discapacidad** para asegurar su inclusión. Asimismo, Generali actúa contra los prejuicios y estereotipos referidos a este colectivo.

La plantilla de Generali incluye a 11 personas con discapacidad certificada. En especial, Generali se compromete a facilitar, en las visitas periódicas a los centros de trabajo, las condiciones de accesibilidad y la ejecución de las adaptaciones que el puesto requiera.

- Generali España **colabora con la Fundación ADECCO**, especializada en la inserción laboral de colectivos con especiales dificultades de empleabilidad, y desarrolla anualmente iniciativas de voluntariado deportivo, medioambiental y/o ocupacional, en las que participan empleados de la Compañía, junto con personas con discapacidad, para la mejora de su autonomía e integración:
 - **Plan Familia:** Programa de actividades lúdicas, deportivas y de estimulación dirigido familiares de empleados con algún tipo de discapacidad.
 - **Campañas de sensibilización** sobre Discapacidad organizadas por la Fundación Adecco.
 - Semana del Empleo de las Personas con Discapacidad (noviembre 2020) con el **lanzamiento Campaña DiverseAbility** (Head Office).
 - **Celebración Día Internacional de las Personas con Discapacidad** (diciembre 2020) – participación en la Campaña #Realidades Diferentes de Adecco con la entrega a todos los empleados/as de gafas 3D de realidad virtual.
- Actualmente, GENERALI está en un proceso de búsqueda de fuentes de reclutamiento con el objetivo de **incrementar la inclusión de personal con discapacidad en la plantilla**, habiendo iniciado colaboración con la “Fundación A la par” para la búsqueda de candidaturas.



DIVERSIDAD EN LA DISCAPACIDAD

- **Medidas específicas** para empleados con discapacidad:
 - Incremento de vacaciones en un día adicional para el personal con un porcentaje del 33% o superior de discapacidad.
 - Los empleados de Oficinas Centrales con discapacidad y limitaciones de movilidad dispondrán de plaza de aparcamiento.
 - Las visitas médicas relativas a la patología que causa la discapacidad reconocida serán consideradas como tiempo efectivo de trabajo.
 - Se establece una ayuda anual de 500€ brutos, para el personal que tenga hijos a cargo con un grado de discapacidad certificada igual o superior al 33% que no tengan pensión reconocida.



DIVERSIDAD LGTBI



- Con motivo de la **creación de la primera Red LGTB y Aliados del Grupo Generali** en febrero de 2020, como parte de nuestra estrategia, Generali España se ha sumado a esta iniciativa, con la creación de un grupo de trabajo local para la inclusión LGRB, que se nutre con la participación de empleados, voluntarios que trabajan en diversas iniciativas de sensibilización y concienciación.
- En 2020, Generali España formaliza su **adhesión a REDI** –Red Empresarial por la Diversidad y la Inclusión LGTB– y se suma a la celebración de la Semana LGTB a nivel mundial con el lanzamiento de campañas de concienciación y sensibilización hacia el colectivo LGTB.



DIVERSIDAD CULTURAL

alianza CEOS
diversidad
cátedra
GENERALI-CEU



identificación
talentos

semana **diversidad**

A fin de incorporar diversas sensibilidades y un conocimiento más cercano a su **realidad social**, GENERALI impulsa activamente entre sus empleados la **Diversidad cultural**, desarrollando programas de movilidad internacional en todo el mundo y contratando a personas con distintos orígenes culturales. Para ello, desarrolla en España las siguientes iniciativas:

- Generali España forma parte de la **Alianza CEOS por la Diversidad** (#CEOPorLaDiversidad) y se incorpora a sus grupos de trabajo para la elaboración de un Mapa de Diversidad, Equidad e Inclusión (De&I), que defina objetivos de Desarrollo Sostenible y gestión de la Diversidad, identificando los retos que debemos afrontar en los ámbitos de educación, formación, empleo, empresas y sociedad inclusivas.
- Participación en programas internacionales de **identificación de talentos internos y externos**, con distintos orígenes y experiencias culturales.
- Disponibilidad de **Planes de Acogida para personas procedentes de otros países**, incluyendo formación en español y actividades sociales de integración en la Compañía (Meet&Lunch).
- Celebración de la **Semana de la Diversidad** del 18 al 22 de mayo 2020, para la difusión de una cultura inclusiva, con el lanzamiento de distintas iniciativas de sensibilización y concienciación hacia la plantilla (LGTB, Rosco de la Diversidad, grupos de voluntarios etc).
- **Horario Ramadán** – La empresa amplía la flexibilidad horaria durante el periodo del Ramadán para aquellas personas que lo practican a fin de que puedan compatibilizarlo con su actividad laboral.
- Lanzamiento de una **Encuesta de Diversidad** para obtener un diagnóstico preciso sobre la diversidad e inclusión en Generali España, identificando posibles frenos y barreras. Los resultados de la encuesta han sido analizados en el seno del Comité D&I y se han incorporado a los planes de acción de los diferentes grupos de voluntarios en diversidad.

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 Trabajadores) reconocen y manifiestan que la regulación de la jornada laboral y su distribución [...] constituye 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, Generali España junto con las Representaciones Sindicales de Grupo suscribieron un Acuerdo sobre Registro de Jornada y Desconexión Digital, en el que se recogen los mecanismos de flexibilidad horaria existentes, apostando por una cultura organizativa basada en la calidad y la eficiencia, que facilite la conciliación de la vida laboral y personal de sus empleados/as. Igualmente, se regula el derecho a la desconexión digital de las personas fuera de su jornada laboral, garantizando 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

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 se realizó el trabajo a distancia del 99,9% de los empleados, realizándose un plan de retorno a la oficina de manera escalonada desde el 11 de mayo hasta el 15 de septiembre.

En septiembre se implementó el programa Generali Smart Working, asociado a la situación de emergencia sanitaria, ya que resulta 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. Actualmente estamos en fase de negociación de la regulación del trabajo a distancia en el Convenio Sectorial, que se completará con la negociación que se realice a nivel de empresa.

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 comer, 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 permitieran su uso con la distancia de seguridad requerida.

CONCILIACIÓN LABORAL

Desde 2016 Generali España tiene implantado el **Modelo efr de gestión de la conciliación** que le valió la certificación como **Empresa Familiarmente Responsable** en noviembre de 2016. 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 medidas, 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 **Catálogo de medidas de Conciliación**, para facilitar su acceso a todos los empleados.



Implantación del **Teletrabajo**, dentro de la estrategia smartworking del Grupo.



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 que regula en su Artículo 88 el derecho a la desconexión digital de las personas trabajadoras, con fecha 16 de diciembre 2020, Generali España junto con las Representaciones Sindicales de Grupo han suscrito un Acuerdo sobre Registro de Jornada y Desconexión Digital se regula el derecho a la desconexión digital de las personas fuera de su jornada laboral, garantizando 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.

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:

PRINCIPIOS PREVENCIÓN DE LOS RIESGOS LABORALES

- 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 in 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.

El año 2020 ha sido un ejercicio de intenso trabajo en materia de prevención de riesgos y salud laborales, destacando las siguientes actuaciones:

AUDITORÍA LEGAL DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

La auditoría se realiza en función de lo establecido en el art. 30.6 de la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales y tiene como objetivos los definidos en el art. 30 del Reglamento de los Servicios de Prevención.

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 adoptar y concretar de manera continua las medidas adoptadas por la compañía para garantizar la seguridad y salud de todos los 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 2020.

COMITÉ DE SEGURIDAD Y SALUD ESTATAL

Aborda las actuaciones relacionadas con la Seguridad y Salud a nivel nacional, como la aprobación y seguimiento de las Actividades Preventivas para 2020, 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, que han propiciado el mantenimiento de la certificación ISO tras la renovación en la anualidad previa.

SALUD LABORAL Y PROMOCIÓN DE LA SALUD

La Compañía ofrece la realización de las pruebas analíticas a los empleados en los reconocimientos médicos por encima de los estándares legales.

En 2020 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.

3.2.5 FORMACIÓN



En 2020 Generali ha seguido invirtiendo en la formación continua de sus empleados, considerada como una clave fundamental de éxito, con cursos presenciales o virtualizados, e-learning, blended y con iniciativas locales e internacionales.

En el 2020 la plantilla que ha participado en actividades de formación ha sido de un 100% totalizando una media de 63,31 horas por empleado.

ACCIONES LOCALES

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

01 CONTENIDOS ONLINE

Incorporamos la nueva plataforma de Grupo 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 local, de producto y de ámbito comercial.

02 MANAGERIAL ACCELERATION PROGRAM

Curso de gestión y liderazgo dirigido a personas con responsabilidad en gestión de equipos en Generali. El MAP desgana cada uno de los principios contenidos en el GEM y muestra los comportamientos que pueden acelerar nuestra estrategia de negocio empoderando a nuestro personal.

ACCIONES LOCALES

03

MENTORING

5 programas para los que, en Generali, hemos planteado un proceso estructurado, formación y herramientas aplicados a distintos colectivos con objetivos específicos:

- **Mentoring de desarrollo:** dirigido a impulsar el desarrollo de empleados con potencial de ocupar posiciones de mayor responsabilidad o con mayor impacto sobre negocio.
- **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 la formación MAP.
- **Mentoring de visibilidad:** orientado a facilitar que empleados con potencial puedan alcanzar posiciones de responsabilidad.

04

METODOLOGÍAS ÁGILES

En 2020 se lanzaron acciones específicas para dar a conocer las nuevas formas de trabajo, sensibilizar a la Dirección de la compañía y formar a ciertos empleados para que puedan incorporar en su día a día técnicas de Design Thinking y de Agile Delivery. Se lanzaron cursos específicos para Product Owners y Scrum Masters.

05

WE LEARN

Nuevo proyecto formativo impulsado por nuestra casa matriz para alcanzar los conocimientos y desarrollar las capacidades necesarias para que todos los empleados de GENERALI sean capaces de dar respuesta a los retos de nuestra estrategia. Las principales iniciativas son:

- **Formación Base:** Formación online a todos los empleados en nuestra estrategia y sesiones presenciales para promover los comportamientos que nos lleven a ser Socios de Por Vida de nuestros clientes.
- **Upskilling:** Mejora en el nivel de un área de conocimiento actual, y 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.

ACCIONES LOCALES

06 NUEVO ROL DEL MANAGER

Formación y asesoramiento a los empleados que gestionan equipos para impulsar la transformación a New Ways of Working. En 2020 se realizó asesoramiento al equipo de alta dirección de Generali y se realizaron webinars para todos los managers.

ACCIONES INTERNACIONALES

GENERALI ha participado activamente en diferentes iniciativas llevadas a cabo a nivel internacional. Entre ellas cabe destacar:

01 PROGRAMAS DE DESARROLLO INTERNACIONAL

Lioness Acceleration Program, Step-Up, Elevate...

02 GATE PROGRAM

Programa de formación para promover la excelencia técnica, realizado en colaboración con la Universidad de Trieste y en el que han participado empleados de diferentes funciones. Dicha formación se agrupa en tres grandes bloques: Building Technical Excellence, Developing Insurance Culture y Fostering New Capabilities.

03 NEW ROLES SCHOOLS

Mini master virtualizado para formar a empleados que vayan a desempeñar nuevos roles. En 2020 se lanzan convocatorias de "Data Scientist" y "Actuary of the Future" y se diseña el de "Smart Automation".

04 REGULATORY TRAINING

En 2020 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 2019 Generali España lanzó la tercera 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 se diseñaron los planes de acción a nivel local en los que se trabajó en 2020 y se trabajará en 2021:

- Daily simplification
- Mailing tips
- Talks to develop
- Thanks giving month
- We are D&I
- Be inclusive

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 managers y sus equipos en la gestión de la mejora continua.

Asimismo, hay habilitados otros mecanismos recurrentes para la consulta al personal de la Compañía, como la Encuesta de Riesgos Psicosociales (con carácter bianual), la Voz del Empleado (con carácter trianual como parte del modelo efr de gestión de la conciliación).

Ya se ha realizado la definición del Employee Journey, encontrándonos en la actualidad en la definición de acciones que impacten positivamente aquellos momentos identificados en las etapas anteriores.

El personal puede contactar con el equipo de People & Organization de manera presencial y a través de Teams o el buzón de correo electrónico centralizado de Employee Center.

Generali ha decidido sumarse a la transformación y simplificar la organización, para alcanzar un modelo que se acerque al cliente y empodere a sus empleados. Se propone romper los silos, trabajar de manera colaborativa, apoyar el espíritu emprendedor y eliminar la burocracia, siendo este último uno de los aspectos destacados en la encuesta de compromiso a lo largo de los años.

Es necesario rediseñar las estructuras y aplanarlas, para identificar fácilmente al propietario de las decisiones y obtener respuestas más rápidas. Los equipos deben trabajar de manera más autónoma y empoderada y la respuesta ágil exige reducir las capas jerárquicas y el número de personas ocupando esos roles. Asimismo, el rol de los managers ha de transformarse fortaleciendo la motivación y el empoderamiento. Con esta finalidad en 2019 y 2020 se ha impulsado la implantación de los principios de simplificación organizativa, recomendaciones de Arquitectura Organizacional / Funcional, así como la promoción de nuevas formas de trabajar (metodologías, herramientas, cambio cultural...).

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 mediante el voluntariado de sus empleados.**

Este voluntariado se canaliza, principalmente, 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.
- **Fundación Adecco**, en el marco de sus iniciativas de inserción dirigidas a personas con capacidades especiales.

En junio de 2020 la participación en el voluntariado se vio seriamente afectado por el confinamiento provocado por la crisis sanitaria por COVID. Sin embargo, en THSN se impulsó la digitalización de los cursos y la dotación de equipación informática a las familias beneficiarias de nuestro proyecto de acción social. En este proceso la contribución voluntaria de los empleados de GENERALI fue notoria.

En total, a lo largo del ejercicio 2020 participaron 350 empleados en la acción de voluntariado impulsado por la Compañía.



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.

2020 TOTAL CLIENTES



Por tipología, GENERALI atiende a todo tipo de clientes, individuales y familias, autónomos, PYMES, grandes corporaciones y administraciones públicas.

2020 TIPOLOGÍA DE CLIENTES

	GENERALI	CAJAMAR	TOTAL
PERSONAS FISICAS	2.206.855	521.819	2.728.674
PERSONAS JURIDICAS	279.234	23.334	302.568
TOTAL	2.486.089	545.153	3.031.242

La política de GENERALI focalizada en la atención al cliente durante todas las fases del negocio asegurador nos permite alcanzar ratios de fidelización y permanencia en constante aumento:

	GENERALI	CAJAMAR
PERSONAS FISICAS	85,60%	90,88%
PERSONAS JURIDICAS	87,18%	88,69%
TOTAL	85,78%	90,79%

Para atender a sus clientes, GENERALI cuenta con call centers especializados (Atención al cliente, trámite de siniestros) y sucursales (1.640 de Generali y 1.055 de Cajamar) y más de 3.526 agentes exclusivos de Generali en todo el territorio nacional.

3.3.1 ÍNDICE DE SATISFACCIÓN NPS



Para conocer la valoración y satisfacción de sus clientes, GENERALI cuenta con un programa de Experiencia Cliente basado en metodología NPS transaccional que permite identificar, en cada touchpoint con el cliente, eventuales puntos de dolor, posibilitando el diseño de acciones que permitan impulsar la satisfacción del cliente. Esta metodología NPS se ha aplicado también a los agentes y corredores, lo que nos ha permitido integrar su valoración y por tanto enriquecer el conocimiento.

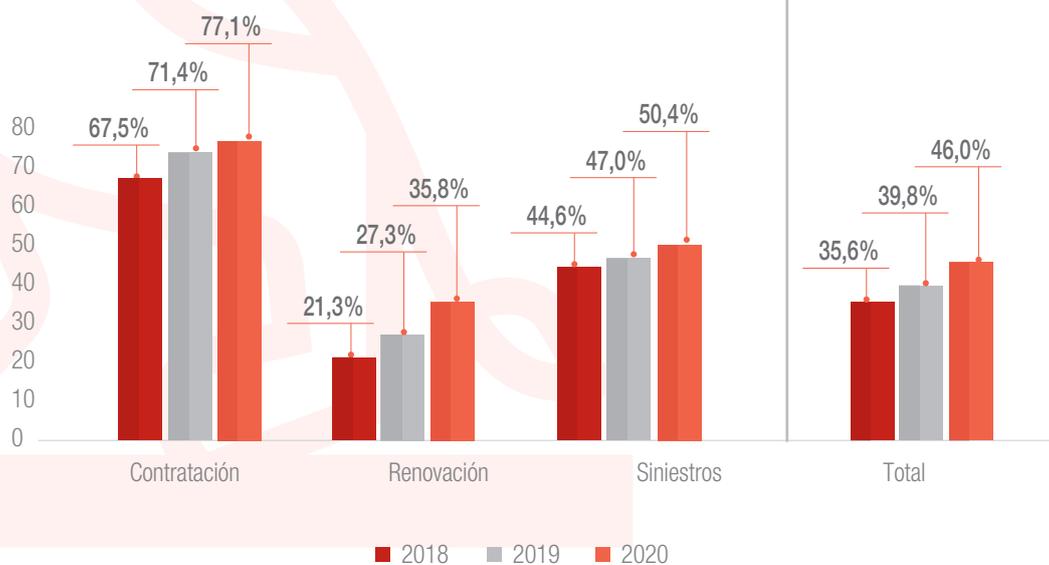
Después de cada transacción (contratación, siniestro, renovación), el cliente recibe digitalmente una encuesta que nos permite conocer los niveles de satisfacción en cada punto del proceso y en todo momento, por cuanto los resultados son compartidos en tiempo real.

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.

El método NPS transaccional nos posibilita además identificar los puntos de nuestros procesos que obtienen una peor valoración y así planificar una revisión permanente de nuestros procesos priorizando aquellos más relevantes para nuestros clientes.

Las medidas adoptadas durante el ejercicio 2020 han mejorado de forma significativa el NPS de la Compañía en todos los puntos de contacto: contratación ha alcanzado los 77,1 puntos (en 2019: 71,4), siniestros se ha situado en 50,1 puntos (en 2019: 47) y renovación ha registrado 42,2 puntos (en 2019: 35,8 puntos).

Las encuestas transaccionales se complementan desde 2019 con encuestas relacionales en las que de forma aleatoria se contacta a clientes para conocer su percepción y evaluación de su relación con la Compañía. El reto de la Compañía es especialmente relevante al tener por objetivo batir a sus peers a término del plan estratégico trianual.



3.3.2 QUEJAS Y RECLAMACIONES



QUEJAS RECIBIDAS Y RESOLUCIÓN DE LAS MISMAS

A los efectos de proporcionar claridad con respecto a los criterios utilizados para clasificar las quejas y reclamaciones, a título informativo, parece adecuado 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 734/20014 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.

A través de las direcciones de correo establecidas al efecto, han recibido más de 12.700 correos electrónicos, de los que 6.023 han sido dados de alta como queja o reclamación y los restantes han sido gestionados por este Departamento para su tramitación y gestión por los correspondientes Departamentos y Sucursales de la Compañía, al no tener este carácter.

En 2020, de las 6.023 Quejas y Reclamaciones recibidas, 5.626 han correspondido a Quejas y Reclamaciones y 347 fueron abiertos en el Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Su desglose a 31 de diciembre de 2020 es el siguiente:

31/12/2020

ASUNTOS	CERRADOS	PENDIENTES	TOTAL
QUEJAS	1.234	7	1.241
RECLAMACIONES	4.290	43	4.333
INADMITIDAS	109	-	109
QUEJAS Y RECLAM. RECIBIDAS	5.626	50	5.676
D.G.S. RECIBIDAS	347	-	347

Nota.- Durante el mes de enero de 2021, fueron resueltas todas las quejas y reclamaciones pendientes a 31 de diciembre de 2020.

Teniendo en cuenta su naturaleza y distribución, la evolución de los asuntos recibidos durante los últimos cuatro últimos ejercicios, se presenta en el siguiente cuadro:

ASUNTOS RECIBIDOS	2018	2019	2020
QUEJAS Y RECLAM. RECIBIDAS	5.420	5.463	5.669
D.G.S. RECIBIDAS	454	384	350
TOTAL	5.847	5.847	6.019

A la vista de los datos anteriores podemos concluir que el total de asuntos tramitados en el ejercicio 2020 ha supuesto un incremento del 2,94% con respecto al año 2019, alcanzándose un incremento del 3,77% considerando únicamente las quejas y reclamaciones. Con relación a los expedientes abiertos por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, éstos han experimentado un decremento del 8,85% 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 2020, hasta su resolución y salida.

PLAZOS DE RESOLUCIÓN

PENDIENTES EJERCICIO ANTERIOR	QUEJAS	RECLAM.	INADMIS.	D.G.S.	TOTAL
Menos de 15 días	2	4	0	1	7
De 16 a 30 días	15	53	0	0	68
Total resueltas pdtes ejercicio anterior	17	57	0	1	75
RECIBIDAS EJERCICIO 2020					
Menos de 15 días	1.085	3.567	107	350	5.109
De 16 a 30 días	150	724	2	–	876
Total Resueltos a 31/12/2020	1.251	4.341	103	350	6.045

A la vista de estos datos, se puede observar que el 100 % de los casos, se resolvieron dentro del plazo legal establecido en la Orden ECO / 734 / 2004 y el 84,52% en los primeros 15 días.

Teniendo en cuenta 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 considerable nivel de calidad, ajustándose a las condiciones contractuales de las Pólizas y a las recomendaciones del Órgano Regulador.

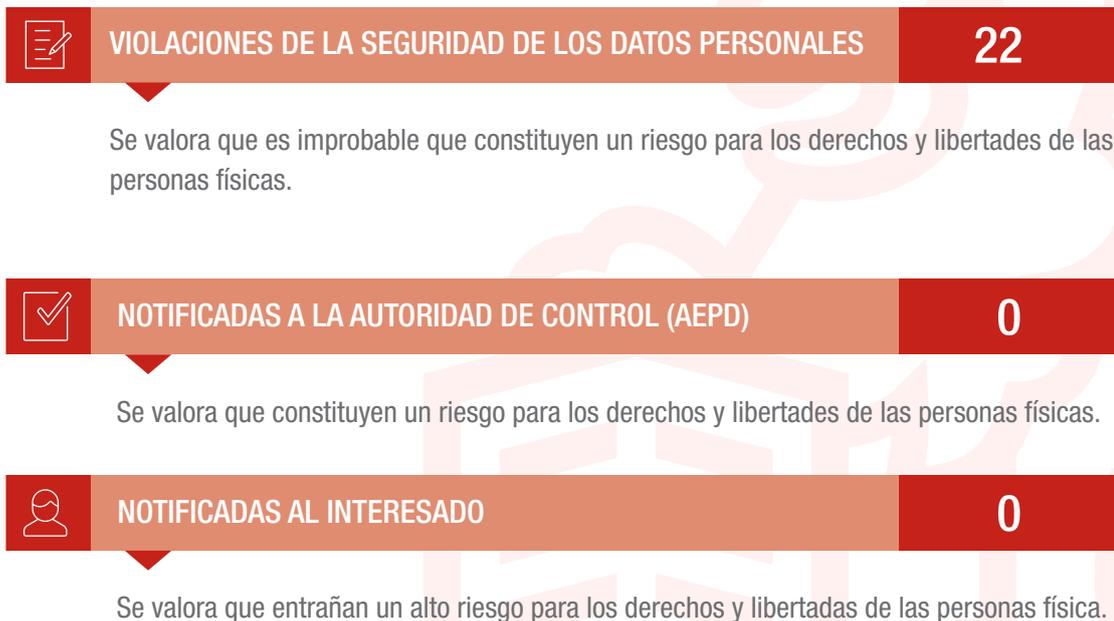
Ahora bien, al igual que en años anteriores, debemos insistir en la necesidad de poder acreditar el cumplimiento de lo establecido en el artículo 22 de la Ley 50/1980 de Contrato de Seguro, especialmente cuando se trata de anular la póliza o incrementar la prima. Igualmente, en este sentido es importante señalar que la duración de la póliza es anual, aunque el pago se realice de forma fraccionada por acuerdo entre las partes, de manera que no se debe anular antes del vencimiento de la misma.

Asimismo, y respecto de las pólizas de responsabilidad civil derivada de la circulación de vehículos a motor, recomendamos prestar especial atención en los datos a consignar en la póliza respecto del vehículo asegurado con el fin de evitar que se produzcan errores en las matrículas de los vehículos. Igualmente y respecto de los siniestros derivados de este tipo de pólizas, insistimos en la obligación de cumplir lo dispuesto en el artículo 7.2 del Texto refundido de la Ley sobre responsabilidad civil y seguro en la circulación de vehículos a motor, aprobado por Real Decreto Legislativo 8/2004, de 29 de octubre en lo que se refiere a los requisitos que debe tener la oferta motivada y en el artículo 17 del Reglamento del seguro obligatorio de responsabilidad civil en la circulación de vehículos a motor respecto de la obligación de comunicar que el pago o reparación del vehículo se realiza en nombre o por cuenta de la entidad aseguradora del responsable del siniestro, en virtud de los convenios de indemnización directa suscritos entre ambas aseguradoras.

Igualmente, y teniendo en cuenta el tenor de las últimas resoluciones dictadas por la Dirección General de Seguros, es importante recordar en relación con los siniestros la obligatoriedad de realizar el pago mínimo dentro de los 40 días a contar desde la declaración del siniestro, tal y como establece el artículo 18 de la Ley 50/1980.

RECLAMACIONES FUNDADAS RELATIVAS A VIOLACIONES DE LA SEGURIDAD DE LOS DATOS PERSONALES DE INTERESADOS (A 31-12- 20)

Durante **2020** se identificaron:



3.4 Nuestros proveedores

3.4.1 CADENA DE SUMINISTRO

GENERALI dispone a nivel de Grupo 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 Comunicaciones, 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**; 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

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.

PRODUCTOS GREEN	PRIMAS
Seguro de Auto para vehículos híbridos, híbridos enchufables, eléctricos y solución telemática para conductores responsables	5 MM€
Patinete & Go: Seguro para e-patines y e-bikers	0,13 MM€
Agroseguro: seguro para cosechas	6,4 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	0,54 MM€
Responsabilidad medioambiental para la cobertura de daños por contaminación	1 M€
Cobertura de bienes y otros equipos de generación de energía renovable (eólica, solar)	2,1 MM€



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.

PRODUCTOS SOCIAL	PRIMAS
Microseguro de Hospitalización para ámbitos de subsistencia en poblaciones pobres/rurales	1,2 MM€
Reforzar la inclusión social abordando los acontecimientos críticos en la vida de las personas: <ul style="list-style-type: none"> • Decesos • Accidentes con y sin discapacidad • Subsidio por ILT • Seguro de Decesos - Repatriación específico para extranjeros residentes en España 	68 MM€ 10 MM€ 10 MM€ 1,7 MM€
Reforzar la inclusión social atendiendo a las personas vulnerables/desfavorecidas: Seguro de asistencia en viaje	0,5 MM€
Seguro de Salud, complementario o sustitutivo a la sanidad pública	72 MM€
Atención al bienestar económico (Ahorro, PIAS, SIALP, Inversiones, Unit Linked, Planes de Pensiones y Planes de Previsión Asegurado PPA)	270 MM€
Promoción de una sociedad más estable y fuerte: Seguro de Vida	46 MM€



3.6 Digitalización

En GENERALI 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**. Ya hemos implementado en múltiples procesos, a lo largo de toda nuestra cadena de valor, soluciones de automatización inteligente para anticiparnos a sus necesidades e incrementar nuestra eficiencia.

Gestionamos tareas sencillas y repetitivas en la tramitación de siniestros **mediante robots en el back office**, clasificamos documentación de manera automatizada mediante **tecnología de reconocimiento semántico**, o utilizamos 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, benefician de manera directa al cliente, pero también a nuestras organizaciones comercial y operativa.

Con este objetivo **usamos tecnologías emergentes en el mercado** como son:

- RPA (Robotic Process Automation)
- OCR (Optical Characters Recognition)
- Visión computacional o Computer Vision
- ML (Machine learning)
- NLP (Natural Language Processing)
- AI (Artificial Intelligence)

A continuación, detallamos algunos de los proyectos desarrollados en el ámbito del **Smart automation**:



Asistente Cognitivo

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

El proyecto consta de 3 fases:

1. **Reducir el tiempo** que el suscriptor invierte en la decisión y valoración del caso a través de una sugerencia de valoración.
2. **Detectar el Fraude** en la fase de suscripción.
3. **Automatizar** determinadas **decisiones** que actualmente realiza el suscriptor.



Motor cognitivo

Su finalidad es la de **implantar asistentes conversacionales** en Generali a través de un único motor que dé servicio a varios canales:

1. **Voicebot:** canal de voz. Sustituir la actual marcación por tonos por un sistema de pregunta abierta. También se está trabajando en el desarrollo de llamadas salientes para realizar encuestas de satisfacción.
2. **Chatbot:** implantación de un chatbot en la web pública de agentes. El primer caso de uso es un chatbot informacional que facilita información sobre talleres, centros médicos y oficinas comerciales.
3. **Whatsapp:** implantación del nuevo canal de whatsapp para la realización de autogestiones como apertura de siniestros.



iOCR

El iOCR se trata de un **reconocimiento de imágenes inteligente**. Esto quiere decir que no funciona con plantillas como los OCR tradicionales, sino que es capaz de encontrar la información en cualquier parte del documento.

Actualmente, se está trabajando para aplicar esta tecnología en el reconocimiento de facturas de salud. En concreto se pretenden abordar con este proyecto las 277.000 facturas de pagos de hospitales que se reciben anualmente y las 51.000 del proceso de pago de reembolsos.



Computer visión

Computer Vision es una 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 el fin de ofrecer una mejor experiencia de usuario a sus clientes, así como optimizar las operaciones y tecnologías internas, Generali tiene como objetivo implementar estas soluciones en sus procesos comerciales.



Reconocimiento de DNIs

El objetivo del proyecto es **revisar los documentos de identidad existentes en nuestro sistema** para verificar que todos los clientes tienen el DNI adjunto y que el DNI existente en el sistema se encuentra en vigor. En caso contrario, realizar una opción de mantenimiento de clientes.



Clasificador documental

Extraer información de emails o documentos que permita **realizar una clasificación de los mismos** en diferentes categorías para su correcta ejecución. También extrae información de los documentos para presentarla de una manera más eficiente o volcarla al sistema.



Cotizador OCR

Mediante una fotografía a la póliza de la competencia, extraer los datos necesarios para **cotizar y ofrecer de manera inmediata precio en los diferentes productos** Generali. Además, compara las coberturas y destaca los beneficios de contratar con Generali en lugar de la otra compañía.



RPA

RPA **emula la actuación de una persona sobre las actividades manuales o semiautomáticas** que realiza en las diferentes aplicaciones en su trabajo del día a día, 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.

Desde el área de Business Development Transformation se están realizando también una serie de proyectos que contribuyen a hacer de Generali una compañía más sostenible.



Firma electrónica

Se está implantando la firma electrónica en las distintas líneas de negocio de la compañía. La digitalización de este proceso 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 y accesible.
- 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.



Implantación de la Tarjeta de Salud en el móvil

Se ha implantado la tarjeta de salud en la aplicación móvil Mi Generali. Esto permite al cliente tener acceso en todo momento a la tarjeta de salud de su seguro desde su teléfono, evitando la necesidad de impresión de tarjeta física de plástico con el correspondiente impacto ambiental. También implica una mejora significativa en los procesos de pérdida y renovación de las tarjetas.



Teleconsulta y Doctor 24h

Se han introducido nuevos servicios digitales para los clientes en la aplicación Mi Generali, entre los que destacan:

- Teleconsulta: Permite a los clientes acceso a distancia a profesionales médicos tanto por videollamada como por chat.
- Programas de mejora de forma física y test de hábitos saludables.

Estos procesos permiten la reducción de desplazamientos necesarios y facilitan el acceso a los clientes, no sólo a los profesionales médicos, sino también a propuestas y recomendaciones para mejorar su calidad de vida.



Digitalización de las comunicaciones a los clientes

Se han digitalizado las comunicaciones en papel de la compañía. Esto, unido a acciones de concienciación para que los clientes seleccionen el envío electrónico sobre el postal, implica un ahorro incremental de papel 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 procesos mediadores

Se han digitalizado los procesos de los mediadores en la aplicación móvil Genio Agentes con un impacto en la reducción del uso de papel, así como de simplificación de procesos asociados a la acción comercial:

- Consulta de datos de clientes de forma electrónica.
- Consulta de recibos electrónica.
- 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.

La detección automática del fraude en los seguros tiene un impacto significativo en la sostenibilidad de la industria:

- La detección automática del fraude permite obtener ahorros en procesos, desplazamientos y uso de papel al simplificar de manera importante el número de casos a supervisar de forma manual.
- Influye directamente en la equidad social de los seguros. El fraude en el sector implica un aumento de las primas de los seguros para hacer viable financieramente al sistema. La reducción del fraude implica una prima de los seguros más justa para los clientes que no cometen fraude.



Pago rápido de siniestros (Quick Cash Settlements)

Se han implementado procesos de pagos rápidos de siniestros mediante el uso de modelos predictivos que permiten determinar la idoneidad de los siniestros candidatos a este tipo de pago.

Esto repercute positivamente en:

- Mejora de la experiencia del cliente: un pago casi inmediato de la reclamación permite al cliente una resolución rápida del problema sin burocracia.

- Reducción de la complejidad de procesos para la compañía al reducir el número de siniestros que se tienen que procesar de forma manual.
- Impacto ambiental positivo gracias a la reducción en desplazamientos y en trámites administrativos.



Transformación Digital – Migración al Cloud

Dentro de la 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)

Los entornos actuales de Cloud computing (nubes de Amazon, Microsoft, etc) implican un ahorro energético importante respecto a los CPD, gracias a varios factores:

- La economía de escala de estos centros permite el uso de los procesadores y sistemas de refrigeración más avanzados, permitiendo eficiencias de más de 3x respecto a arquitecturas más tradicionales. (La infraestructura expansiva de AWS es 3,6 veces más eficiente en términos de uso de la energía en comparación con los centros de datos empresariales promedio de EE.UU., en gran parte debido a los servidores eficientes y las altas tasas de utilización de su capacidad. Las instalaciones refrigeradas por agua de la empresa miden activamente la eficiencia del agua y seleccionan opciones de conservación en el contexto de los patrones de clima regional de los recursos locales).
- Las grandes compañías que gestionan estos centros de datos fomentan el uso de energías renovables como fuente de alimentación para reducir todavía más el impacto ambiental de estos. (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 (PPA). 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 clave para **integrar la responsabilidad social en el negocio** de un grupo asegurador y para **crear valor sostenible a largo plazo para los grupos de interés**. Como inversor institucional con más de 664 mil millones de € en activos, a través de sus inversiones, Generali puede contribuir a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible claves, y al mismo tiempo, evitar financiar sectores y compañías que tengan impacto negativo en el mundo.

La responsabilidad hacia el mundo que nos rodea va de la mano de la responsabilidad hacia nuestros grupos de interés. Invertir limitando el riesgo, incluyendo lo relativo al medio ambiente y la sostenibilidad, es un requisito fundamental para respetar nuestro compromiso con ellos.

Para confirmar este compromiso, en 2007 el Grupo se unió al Pacto Global de las Naciones Unidas, y en 2011 integramos en nuestra estrategia de inversión los PRI (Principles for Responsible Investment), definidos por la red internacional del mismo nombre, apoyada por Naciones Unidas. Por quinto año consecutivo, en 2020, los PRI dieron a la Estrategia y Gobernanza de Generali la puntuación más alta (A+), como reconocimiento a nuestro compromiso en esta área.

ESTRATEGIA SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO

Una estrategia climática Net-Zero

La lucha contra el cambio climático representa uno de los principales retos de este siglo. El último informe del International Panel in Climate Change (IPCC) indicaba que solo nos quedan 10 años antes de que el incremento de la temperatura tenga consecuencias irreversibles en el planeta. Por ello, en 2018 lanzamos una Estrategia sobre cambio climático que manifiesta nuestro compromiso en evitar inversiones en el sector del carbón (unos 2 mil millones de €) e invertir 3.5 mil millones de € en sectores verdes y sostenibles. En 2018 y 2019 reforzamos estos compromisos añadiendo el sector de las arenas bituminosas a la lista de exclusiones e incrementando el objetivo de nuevas inversiones verdes y sostenibles a 4.5 mil millones de euros en 2021.

La **exclusión de inversiones en compañías involucradas en la cadena de suministro de carbón y en la extracción de arenas bituminosas**, es parte de esta estrategia. Las inversiones en carbón, la fuente de generación de electricidad más contaminante en términos de emisiones de CO₂, debe reducirse al mínimo si queremos mitigar el cambio climático. De la misma manera, el impacto de las arenas bituminosas en el medioambiente, en lo que respecta a emisiones de CO₂, junto con la deforestación y el consumo de agua, nos han llevado a tomar la decisión de excluir estas compañías del universo inversor del Grupo.

Net-Zero Asset Owner Alliance

Adoptar una estrategia en lo que respecta al cambio climático no solo conlleva excluir sectores, sino que requiere un compromiso global. En 2020, el Grupo se unió a la Net-Zero Asset Owner Alliance (NZ AOA), un grupo de 33 inversores corporativos que representan más de 5.1 billones de \$, creado por iniciativa de Naciones Unidas, que tiene el compromiso de **reducir a cero las emisiones netas de gases de efecto invernadero de sus carteras en 2050** para evitar el incremento de la temperatura global en 1.5°C. Este objetivo se alcanzará trabajando con las compañías y con los organismos reguladores y gubernamentales, con el fin de instar a la adopción de prácticas y reglamentos alineados con los compromisos del Acuerdo de París, también mediante la integración de la estrategia con la inversión selectiva. Conforme a los principios de NZ AOA, adoptaremos objetivos intermedios para 2025, lo que refleja nuestro compromiso en alcanzar este objetivo a largo plazo.

Huella de Carbono de la cartera de acciones y bonos corporativos del grupo



* Los indicadores de emisiones totales, huella de carbono y densidad media ponderada de carbono (WACI) son las métricas recomendadas por la TCFC (Task Force on Climate-related Financial Disclosure) y recogidas en las Guidelines on non-financial reporting: supplement on reporting climate-related information. Los indicadores publicados en las emisiones Scope 1 y Scope 2 de las compañías del portafolio representan el 73% de los activos gestionados del portafolio de referencia (inversiones de la cartera general en acciones y bonos corporativos)

Nuestros compromisos por unos activos inmobiliarios más ecológicos

Mediante la iniciativa NZ AOA, nos hemos comprometido con la descarbonización de nuestros activos en 2050, incluyendo los activos inmobiliarios. Este compromiso es una consecuencia lógica de los esfuerzos realizados por el Grupo durante muchos años para gestionar sus activos inmobiliarios de una manera más sostenible.

La responsabilidad del Grupo se traduce en el compromiso diario de nuestra compañía específica, Generali Real Estate (GRE). En concreto, GRE ha adoptado unas **Guidelines de Propiedad Responsable**, que establecen los principios fundamentales para una gestión responsable de nuestras inversiones inmobiliarias. También hemos adoptado medidas para reducir el impacto medioambiental de las propiedades en las que invertimos, priorizando en concreto la compra, desarrollo y adaptación de inmuebles con certificaciones verdes (como BREEAM y LEED).

INCORPORANDO LOS PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD EN NUESTRAS INVERSIONES

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

04



ADMINISTRACIÓN

- Promoción de prácticas sostenibles en compañías invertidas
- Voto (1.487 asistentes a la junta de accionistas y 19.731 resoluciones votadas en 2020)
- Conversaciones sobre temas ESG con las compañías invertidas

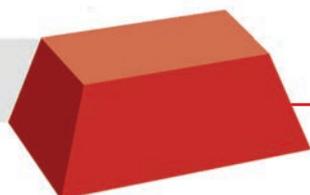
03



INVERSIONES TEMÁTICAS

- 4,5 mil millones de € en inversiones verdes y sostenibles en 2021: objetivo alcanzado por adelantado (5.973 mil millones en diciembre de 2020)
- 1.000 millones de € en inversiones sostenibles – Plan Europeo de recuperación de Covid-19.

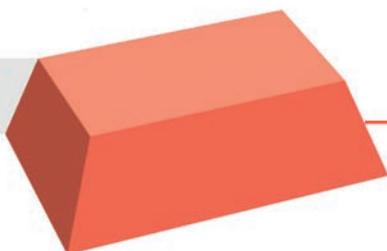
02



INVERSIONES ESG & SRI

- Como propietario de activos: 33.837 millones de € en inversiones socialmente responsables conforme a las indicaciones ESG de Generali Insurance Assets Management.
- Como gestor de activos: 7.671 millones de € en fondos ESG y SRI gestionados por Sycomore, la boutique especializada en fondos ESG del Grupo.

01



POLÍTICAS DE EXCLUSIÓN

- Violación de principios del Pacto Global de Naciones Unidas
- Sectores no éticos (armas no convencionales)
- Actividades incompatibles con los principios medioambientales (carbón, arenas bituminosas)



01. EXCLUSIÓN DE COMPAÑÍAS PERTENECIENTES A SECTORES O NEGOCIOS CONTROVERTIDOS E IMPLICADOS EN VIOLACIONES A LOS PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

Generali excluye de su universo inversor las compañías responsables de violaciones importantes y sistemáticas de los principios del Pacto Mundial (corrupción, daño medioambiental, incluyendo daños a la biodiversidad, y violación de los derechos humanos), o implicados de manera significativa en los sectores del carbón, arenas bituminosas o armas. Estas exclusiones están recogidas en las **Guidelines para las Inversiones Responsables de Grupo** (Responsible Investment Group Guideline, RIG), que regulan las actividades inversoras a nivel de Grupo, y se aplican a un perímetro de 326.425 millones de € de inversiones directas de las compañías aseguradoras del Grupo.

Un comité multidisciplinar específico, el **Comité de Inversiones Sostenibles**, respalda las decisiones sobre las posibles exclusiones inversoras y elabora nuevas estrategias sobre este asunto.

El Grupo también requiere a sus gestores de activos actuar conforme a los principios de RIG y evalúa su alineamiento con los criterios ESG también en la selección de fondos gestionados por gestores de activos externos.

INVERSIONES DIRECTAS DE LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS
DEL GRUPO QUE ESTÁN SUJETAS AL RIG

+4,7%

326.425 millones de €



02. INVERSIONES ESG & SRI

INVERSIONES SOSTENIBLES Y RESPONSABLES (SRI)

+16,9%

41.508 millones de €

Como propietario de activos: 33.837 millones de €

Gracias a la metodología ESG, que integra aspectos no financieros y financieros, desarrollada internamente por equipos específicos de Generali Insurance Asset Management, seleccionamos las mejores compañías en términos de su responsabilidad social corporativa y políticas sostenibles, para establecer mandatos de gestión específicos para la SRI.

Como gestor de activos: 7.671 millones de €

Estamos impulsando la integración de la ESG no solo en lo que respecta a nuestras inversiones, sino también en la gama de productos ESG que ofrecemos al mercado. En 2019, adquirimos Sycomore, un gestor de activos experto en fondos ESG, reforzando nuestro compromiso por incluir criterios ESG en la gestión de la cartera. Sycomore ofrece una amplia gama de fondos, incluyendo fondos certificados SRI, fondos que integran factores ESG y fondos referentes a inversiones sostenibles.



03. INVERSIONES TEMÁTICAS

NUEVAS INVERSIONES VERDES Y SOSTENIBLES

5.973 millones de €



ALCANZADO

Objetivo de 4.5 mil millones de € en 2021

Inversiones verdes y sostenibles

Cuando elegimos inversiones verdes y sostenibles, nos centramos en inversiones en bonos e infraestructuras.

Se identifican las **inversiones en bonos verdes y sostenibles** sobre la base de los principios internacionalmente reconocibles, emitidos la International Capital Market Association (ICMA), incluyendo los Principios de los Bonos Verdes, los Principios de los Bonos Sociales y las Guidelines de los Bonos Sostenibles. Las inversiones en esta clase de activos abarcan tanto los bonos corporativos como los gubernamentales, y contribuyen fundamentalmente a las energías renovables y a la eficiencia energética, así como a las soluciones de transporte de bajo impacto, adaptación a los impactos del cambio climático y los esfuerzos por preservar la biodiversidad.

Se identifican las **inversiones en infraestructuras verdes y sostenibles** sobre la base de la propia metodología de Generali Global Infrastructure, que emplea un modelo para evaluar los aspectos ESG, incluyendo la contribución a proyectos de infraestructura de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (SDGs). Las inversiones en esta clase de activos abarcan una amplia gama de proyectos, que incluyen energías renovables, eficiencia energética, soluciones de bajo impacto en transporte y comunicaciones.

Covid-19: Compromiso con una recuperación económica sostenible

El compromiso y la ayuda que puede proporcionar un Grupo grande como Generali en tiempos de crisis es más que evidente. La crisis social y económica provocada por la pandemia de Covid-19 acentúa la necesidad de reforzar y consolidar el modelo europeo, desde la perspectiva de la salud, la economía y la sociedad. Para ayudar a reparar el daño social y económico causado por la pandemia, la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y los líderes de la UE, han acordado un plan de recuperación que ayudará a la Unión Europea a salir de la crisis y sentar las bases de una Europa más moderna y sostenible. Generali está contribuyendo activamente en esta recuperación: nos hemos unido a la **Alianza Europea para la Recuperación Ecológica**, lanzada por la Presidencia del Comité del Medioambiente del Parlamento Europeo, que se basa en la creencia de que la recuperación será una oportunidad para volver a plantear la sociedad y para desarrollar un nuevo modelo económico para Europa que sea resiliente, centrado en la protección individual, soberano e inclusivo, en el que los objetivos financieros y las necesidades globales estén alineados. Para ello, nos hemos comprometido a invertir 1 millón de euros en actividades sostenibles que puedan ser una contribución real a la recuperación sostenible de Europa. Adoptando este doble enfoque en estas inversiones, con el objetivo de la recuperación, solo si es sostenible, apoyaremos una recuperación más ecológica y digital.



04. ADMINISTRACIÓN

JUNTAS DE ACCIONISTAS ATENDIDAS

+5,2%

1.487

RESOLUCIONES VOTADAS

+6,8%

19.731

VOTOS EN CONTRA

-1.0 PP

12%

Como inversores responsables, nos comprometemos a promover la sostenibilidad entre nuestras empresas participadas mediante la delegación de voto y actividades de implicación. Para ello, tenemos una **Guía de Participación Activa**, que define los valores del Grupo, incluido los relativos a la sostenibilidad.

Las **Actividades participativas** se utilizan para impulsar de manera efectiva a influir en los aspectos ESG de las prácticas corporativas, para fomentar una mayor transparencia en estos asuntos o para obtener un mejor entendimiento de las empresas participadas en la gestión de riesgos ESG.

En 2020, las **actividades participativas** se desarrollaron sobre la base de una lista de prioridades, aprobada por el Comité de Participación del Grupo a finales de 2019. Durante 2020 se identificaron y validaron más actividades participativas.

En referencia a la **delegación de voto**, los principios para el voto establecidos en la Guía de Participación Activa, incluyen temas como: derechos de los accionistas, entidades corporativas, políticas de remuneración, estados financieros, divulgación de información y transparencia, operaciones con acciones, aspectos medioambientales y sociales, disposiciones especiales para las empresas cotizadas con una capitalización bursátil reducida y las empresas no cotizadas y operaciones con partes vinculadas.

Cuando se revisó la Guía de Participación Activa en 2020, se introdujeron los principios del voto que se refieren a los riesgos sistémicos y de mercado relacionados con situaciones de pandemia. Las actualizaciones son de aplicación desde 2021.

En general, nuestro enfoque para las votaciones prevé el ejercicio de nuestros derechos de voto siempre que sea posible, sin discriminaciones basadas en el objeto del voto o el tamaño del accionariado en las emisiones. El voto se hace siguiendo un análisis interno basado en documentos públicos de los emisores y en investigaciones de los asesores de voto.

Mediante una **gestión proactiva de la deuda**, Generali confirma también su foco en la innovación en la sostenibilidad, que es parte de nuestro modelo de negocio, así como en los compromisos para alcanzar nuestros objetivos de sostenibilidad: se han **emitido dos Bonos Verdes**.

La primera emisión del Grupo representa también la primera emisión de una compañía de seguros europea. El **bono verde Tier 2 de 750 millones** de € que vence en 2030 atrajo a inversores que superaron en 3.6 veces la oferta. La segunda emisión, un **bono verde Tier 2 de 600 millones** de € que vence en 2031, fue también muy bien valorada: atrajo unas solicitudes 7 veces por encima de lo ofertado. Ambos Bonos atrajeron a una importante representación de inversores con mandatos verdes o inversores institucionales que desean implementar un plan de inversiones verdes.

A continuación, mostramos los edificios sostenibles propiedad del Grupo refinanciados mediante las ganancias netas de los Bonos Verdes.



PRIMERA EMISIÓN
BONO VERDE TIER 2

2030

750 millones de €

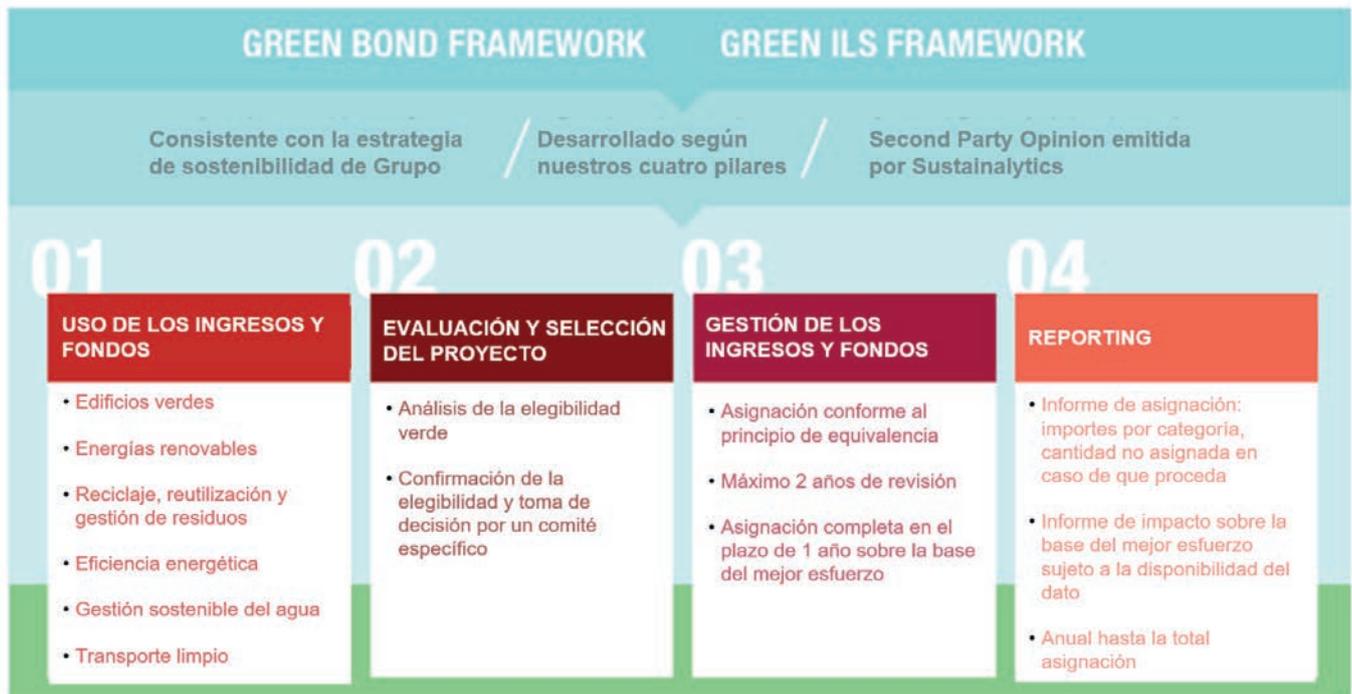
SEGUNDA EMISIÓN
BONO VERDE TIER 2

2031

600 millones de €

Promovemos la innovación en nuestra gestión de finanzas verdes con del desarrollo de:

- El **Green Bond Framework** para financiar o refinanciar, por ejemplo, proyectos para la compra o renovación de edificios del Grupo con el propósito de mejorar su eficiencia energética.
- La **Green Insurance Linked Securities (ILS) Framework**, un esquema para estructurar instrumentos financieros alternativos permitiendo la transferencia del riesgo asegurador a inversores institucionales.



3.8 Nuestra acción social

1. The Human Safety Net:

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 **situaciones 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, Generali colabora precisamente en esta última tipología de ayuda. Esta iniciativa promueve la **igualdad de oportunidades para los niños** que viven en condiciones de pobreza y desprovistos de oportunidades. Sólo en Europa, más de 8 millones de niños menores de 6 años están en riesgo de pobreza y el 70 % van por el camino de seguir siendo pobres cuando lleguen a edad adulta.

En 2020, GENERALI ha continuado su relación de **cooperación** con la **Fundación Tomillo en Madrid**. Durante el este ejercicio, 73 familias han participado activamente en el denominado proyecto Crecer Felices en Familia. A fecha de 31 de diciembre de 2020, este proyecto ha ayudado, desde su inicio en el año 2018, a un total de 524 personas dentro de las cuales hay 230 adultos y 256 menores de 6 años.

The Human Safety Net se desarrolla así mismo en Barcelona (más exactamente en l'Hospitalet de Llobregat), con la colaboración de la **Associació Educativa Ítaca**. Durante 2020, 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 han iniciado las tareas de digitalización de los programas educativos que han permitido su ejecución en remoto desde junio del 2020. Así mismo Generali colabora en la dotación de equipos a las familias integradas en el proyecto para que puedan participar de forma efectiva y digitalmente en los cursos de formación.

Para integrar THSN en la cultura de empresa, Generali **favorece la participación de sus empleados y de sus agentes** como voluntarios. Este voluntariado ha adquirido un especial significado en el año 2020 a raíz de la crisis sanitaria que ha impactado con intensidad sobre el colectivo al que THSN ayuda. Para ofrecer a estas familias un apoyo económico efectivo, se han desarrollado varias campañas de captación de fondos destinadas, por medio de ambas fundaciones, a la adquisición de alimentos de primera necesidad.

Un total de **306 empleados** de GENERALI España han participado en el **voluntariado** corporativo durante este ejercicio y 661 empleados están conectados a través de la aplicación oficial del proyecto recibiendo actualizaciones diarias.

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 1800 familias con niños pequeños, en situación de pobreza extrema.



3.9 Nuestro compromiso con el deporte

GENERALI, Aseguradora oficial de la Federación Nacional de Rugby y Patrocinador de la Selección Española de Rugby XV y VII

Como Compañía, promovemos iniciativas y eventos en los 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, la **Federación Nacional de Rugby y GENERALI** continúan con el acuerdo alcanzado por el cual GENERALI es el 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, mediante acciones concretas como la elaboración de difusión de la documentación que pone en valor los beneficios de este deporte, o la más reciente iniciativa GET INTO RUGBY para introducir y fomentar el rugby en el mundo escolar.

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 cinta en los colegios. El rugby cinta 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 se puede practicar en el patio del colegio, sin requerir instalaciones específicas.



Durante **2019** se llevó a cabo este programa en **200 colegios** de todo el territorio nacional.

Durante **2020** más de **1.300 docentes** de toda España se inscribieron 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 cinta.

Patrocinio del equipo femenino de hockey Generali HC Palau de Plegamans

En 2020, GENERALI España renovó su contrato de patrocinio con el **equipo femenino de hockey GENERALI HC Palau de Plegamans**, que participa en la división de honor de este deporte.

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.

GENERALI HC Palau de Plegamans



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.

La Cátedra Generali- CEU San Pablo sobre Diversidad, Inclusión e Igualdad de Oportunidades ante el Empleo organizó en junio 2020 la Jornada Digital sobre El Futuro del Empleo en la era Post-Covid, con la participación de profesionales del mundo del derecho, la empresa y la investigación, y el lanzamiento de un Think Tank con empresas.

Para dar a conocer la Cátedra, GENERALI ha organizado en el año académico 2020/2021 un completo programa de actividades encaminado al fomento de la inclusión de la diversidad, en el conocimiento y en el respeto a las capacidades diferentes y en la igualdad de oportunidades.

En este marco, el pasado 15 de diciembre de 2020 tuvo lugar la primera jornada digital **“El reto generacional de la digitalización súbita”** en el que participaron Ángeles Alcázar García, socia y directora del Observatorio de Generación y Talento; Elena Cascante, socia y directora del Observatorio de Generación y Talento; Mercedes Ruiz de Palacios, directora de la Cátedra y Javier Aguirre de Cárcer, director de Comunicación de GENERALI España. En este evento digital se presentó el impacto de la digitalización súbita en cuatro dimensiones de análisis del entorno empresarial: comunicación corporativa; competencias digitales y trabajo en remoto; calidad directiva en la gestión de equipos en remoto, y salud, bienestar y equilibrio entre la vida personal y profesional. También, se abordó los efectos que ha tenido la digitalización súbita de las empresas con motivo de la pandemia y las preocupaciones que ha generado entre las diferentes generaciones de trabajadores que conviven en el medio corporativo actualmente.

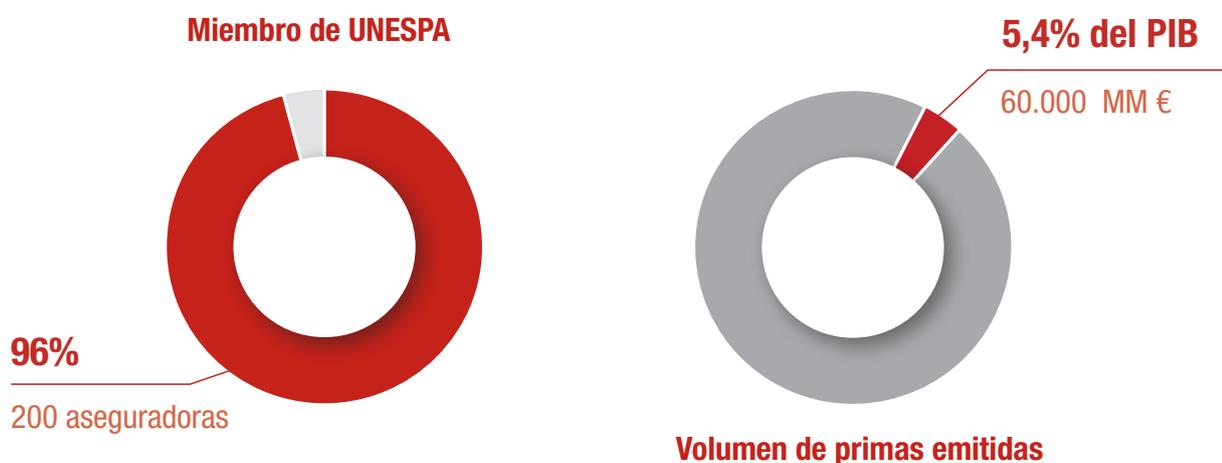
3.11 Afiliación y asociaciones

Generali es **miembro de UNESPA**, la asociación española de compañías de seguros y reaseguros. La asociación, fundada en 1977, incluye a un total de 200 aseguradoras que representan el 96% de la cuota de mercado del conjunto del sector asegurador. Un sector que, con un volumen de primas emitidas superior a los 60 mil millones de euros al año, representa un 5,4% 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.

El **sector asegurador representa un 5,4% del PIB, habiendo ganado un 0,2% en 2020** respecto al año anterior, si bien este aumento hay que situarlo en el contexto de la caída del PIB que ha sufrido la economía española en 2020, debido al impacto de la crisis sanitaria del COVID-19.

Para la realización de sus funciones, el sector **asegurador emplea directamente** a más de **50.000 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.



4 GESTIÓN RESPONSABLE

4.1 CÓDIGO DE CONDUCTA.....	77
4.2 GESTIÓN DE RIESGOS.....	77
4.3 CORRUPCIÓN Y SOBORNO.....	82
4.4 DERECHOS HUMANOS.....	85
4.5 MATRIZ DE MATERIALIDAD.....	86

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:

1	LA PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN
2	LOS ACTIVOS Y LOS DATOS EMPRESARIALES DE PROTECCIÓN
3	LOS CONFLICTOS DE INTERÉS
4	LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO
5	INFORMACIÓN FINANCIERA E INFORMACIÓN PRIVILEGIADA
6	BLANQUEO DE CAPITAL, FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO Y LAS SANCIONES

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:

- 1 LA EFICIENCIA Y LA EFICACIA DE LOS PROCESOS DE LA ORGANIZACIÓN
- 2 UN CONTROL APROPIADO DE RIESGOS
- 3 LA FIABILIDAD E INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA Y DE GESTIÓN
- 4 LA SALVAGUARDIA DE LOS ACTIVOS
- 5 EL CUMPLIMIENTO POR PARTE DE LAS OPERACIONES DE LA COMPAÑÍA DE LA NORMATIVA, LAS DIRECTRICES Y LOS PROCEDIMIENTOS A LOS QUE ESTÉN SUJETAS

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:

- 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 sesenta riesgos**, treinta de ellos ligados a riesgos operacionales y 30 a riesgos de cumplimiento. Anualmente la compañía realiza un análisis consistente en la recopilación, asociación al mapa de riesgos e introducción en la matriz elaborada por Compliance de los **Indicadores de Riesgo Potencial** (Potential Risk Exposure - PRE) y los Indicadores del Sistema de Control (Control System Indicators – CSIs).

Los **factores** tomados en consideración para **medir la exposición al riesgo** de la compañía son:

RIESGO POTENCIAL (PRE)	SE TOMA EN CONSIDERACIÓN, ENTRE OTROS INDICADORES, LAS POSIBLES SANCIONES O PÉRDIDAS OPERACIONALES, FACTORES EXTERNOS, ASÍ COMO EL DAÑO REPUTACIONAL
INDICADORES DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO (CSI)	TOMANDO EN CONSIDERACIÓN, ENTRE OTROS INDICADORES, LA NORMATIVA INTERNA, ACTIVIDADES FORMATIVAS, LITIGIOS, QUEJAS Y RECLAMACIONES

LAS FASES DE EVALUACIÓN A ALTO NIVEL DE LOS RIESGOS OPERACIONALES Y DE CUMPLIMIENTO



Evaluación preliminar de los riesgos por parte de las funciones de **Cumplimiento y Riesgos**

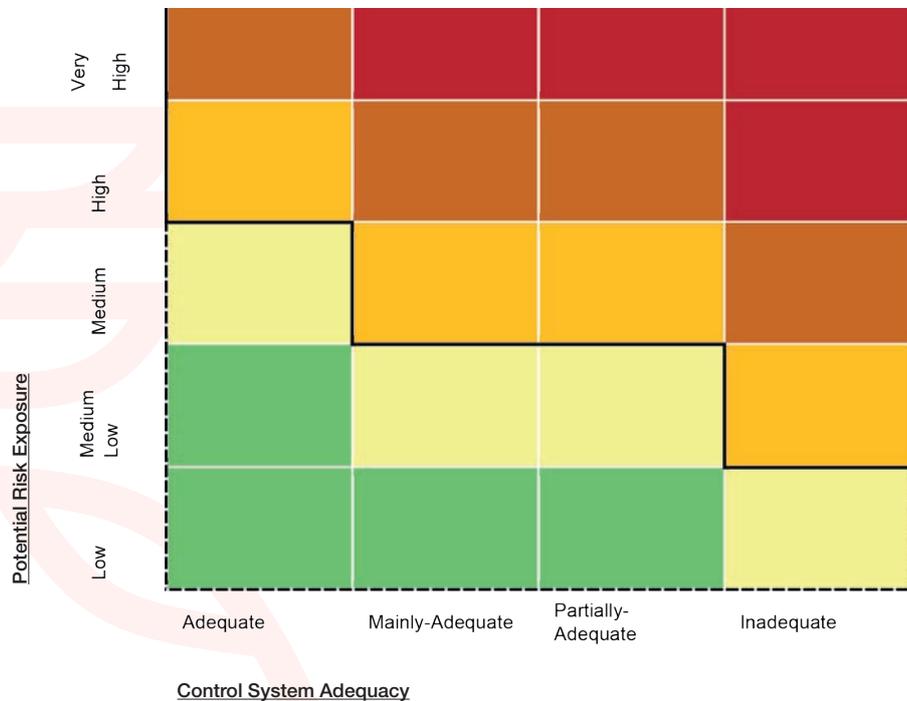


Revisión de los resultados clave del pre-assessment con los **propietarios de riesgos**



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 siguiente formato:



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.

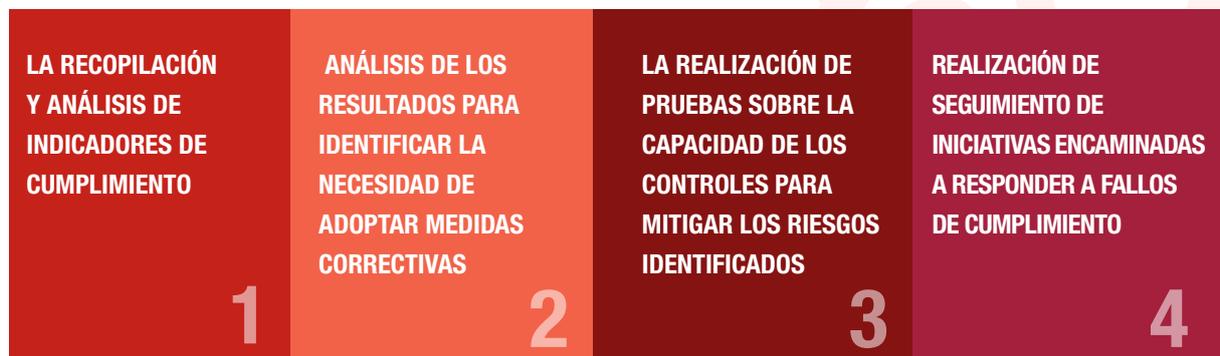
Los **controles deben mantenerse, evaluarse periódicamente y ponerse a prueba** para garantizar su efectividad de forma continuada.

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:



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

A través de los canales anteriormente indicados, a la largo de 2020 únicamente se recibió y tramitó una denuncia.

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 para la prevención de posibles casos de corrupción o soborno.

1

ESTÁ PROHIBIDO EFECTUAR PAGOS EN CUENTAS CIFRADAS, NUMERADAS O EN EFECTIVO

2

SI CORRESPONDIERA, EL BENEFICIARIO SERÁ SOMETIDO PREVIAMENTE A UN PROCEDIMIENTO DOCUMENTADO DE DUE DILIGENCE

3

TODOS LOS PAGOS TIENEN QUE REALIZARSE EXCLUSIVAMENTE EN LA CUENTA REGISTRADA A NOMBRE DEL BENEFICIARIO

4

LOS BENEFICIARIOS DEBERÍAN LLEVAR EN SUS LIBROS REGISTROS CORRECTOS Y TRANSPARENTES DE LAS CONTRIBUCIONES RECIBIDAS

Durante el ejercicio **2020** el importe total de donaciones a fundaciones y asociaciones de interés público ha sido de **183.574 euros**.

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 las 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 las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos



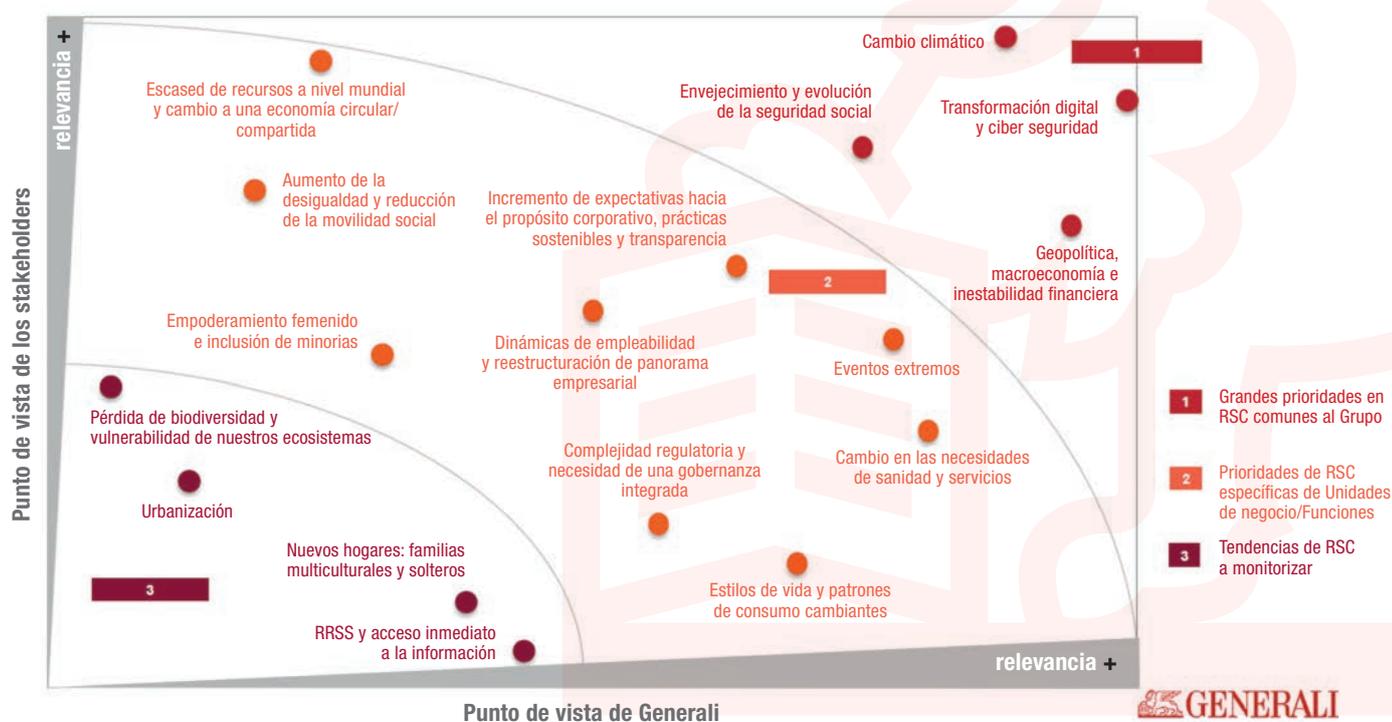
En este sentido, es importante recalcar que **proporcionamos un entorno de trabajo libre de cualquier forma de discriminación, intimidación o acoso**, y promovemos la diversidad y la inclusión, porque creemos que la cooperación entre personas con diferentes habilidades, perspectivas, orígenes y culturas 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

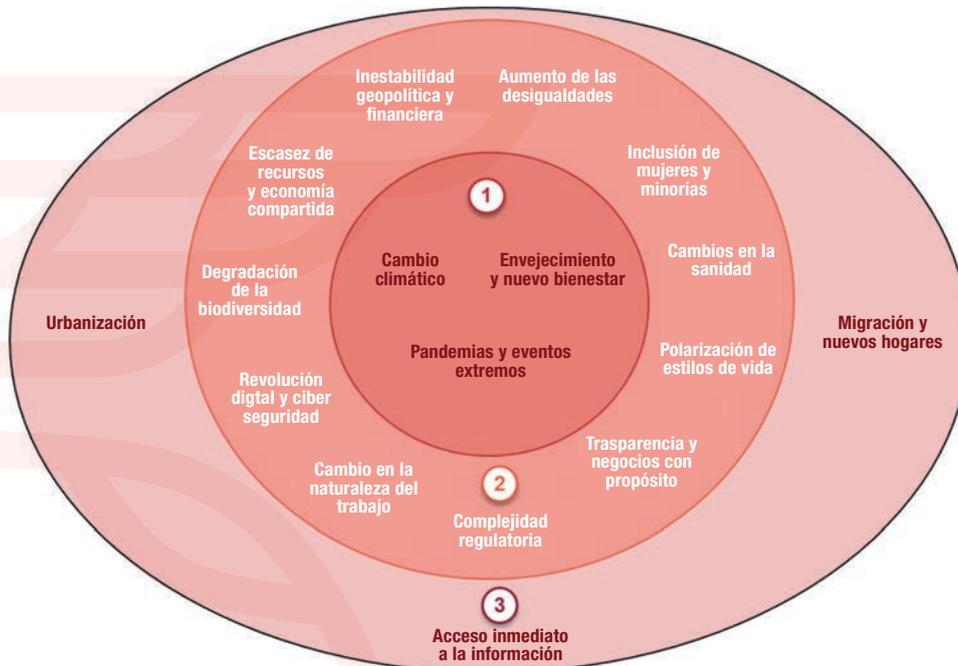


Con motivo de la crisis sanitaria por COVID-19, se ha procedido a revisar la consistencia del análisis y en noviembre de 2020 el Consejo de Administración de Grupo GENERALI aprobó una versión actualizada y simplificada de la matriz que destaca la importancia de los riesgos sociales y medioambientales.

No existiendo una definición de los factores ESG para la industria aseguradora, hemos adoptado como referencia los criterios marcados por la Comisión Europea, así como los relativos a la inclusión en el Dow Jones Sustainability Index.

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 el Grupo GENERALI en 2020



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 base a la actividad de Generali Seguros, 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 Seguros basa su política en este ámbito en la equidad, la coherencia y la transparencia, fomentando la igualdad y la diversidad de sus empleados invirtiendo además en su formación constante, clave fundamental de éxito.



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 las de patrocinio fomentando el deporte, el estilo de vida saludable, así como sus valores y las acciones de voluntariado, completan sus esfuerzos en este ámbito.



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.

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.



5 RECONOCIMIENTOS Y PREMIOS



En 2020, Generali ha recibido importantes reconocimientos por su liderazgo 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 2020 han sido:

- **Top Employer 2020:** 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.
- **100 Mejores Empresas para Trabajar.** GENERALI España ha obtenido el 8º puesto entre todas las empresas de cualquier sector a nivel nacional. Un reconocimiento muy prestigioso ya que lo publica el 2º periódico más importante de España (EL MUNDO).
- **Premio EMOInsight Seguros de Salud.** GENERALI España lidera el ranking de EMO Index, como número 1, por su vinculación emocional con los clientes asegurados, y su satisfacción con el servicio ofrecido durante la crisis de COVID-19 en el 3er Estudio de Emociones en Seguros de Salud 2020. También reciben una mención especial nuestra App para clientes, MI GENERALI, como la más innovadora del mercado actual.
- **INESE – Premio a la mejor campaña de RSC.** GENERALI España ha sido galardonada por INESE con el premio a la mejor campaña de RSC dentro del sector asegurador. INESE es el mayor editor local del sector asegurador español. Melanoma Summer Collection es una campaña de prevención del cáncer elaborada en colaboración con la Asociación Médica del Cáncer de Piel. La campaña se basó en el diseño de una colección de trajes de baño cuyo estampado presenta diferentes formas de melanoma. La campaña se lanzó en las redes sociales a través de conocidos influencers. También tuvo un impacto muy importante en los medios de comunicación nacionales.
- **Mención especial en los Premios de comunicación responsable OCARE 2020:** Notoriedad, impacto y creatividad, claves para ser una de las campañas de comunicación responsable favoritas del Jurado. OCARE (el Observatorio de la Comunicación de la Responsabilidad Empresarial) ha seleccionado la campaña Generali Melanoma Summer Collection como una de las mejores del año en España. Se trata de una campaña de concienciación sobre la importancia de la prevención y detección precoz del melanoma.
- **Mejor servicio de atención al cliente:** GENERALI España ha sido premiada por Sotto Tempo Advertising por el mejor servicio de atención al cliente en seguros de hogar. Este premio refleja la calidad y la seguridad a la hora de suscribir un servicio ofrecido por la compañía.
- **Mejor CDO en los premios del Club CDO Spain & Latam:** Javier Marqués, CDO de GENERALI España, ha sido reconocido como el mejor Chief Data Officer en la segunda edición de los premios del Club CDO Spain & Latam, que distinguen aquellos proyectos y estrategias más sobresalientes relacionadas con el uso y la gestión empresarial de los datos. El trabajo de Javier Marqués ha destacado por su creatividad, capacidad de ejecución estratégica y el cambio de la cultura del dato de GENERALI en su decidida apuesta por convertirse en una compañía data-driven.
- GENERALI España galardonado con el **premio APeL** a la excelencia en e-learning en la categoría Solución más Innovadora.
- **Premio IDC FutureScape 2020** de Tecnologías Disruptivas
- **OCU Salud:** Generali cuenta con el mejor servicio de Salud a nivel estatal en lo referente a la calidad de su cobertura, su gestión de autorizaciones y pruebas médicas y su servicio al cliente.

The background features a vibrant green and blue illustration. At the top, a sun with rays is partially obscured by a dark blue curved band. Below the sun, there are various icons representing sustainability: a wind turbine on the left, a bicycle in the center, a solar panel on the right, and a recycling bin. In the foreground, a pair of hands is shown holding a variety of green plants, including wheat stalks and leafy greens. The overall theme is environmental care and sustainable development.

ANEXO

ANEXO I.
PRINCIPALES MAGNITUDES DE GRUPO GENERALI. 92

ANEXO II.
ACERCA DE LA MEMORIA 94

ANEXO III.
TABLA DE INDICADORES GRI 95

Anexo I. Principales Magnitudes de Grupo Generali

PRIMAS NETAS EMITIDAS	+0,5%	RESULTADO OPERATIVO	+0,3%	BENEFICIO NETO	-34%
70.704 MM de €		5.208 MM de €		1.744 MM de €	

TOTAL ACTIVOS GESTIONADOS	+5,4%	RATIO DE SOLVENCIA	0 p.p
664 MIL MM de €		224%	

VIDA

Los life net inflows confirman su excelente nivel. El resultado operativo está impactado por la aceleración de las provisiones de las garantías de los tomadores en Suiza y el desempeño negativo de los mercados.

LIFE NET INFLOWS	-10,5%	NEW BUSINESS VALUE (NBV)	+4,9%	RESULTADO OPERATIVO	-16,1%
12.144 MM de €		1.856 MM de €		2.627 MM de €	

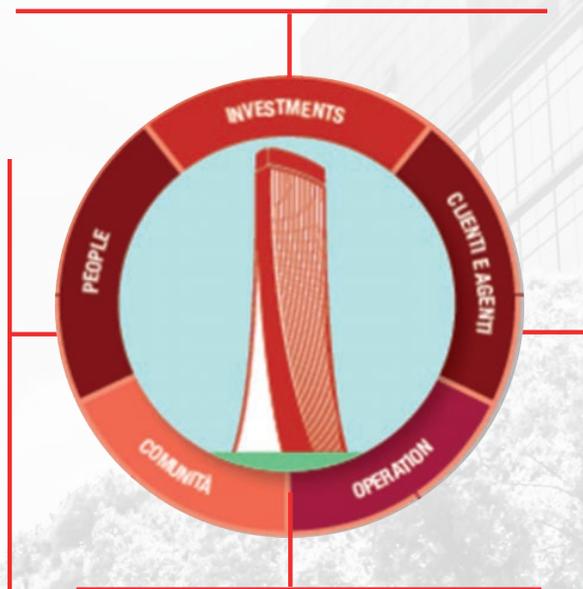
NO VIDA

Las primas se estabilizaron en un contexto muy afectado por la pandemia. El resultado operativo creció gracias a una mejora significativa en el ratio combinado.

PRIMAS NETAS EMITIDAS	+0,1%	NEW BUSINESS VALUE (NBV)	-3,5 p.p.	RESULTADO OPERATIVO	+19,4%
22.147 MM de €		89,1%		2.465 MM de €	

NUEVAS INVERSIONES VERDES Y SOSTENIBLES

5.973 MIL MM de €



NUESTRA GENTE **+1%**

72.644

NUESTROS CLIENTES **+7,3%**

65,9 MM

PRIMAS DE PRODUCTOS GREEN & ENVIRONMENTAL **+11,2%**

16.930 MM €

NUESTROS AGENTES **+5,5%**

165.000



PAÍSES **+4,8%**

22

ACTIVOS GESTIONADOS

Aumento significativo de los ingresos de explotación, especialmente de las comisiones de rendimiento. Los activos gestionados del segmento aumentaron.

RESULTADO OPERATIVO **+28,5%**

546 MM de €

NEW BUSINESS VALUE (NBV) **+38,0%**

386 MM €

RESULTADO OPERATIVO **+5,7%**

561 MIL MM de €

Anexo II. Acerca de la Memoria

Principios de reporting: La información de nuestra primera Memoria de Sostenibilidad incluye los resultados de las actividades llevadas a cabo en España en materia económica, social y ambiental para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2020. 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.

Este es el primer año en que Generali España publica su desempeño en materia económica, social y ambiental a través de esta Memoria de Sostenibilidad, que tiene por objetivo de mostrar nuestro compromiso con la transparencia, nuestra contribución al desarrollo de la sociedad y la respuesta a las demandas de nuestros grupos de interés, y que tendrá una periodicidad anual.

Proceso de recopilación: El proceso de recopilación de toda la información contenida en el presente documento, ha sido consolidada y extraída a través de los diferentes sistemas de información de que dispone la compañía.

Exhaustividad: 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.

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 nuestro desempeño.

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

Comparabilidad: A efectos de comparabilidad, se han incluido en la presente Memoria datos correspondientes a los ejercicios 2018 y 2019, con el propósito de permitir al lector una mayor comprensión sobre la evolución de la gestión y desempeño de la compañía.

Reporting en base a GRI: La Memoria de Sostenibilidad ha sido elaborada tomando como referencia los principios de reporte de los GRI Standards del Global Reporting Initiative. Cualquier omisión o reporte parcial de información solicitada por GRI Standards ha sido incluida en la Tabla de indicadores GRI, disponible en el presente Anexo.

Anexo III: Tabla de Indicadores GRI

Índice de Contenidos GRI Standards			
GRI Standard	Indicador GRI	Páginas de referencia	Observaciones
102-1	Nombre de la organización	7	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	6-7, 12	
102-3	Localización de la sede principal de la organización	7	
102-4	Localización de las operaciones	6	
102-5	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	6-7	
102-6	Mercados servidos	6-7, 12, 82	
102-7	Dimensiones de la organización	6, 8-10	
102-8	Información sobre los empleados y otros trabajadores	6, 64	
102-9	Cadena de suministro	86-87	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	7, 86-87	
102-11	Principio de enfoque o precaución	22	
102-12	Iniciativas externas	39-40, 42, 59, 72	
102-13	Asociaciones a las que pertenece la organización	50, 77	
Estrategia			
102-14	Declaración del máximo responsable	4	
Ética e integridad			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de la organización	14-15, 52, 59, 67	
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/quienes-somos/generalis-espana/consejo-de-administracion
Participación de los grupos de interés			
102-40	Listado de grupos de interés	29	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	62	

Índice de Contenidos GRI Standards			
GRI Standard	Indicador GRI	Páginas de referencia	Observaciones
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	29, 66, 72, 74, 80, 83	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados		No se dispone de información acerca de los temas y preocupaciones mostrados por los grupos de interés a través de los canales de comunicación de la compañía.
Para la elaboración del informe			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	7	
102-46	Definición del contenido de la memoria y el alcance	60-62	
102-47	Listado de asuntos materiales	60-62	
102-48	Reformulación de información		Esta es la primera Memoria de Sostenibilidad que presenta Generali España, por lo que no aplica la re-expresión de la información.
102-49	Cambios en el reporte		Esta es la primera Memoria de Sostenibilidad que presenta Generali España, por lo que no aplican cambios en el reporte.
102-50	Periodo de reporte		Ejercicio 2020
102-51	Fecha de la última memoria		Esta es la primera Memoria de Sostenibilidad que presenta Generali España. El documento no se encuentra sujeto a la Verificación externa de un tercero independiente.
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		Anual
102-55	Índice de contenidos GRI	95-98	

Índice de Contenidos GRI Standards			
GRI Standard	Indicador GRI	Páginas de referencia	Observaciones
102-56	Verificación externa		Esta es la primera Memoria de Sostenibilidad que presenta Generali España. El documento no se encuentra sujeto a la Verificación externa de un tercero independiente.
Estándares económicos (200)			
Enfoque de gestión (103)			
103-1	Explicación del asunto relevante y su alcance	60-62	
103-2	Enfoque de gestión y sus elementos	45-48, 52-56, 81	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45-48, 52-56, 81	
Impactos económicos indirectos (GRI 2016)			
203-1	Inversión en infraestructuras y tipos de servicios que se apoyan	45-48, 81	-
Anticorrupción (GRI 2016)			
205-2	Comunicación y capacitación en materia anticorrupción	52-56	
Estándares ambientales (300)			
Enfoque de gestión (103)			
103-1	Explicación del asunto relevante y su alcance	60-62	
103-2	Enfoque de gestión y sus elementos	23-26	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	23-26	
Materiales (GRI 2016)			
301-1	Materiales por peso o volumen	23	
Energía (GRI 2016)			
302-1	Consumo energético interno	23	
Agua y efluentes (GRI 2018)			
303-5	Consumo de agua	23	
Emisiones (GRI 2016)			
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	25-26	
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 2)	25-26	
305-3	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3)	25-26	

Índice de Contenidos GRI Standards			
GRI Standard	Indicador GRI	Páginas de referencia	Observaciones
305-5	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero	25	
Residuos (GRI 2020)			
306-3	Residuos generados	24	
Estándares sociales (400)			
Enfoque de gestión (103)			
103-1	Explicación del asunto relevante y su alcance	60-62	
103-2	Enfoque de gestión y sus elementos	58, 75-77, 86	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	58, 75-77, 86	
Seguridad y salud en el trabajo (GRI 2018)			
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	75-76	
403-3	Servicios de salud en el trabajo	75-76	
Formación y enseñanza (GRI 2016)			
404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	77	Se reporta únicamente la media de horas de formación total por empleado.
Diversidad e Igualdad de Oportunidades (GRI 2016)			
406-1	Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	58	
Salud y seguridad de los clientes (GRI 2016)			
416-2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa relativa a los impactos en seguridad y salud de los productos y servicios	86	
Privacidad de los clientes (GRI 2016)			
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	86	

Building a future-proof business model: how we are embedding the ESG priorities

 Digital transformation and cybersecurity 	 Climate change  	 Geopolitical, macroeconomic and financial instability 	 Ageing and evolving social security  
Generali's way to manage risks and opportunities related to the ESG priorities			
<ul style="list-style-type: none"> • Eur 1 bn investment 2018-2021 to digitalize the agents, scale-up process automation and use AI to customize the offering and identify fraud • Generali Jeniot and new services based on connected devices & IoT • Security Group Policy and Security Operation Center to manage potential cyber attacks • 50% reskilled employees for the digital era by 2021 • 100% entities with smart working in 2020 	<ul style="list-style-type: none"> • Eur 1.4 bn from green insurance products in 2019 • Geo-intelligence into P&C underwriting and engineering services for loss prevention • Eur 2.7 bn new green and sustainable investments in 2019 • General account portfolio carbon neutral by 2050 • Issuing of Green Bond and Green Insurance Linked Securities • -20% GHG emissions from our offices and business travel (2013-2020) and 99% green power 	<ul style="list-style-type: none"> • Asset allocation strategy focused on greater geographical diversification, alternative investments, real estate and infrastructural assets, sustained also through the multi-boutique asset management model • Fee-based model for Life business and shift to unit linked and capital light savings • Fostering advocacy, institutional dialogue, thought leadership and global governance at international level. 	<ul style="list-style-type: none"> • Eur 100 m investments 2018-2021 for Generali Global Pension: welfare proposition for ageing population • Eur 13.9 bn from social insurance products in 2019 such as coverage for the elderly and pension scheme integrating welfare • Thematic investment funds such as SRI Ageing Population • D&I initiatives to empower senior colleagues and overcome age-related stereotypes

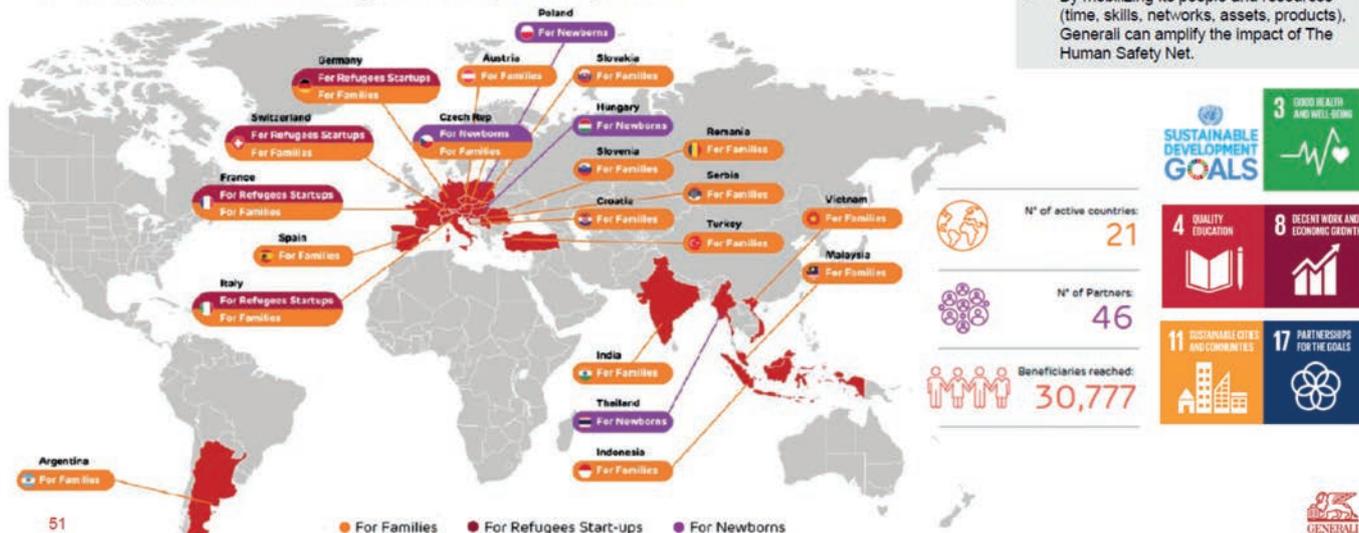
The Human Safety Net: a global movement of people helping people

Extending Generali's purpose to the most vulnerable ones in our society



- Its mission is to **unlock the potential of people living in vulnerable circumstances**, so that they can transform the lives of their families and communities.
- Supports **families** with young children and refugee integration through work.
- Brings together the strengths of non-profit organizations and the private sector, in Europe, Asia and South America.
- As an **open net**, it welcomes working with other companies and organizations.

- The engine of The Human Safety Net is a Foundation set up in 2017 by Generali.
- By mobilizing its people and resources (time, skills, networks, assets, products), Generali can amplify the impact of The Human Safety Net.





generali.es