

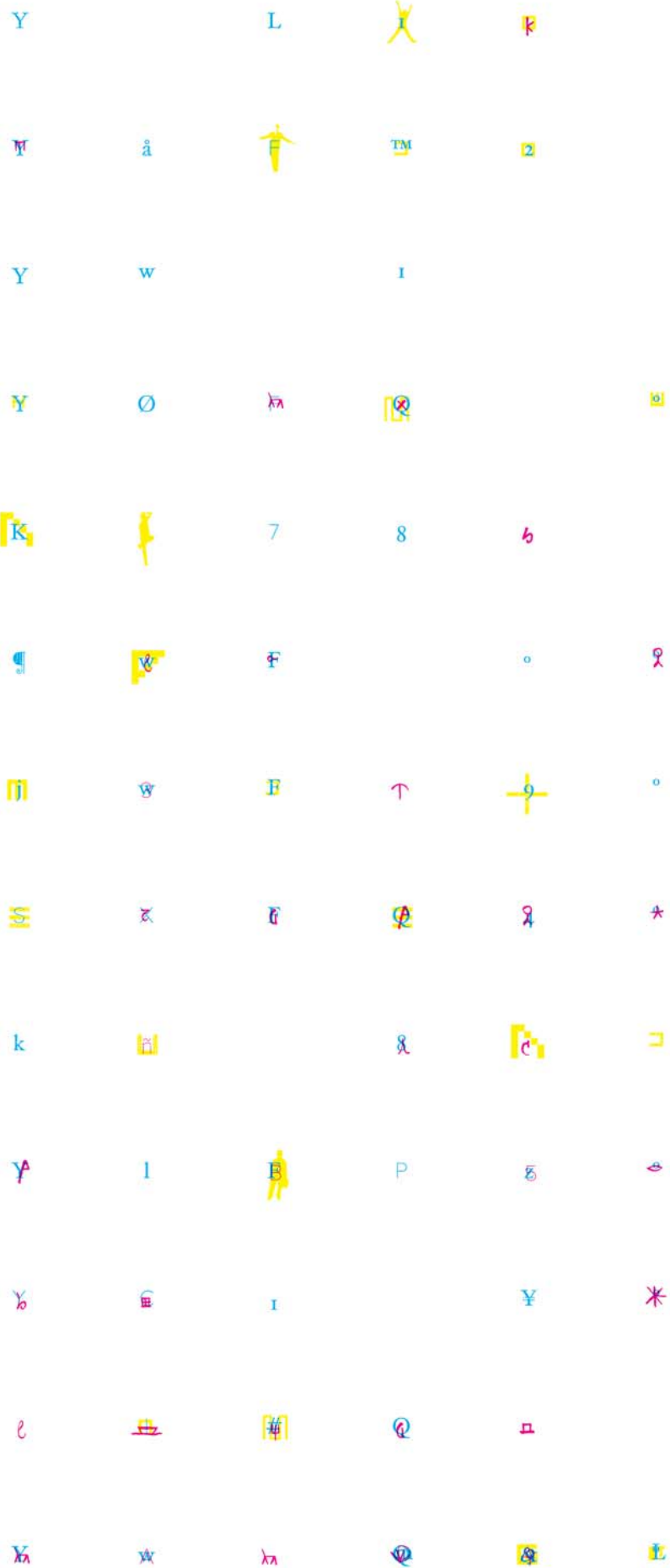
Colombia



INFORME ANUAL 2010

Responsabilidad Social





INFORME ANUAL 2010

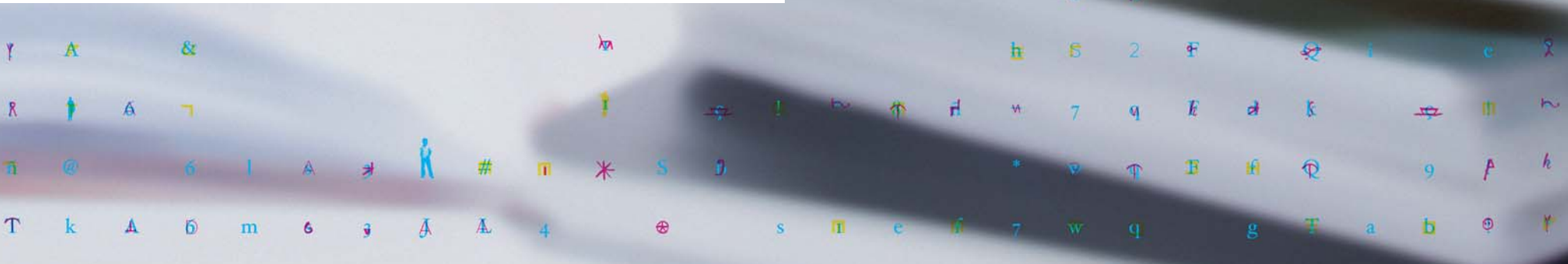
Responsabilidad Social



Contenidos

1. Carta del Presidente	4
2. Información General	7
- Implantación internacional	8
- Organigrama societario del Grupo MAPFRE	9
- Implantación en Colombia	10
- Organigrama de MAPFRE COLOMBIA	11
- Principales magnitudes económicas del Grupo MAPFRE	12
- Principales magnitudes económicas de MAPFRE COLOMBIA	13
- Órganos de Gobierno	14
- Calificación de fortaleza financiera	15
3. MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social	17
- Política de Responsabilidad Social	17
- Modelo de actuación	18
- Partes interesadas	19
- La Responsabilidad Social en MAPFRE COLOMBIA	20
- Actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE COLOMBIA	20
- Gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno	22
- Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social	23
- Premios y reconocimientos	25

4. Dimensión Social de MAPFRE COLOMBIA	27
- MAPFRE COLOMBIA y sus empleados	27
- MAPFRE COLOMBIA y sus clientes	36
- MAPFRE COLOMBIA y sus intermediarios	46
- MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores	48
5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA	53
- Política Medioambiental y Energética	53
- Sostenibilidad en MAPFRE COLOMBIA	54
6. Información Complementaria	57
- Principales asociaciones	57
- Índice de indicadores GRI	58
- Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	66
- Informe de Verificación Externa	69
7. Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2010	73
- Instituto de Acción Social	74
- Instituto de Ciencias del Seguro	76
- Instituto de Cultura	76
- Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente	77
- Instituto de Seguridad Vial	77



1

Carta del Presidente

Estimado lector

Nos complace presentar por segundo año consecutivo el Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE COLOMBIA, en esta oportunidad relativo al ejercicio 2010, el cual tiene carácter local, fue verificado por la firma de auditoría Ernst & Young, se realizó conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, y complementa las memorias globales de Responsabilidad Social del Grupo MAPFRE.

Al igual que en el ejercicio 2009, los datos reflejados en sus páginas se refieren a las actividades aseguradoras de MAPFRE en Colombia y a la política de Responsabilidad Social del Grupo a nivel mundial.

El compromiso de nuestro Grupo con la Responsabilidad Social y con la transparencia fue valorado internacionalmente en 2010 con la inclusión de MAPFRE en el Dow Jones Sustainability. La presencia en ese prestigioso índice se sumó al reconocimiento que desde hace años nos otorga el FTSE4Good, y asimismo a la confianza de otras instituciones de renombre internacional que miden y destacan la reputación y la imagen de nuestra marca. Velamos para mantener y acrecentar esos valores que son también objetivos prioritarios de nuestro Grupo, que en 2010 fue distinguido con el Premio Latinoamericano a la Responsabilidad Social de la Empresa por el Foro Ecuménico y Social.



VICTORIA EUGENIA BEJARANO PRESIDENTE

Entendemos que las obligaciones empresariales trascienden la generación de riqueza, y que existen imperativos éticos así como el compromiso de contribuir al progreso y al bienestar de la comunidad a la que pertenecemos. En MAPFRE COLOMBIA nos sentimos una empresa transparente y receptora de las inquietudes de la comunidad, que mantiene canales abiertos permanentes con las partes interesadas (asegurados y clientes, accionistas e inversores, socios, empleados, intermediarios, proveedores).

No obstante la evolución favorable que registra la presente Memoria, estamos lejos de sentirnos conformes con nuestros resultados. Todavía hay mejoras que implementar y retos por superar; estamos resueltos a fijar objetivos más ambiciosos y optimizar nuestra generación de valor.

Estamos convencidos que con innovación, visión a largo plazo, austeridad, aplicación de los conceptos de igualdad y confianza, y un crecimiento ordenado, equitativo y sostenible, lograremos importantes avances en nuestra gestión que de cobertura a los ámbitos económico, ambiental y social.

Reiterándole nuestra gratitud por su confianza y apoyo, le saludo muy cordialmente.

Victoria E. Bejarano de la Torre

VICTORIA EUGENIA BEJARANO
PRESIDENTE



2

Información General

MAPFRE COLOMBIA es la filial en el país de MAPFRE, un grupo español independiente, que desarrolla fundamentalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en más de 40 países. La matriz del Grupo es la sociedad holding MAPFRE S.A., cuyas acciones cotizan en las Bolsas de Madrid y Barcelona, y forman parte de los índices IBEX 35, Dow Jones Stoxx Insurance, Dow Jones Sustainability World Index, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good y FTSE4Good IBEX.

La propiedad de la mayoría de las acciones de MAPFRE S.A. corresponde a FUNDACIÓN MAPFRE, lo que garantiza la independencia del Grupo y su estabilidad institucional. FUNDACIÓN MAPFRE desarrolla actividades de interés general en las áreas de Acción Social, Ciencias del Seguro, Cultura, Seguridad Vial, Prevención, Salud y Medio Ambiente.

MAPFRE tiene una sólida posición de liderazgo en el Seguro Español, y una amplia implantación multinacional. Al cierre del ejercicio 2010 ocupaba el sexto puesto en el ranking de Seguro no Vida de Europa, y la primera posición en el de América Latina. Desde el año 2000 tiene establecida una importante alianza estratégica con CAJA MADRID, matriz del cuarto mayor grupo financiero español, cuyo objetivo es lograr el máximo aprovechamiento de las potencialidades de las redes comerciales de ambos grupos en la distribución de productos aseguradores y financieros.

La historia de MAPFRE COLOMBIA se remonta al año 1984, cuando Seguros Caribe recibe la primera inversión de MAPFRE INTERNACIONAL. Luego, en 1993, MAPFRE INTERNACIONAL se convierte en el principal accionista de Seguros Caribe y para 1995, Seguros Caribe se convierte en MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A.

En 1999 se constituye MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A. y en el año 2003, se lleva a cabo el proceso de integración de MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A. y MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A.

MAPFRE COLOMBIA es miembro de la Federación de Aseguradores Colombianos - FASECOLDA, y cuenta con un amplio portafolio de productos, servicios y valores agregados, una extensa red de oficinas e instalaciones de atención, y un equipo humano de profesionales altamente capacitado, elementos todos que han sido dispuestos para entregarle al mercado una excelente opción, bajo el firme propósito de fomentar y difundir la cultura del seguro en el país.

Las actividades de MAPFRE COLOMBIA, se desarrollan a través de 2 sociedades: MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A. y MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A., empresas vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, organismo técnico adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Otras empresas del Grupo MAPFRE en Colombia son: CREDIMAPFRE S.A., ANDI ASISTENCIA, MAPFRE RE, MAPFRE CREDISEGURO S.A. y CESVI COLOMBIA S.A.

Implantación internacional

MAPFRE opera en un total de 43 países a través de 251 sociedades. Al cierre del ejercicio 2010, tenía 5.351 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.226 estaban en España, 1.972 en América Latina; además distribuye sus productos a través de 6.124 oficinas de entidades bancarias y otros 25.866 puntos de venta que comercializan los seguros del Grupo en virtud de acuerdos de colaboración; y cuenta con una red de cerca de 70.000 agentes y mediadores, 6.000 de los cuales estaban en Estados Unidos.

En la actividad de Seguro Directo, MAPFRE lidera el mercado español y está implantada en todos los países de América Latina –en el conjunto de los cuales tiene una posición de liderazgo en Seguros no Vida–, en los Estados Unidos de América, en Portugal, en Turquía y en Filipinas. En la actividad de Asistencia, MAPFRE opera en 40 países. Además, el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional (MAPFRE RE) que ocupa el puesto 14 en el ranking del reaseguro mundial y desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con tres sociedades filiales y 15 oficinas de representación.

○ ● ● ●	Argentina
○ ● ● ●	Brasil
● ● ● ●	Canadá
○ ● ● ●	Chile
○ ● ● ●	Colombia
○ ● ● ●	Costa Rica
○ ● ● ●	Ecuador
○ ● ● ●	El Salvador
○ ● ● ●	Estados Unidos
○ ● ● ●	Guatemala
○ ● ● ●	Honduras
○ ● ● ●	México
○ ● ● ●	Nicaragua
○ ● ● ●	Panamá
○ ● ● ●	Paraguay
○ ● ● ●	Perú
○ ● ● ●	Puerto Rico
○ ● ● ●	República Dominicana
○ ● ● ●	Uruguay
○ ● ● ●	Venezuela

● ● ● ●	Alemania
● ● ● ●	Bélgica
○ ● ● ●	España
● ● ● ●	Francia
● ● ● ●	Grecia
● ● ● ●	Hungría
● ● ● ●	Irlanda
● ● ● ●	Italia
● ● ● ●	Luxemburgo
○ ● ● ●	Portugal
● ● ● ●	Reino Unido
● ● ● ●	Rusia
○ ● ● ●	Turquía

● ● ● ●	Bahrain
● ● ● ●	Emiratos Árabes
● ● ● ●	China
○ ● ● ●	Filipinas
● ● ● ●	India
● ● ● ●	Jordania

● ● ● ●	Argelia
● ● ● ●	Egipto
● ● ● ●	Libia
● ● ● ●	Túnez

TOTAL OFICINAS BANCASEGUROS	6.124
TOTAL OFICINAS PROPIAS	5.351

○ SEGURO DIRECTO	● ASISTENCIA	● GLOBAL RISKS	● REASEGURO
------------------	--------------	----------------	-------------



Organigrama societario del Grupo MAPFRE

MAPFRE S.A.

- Secretaría General
- Auditoría Interna
- Área Financiera
- Inversiones
- Recursos y Medios
- Tecnologías y Procedimientos

SEGURO DIRECTO ESPAÑA

MAPFRE FAMILIAR
100%

MAPFRE VIDA
100%

MAPFRE EMPRESAS
100%

SEGURO DIRECTO INTERNACIONAL

MAPFRE AMÉRICA
88,9%

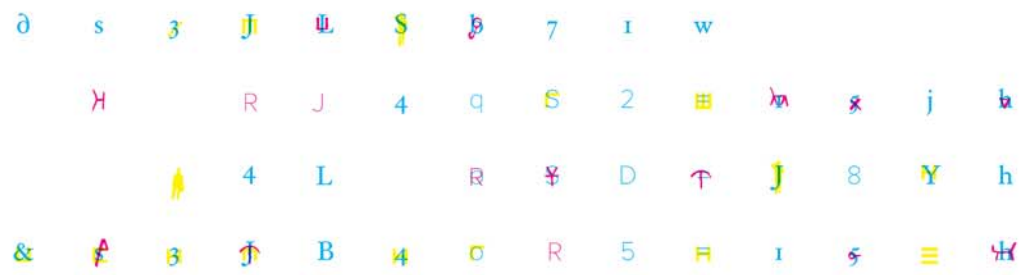
MAPFRE INTERNACIONAL
87,5%

NEGOCIOS GLOBALES

MAPFRE RE
91,5%

MAPFRE ASISTENCIA
100%

MAPFRE GLOBAL RISKS
100%

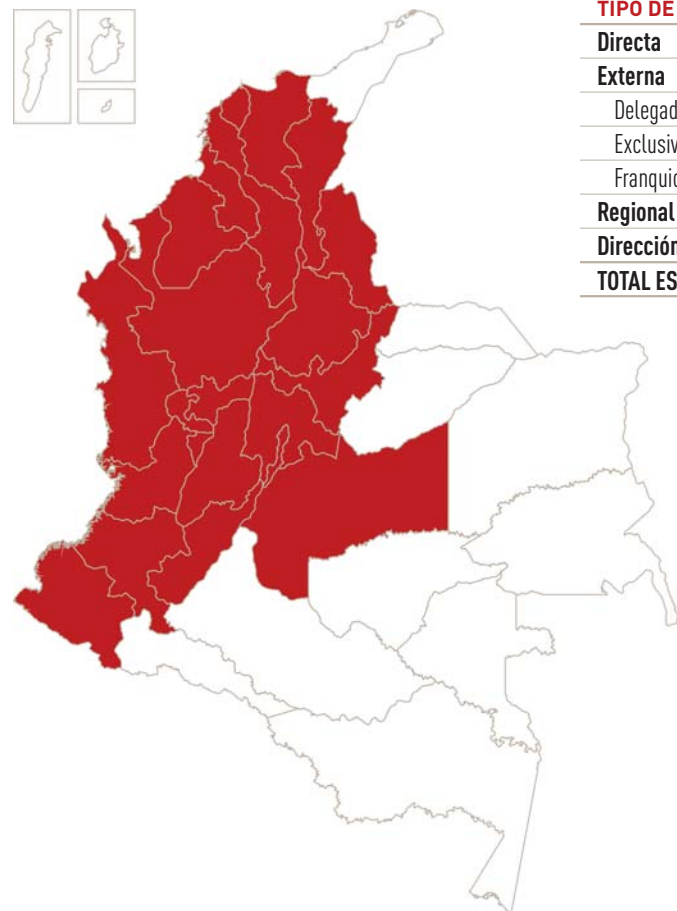


Implantación en Colombia

Al cierre de 2010 la estructura territorial de MAPFRE COLOMBIA la integraban 48 oficinas directas y 109 oficinas externas entre oficinas delegadas (81), oficinas exclusivas (3) y oficinas franquiciadas (25).

El conjunto de estas 157 oficinas lo manejan 12 oficinas regionales, órganos que dirigen y coordinan la actuación de la Red en áreas geográficas determinadas; las regionales a su vez le responden a la Dirección General a través de la Vicepresidencia Comercial, sumando en total así 170 oficinas a nivel nacional.

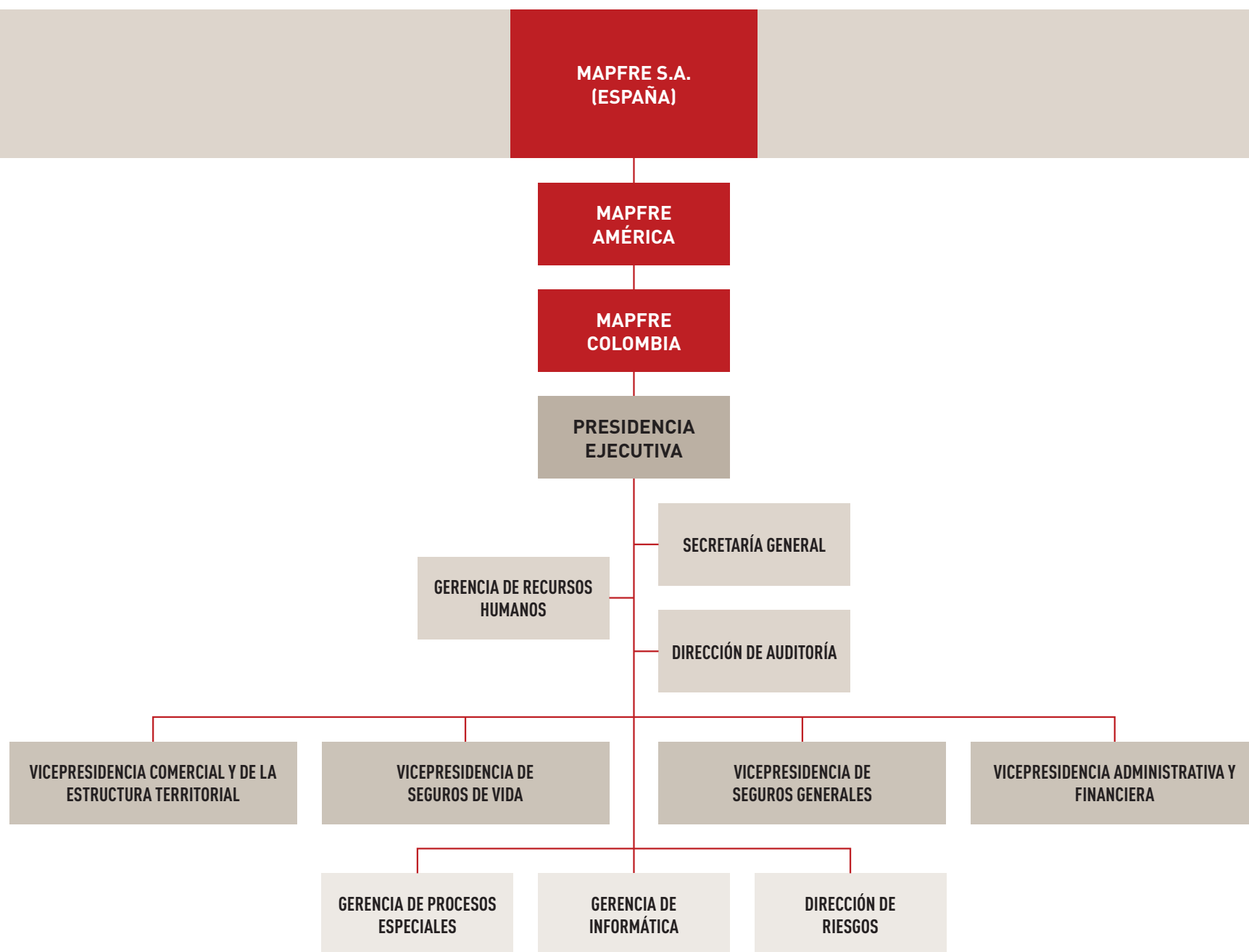
Colombia se divide administrativa y políticamente en 33 entes territoriales: 32 departamentos y un único Distrito Capital (Bogotá). MAPFRE COLOMBIA tiene oficinas en todo el país a excepción de los departamentos de Amazonas, Arauca, Caquetá, Casanare, Guainía, Guaviare, La Guajira, Putumayo, Vaupés, Vichada y San Andrés, Providencia y Santa Catalina (insular), es decir que tiene presencia física en el 66,7% del territorio colombiano, con la mayor concentración de oficinas en Bogotá debido a que el Distrito Capital alberga al 16% de la población nacional.



TIPO DE OFICINA	Número
Directa	48
Externa	109
Delegada	81
Exclusiva	3
Franquicia	25
Regional	12
Dirección General	1
TOTAL ESTRUCTURA	170

	TIPO OFICINA POR REGIONAL	Número
ANTIOQUIA	Directa	4
	Franquicia	2
	Delegada	4
BOGOTÁ I	Directa	6
	Franquicia	7
	Delegada	12
BOGOTÁ II	Directa	7
	Franquicia	8
	Exclusiva	1
	Delegada	10
	Delegada	10
CENTRO I	Directa	2
	Franquicia	1
	Delegada	13
CENTRO II	Directa	3
	Franquicia	1
	Exclusiva	1
	Delegada	7
CUENTAS CORPORATIVAS BOGOTÁ	Directa	2
	Delegada	1
CUENTAS CORPORATIVAS CALI	Directa	2
	Franquicia	1
EJE CAFETERO	Directa	4
	Delegada	5
NORTE	Directa	5
	Franquicia	2
	Delegada	10
OCCIDENTE	Directa	7
	Franquicia	2
	Delegada	8
CENTRAL	Directa	3
	Exclusiva	1
	Delegada	5
SANTANDER	Directa	3
	Franquicia	1
	Delegada	6

Organigrama de MAPFRE COLOMBIA



Principales magnitudes económicas del Grupo MAPFRE

El siguiente cuadro refleja las magnitudes básicas que definen la dimensión Económica del Grupo MAPFRE:

	2010	2009	Var. %
Ingreso por operaciones			
Primas de seguros y reaseguros	18.137,0	16.501,3	9,9
Aportaciones brutas a Planes de Pensiones	330,8	377,3	(12,3)
Ingreso de inversiones	2.909,5	2.492,8	16,7
Ingresos de entidades no aseguradoras y otros	753,2	831,3	(9,4)
Ajustes de consolidación y otras sociedades	(1328,9)	(994,9)	33,6
INGRESOS TOTALES POR OPERACIONES	20.801,6	19.207,7	8,3
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS	1.431,00	1.446,2	(1,1)
RESULTADO ATRIBUIBLE A LA SOCIEDAD DOMINANTE	933,5	926,8	0,7
Fondos gestionados de productos de Vida y Ahorro			
Provisiones Técnicas Vida	0.319,8	17.663,1	15,0
Fondos de Pensiones	5.193,1	3.781,4	37,3
Fondos de Inversión y cartera gestionadas	2.605,7	2.686,0	(3,0)
TOTAL FONDOS GESTIONADOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y AHORRO	28.118,6	24.130,5	16,5
ACTIVOS TOTALES GESTIONADOS*	56.471,1	49.573,2	13,9

CIFRAS EN MILLONES DE EUROS

*Incluye activos totales, fondos de pensiones y fondos de inversión

En el siguiente cuadro se incluyen datos expresivos de la implantación territorial de MAPFRE, y de la distribución de su negocio por áreas geográficas:

	2010	2009	2008	2007	2006
Número de países con presencia	43	43	45	43	39
Número de empleados	36.744	35.225	34.603	30.615	28.006
España	16.680	17.153	16.838	16.671	15.725
Otros países	20.064	18.072	17.765	13.944	12.281
Número de oficinas	5.351	5.806	5.789	5.458	4.712
España	3.226	3.278	3.243	3.090	2.910
América - Seguro directo	1.972	1.980	2.002	1.890	1.665
Otros países	153	548	544	478	137
Distribución territorial del negocio por primas					
España	41%	49%	55%	64%	65%
América - Seguro directo	28%	26%	24%	24%	22%
Otros países	31%	25%	21%	12%	13%



Y en el siguiente, las cuotas de mercado de MAPFRE:

	2010	2009	2008	2007	2006
España (primas)					
Automóviles	20,5%	20,1%	20,6%	20,5%	20,4%
Salud	6,3%	8,1%	7,9%	7,8%	7,8%
Resto no Vida	17,4%	17,2%	18,2%	18,2%	18,1%
Vida	12,8%	9,0%	9,7%	10,3%	8,3%
TOTAL	14,7%	13,0%	13,9%	14,4%	13,5%
España Vida (provisiones técnicas)	12,3%	10,7%	11,4%	11,4%	10,3%
Latinoamérica (primas no Vida)	ND	7,9%	6,9%	6,1%	6,2%

En el Volumen 1 de Cuentas Anuales, Informe de Gestión, Sociedades Filiales, se ofrece una amplia información sobre la dimensión económica del Grupo MAPFRE.

Principales magnitudes económicas de MAPFRE COLOMBIA

El cierre del ejercicio 2010 arrojó un cumplimiento presupuestal del 113%, para un total de primas de \$961.212 millones con un crecimiento del 26%. El siguiente cuadro refleja esas magnitudes, especificando además por Regional:

REGIONAL	PNE 2010	PNE 2009	Var. %	% Cump.	% Str. Inter.	% ROR
Antioquia	43.600	30.370	44%	126%	43%	39%
Bogotá I	55.022	48.104	14%	102%	50%	30%
Bogotá II	63.145	55.879	13%	106%	56%	28%
Central	421.206	300.939	40%	120%	145%	(6%)
Centro I	10.623	8.794	21%	102%	63%	12%
Centro II	12.612	12.999	(3%)	85%	54%	21%
Cuentas Corporativas Bogotá	205.117	165.057	24%	118%	33%	37%
Cuentas Corporativas Cali	52.373	52.717	(1%)	94%	31%	29%
Eje Cafetero	15.965	14.740	8%	101%	56%	7%
Norte	42.684	38.415	11%	103%	50%	17%
Occidente	24.019	21.958	9%	97%	60%	17%
Santander	14.605	12.700	15%	98%	69%	13%
TOTAL	961.212	762.676	26%	113%	89%	12%

CIFRAS EN MILLONES DE PESOS

El negocio no Vida cerró con \$436.425 en primas, lo cual implica un crecimiento del 13% y un cumplimiento presupuestal del 98,8%. El negocio de Vida cerró con \$524.786 en primas, con un cumplimiento del 127% y crecimiento del 39% con respecto al ejercicio anterior.

En el siguiente cuadro se incluyen los datos de las cuotas de mercado de MAPFRE COLOMBIA, según FASECOLDA:

RAMO	Primas 2010	Primas 2009	Var. %	Part. %	Posición
Daños* y Personas	961.212	762.676	26%	9%	3
Daños*	436.425	385.242	13%	9%	4
Automóviles*	113.486	124.873	(9%)	6%	6
Transporte	23.981	22.244	8%	11%	4
Cumplimiento	82.836	54.785	51%	7%	7
Otros Daños	214.861	182.758	18%	12%	2
Personas	524.786	377.435	39%	8%	4
Accidentes Personales	14.356	11.535	25%	5%	6
Educativo	25.458	34.176	(26%)	18%	2
Salud	2.123	347.872	511%	0%	11
Seguridad Social	340.722	223.248	53%	12%	4
Vida Grupo	86.055	69.211	24%	6%	6

CIFRAS EN MILLONES DE PESOS
*Sin SOAT

Órganos de Gobierno

Los órganos de gobierno de MAPFRE han sentido tradicionalmente una especial preocupación por el buen gobierno corporativo, por lo que han acuñado desde hace tiempo un conjunto de principios y normas que se han ido adaptando a los cambios estructurales experimentados durante su vida social, y a las novedades legislativas y recomendaciones en la materia, todo lo cual ha acreditado su eficacia a lo largo de muchos años.

La importancia adquirida por MAPFRE, la progresiva complejidad de su estructura societaria, y su creciente proyección internacional aconsejaron en el año 2000 sistematizar y ampliar dichas normas y principios, y plasmarlas en un Código de Buen Gobierno¹ que definiera además la estructura y composición que deben tener sus órganos de gobierno; y que regulase las relaciones entre los mismos, para asegurar su actuación coordinada, y el adecuado ejercicio de las facultades inherentes a la condición de accionista mayoritario por los órganos directivos de la sociedad matriz del Grupo.

La primera versión de este Código, aprobada por los órganos de gobierno de MAPFRE en el año 2000, fue el resultado de un amplio trabajo realizado a raíz de la publicación del Informe de la Comisión Especial para el estudio de un Código Ético

de los Consejos de Administración de las Sociedades ("Informe Olivencia"). Dicha primera versión fue actualizada y revisada en 2005, teniendo en cuenta la experiencia adquirida en su aplicación, las recomendaciones del "Informe Aldama", y las distintas normas legales y reglamentarias publicadas a raíz de dicho informe en relación con el buen gobierno de las sociedades.

El actual Código fue elaborado en 2008 para adaptar su contenido a la nueva estructura corporativa adoptada por MAPFRE en 2006, y para actualizar sus normas teniendo en cuenta las recomendaciones del Código Unificado de Buen Gobierno publicado en dicho año por la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Aunque las normas del Código de Buen Gobierno están dirigidas fundamentalmente a MAPFRE S.A. y a sus filiales, se ha considerado conveniente que regule el gobierno corporativo del conjunto del Grupo MAPFRE, por dos razones: El convencimiento de que también el funcionamiento de los órganos rectores de la FUNDACIÓN MAPFRE debe estar sometido a normas que aseguren su buen gobierno.

La conveniencia de que, dado que la FUNDACIÓN MAPFRE controla la mayoría de las acciones de MAPFRE S.A., tanto los accionistas de ésta como la Sociedad en general puedan conocer con la máxima transparencia cómo se gobierna la Fundación, y cuáles son las relaciones entre ésta y MAPFRE S.A.

¹El Código de Buen Gobierno de MAPFRE puede consultarse en la página web corporativa www.mapfre.com

Dicho Código constituye, en consecuencia, un marco obligado de referencia para todas las entidades que integran el Grupo MAPFRE y sus respectivos órganos de gobierno, que deben adaptar su actuación a los principios y normas que se definen en el mismo, teniendo en cuenta también las posibles situaciones especiales que puedan existir en cada entidad, y especialmente a los acuerdos y pactos suscritos con otros socios, así como a las disposiciones legales de cada país.

Por otra parte, en el Volumen 1 del Informe de Cuentas Anuales, Informe de Gestión, Sociedades Filiales de MAPFRE 2010, (www.mapfre.com) se ofrece una amplia información sobre los órganos de gobierno del Grupo, su estructura, comités, mandato y composición.

Calificación de la fortaleza financiera

El Comité Técnico de Calificación de Fitch Ratings Colombia S.A. Sociedad Calificadora de Valores, (antes Duff & Phelps de Colombia S.A.) en reunión del 9 de diciembre de 2010, después de efectuar el correspondiente estudio y análisis, con ocasión de la asignación de la calificación de la fortaleza financiera de MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA y MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A., decidió asignar la calificación AA(col) a ambas entidades con perspectiva estable, según consta en las Actas No. 1978 y 1977 de la misma fecha.

Al respecto es necesario precisar que, según la escala de calificación de Fitch Ratings Colombia S.A, la capacidad de empresas aseguradoras con esta calificación para el cumplimiento de pólizas y otras obligaciones contractuales es muy fuerte. Para estas compañías, los factores de riesgo son modestos y se espera que el impacto de entornos económicos y/o de negocios adversos sea muy bajo.

La calificación tiene vigencia hasta el 9 de diciembre de 2011, no obstante lo anterior, la misma podrá ser revisada en forma extraordinaria y si es del caso modificada, cuando se tenga conocimiento de cualquier evento o situación susceptible de afectar los fundamentos sobre los cuales se otorgó la calificación o de hechos que por su naturaleza sean susceptibles de alterar sustancialmente la calificación de riesgo crediticio otorgada. El estado de la calificación podrá ser consultado en la página Web www.fitchratings.com.co.

Las calificaciones de Fitch son reconocidas por autoridades regulatorias en los Estados Unidos (NRSRO), Reino Unido, Francia, Japón y Hong Kong, entre otras.

Resumen de la calificación de la fortaleza financiera de MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A.

La calificación de MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A. contempla la diversificación de sus riesgos por el adecuado mix de su portafolio de primas, la posición competitiva y la calidad del portafolio de inversiones.

MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A. ha presentado un crecimiento muy superior al promedio del sector en los últimos cinco años, condición que genera variabilidad en los resultados técnicos del negocio. No obstante lo anterior en el último año y medio, la aseguradora ha presentado una mejora en sus resultados técnicos, gracias a una reducción en la siniestralidad.

Resumen de la calificación de la fortaleza financiera de MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A.

La calificación de MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A. contempla la posición competitiva, la calidad del portafolio de inversiones y las políticas y herramientas de gestión de riesgos de sus activos. La calificación está limitada por el alto nivel de concentración que se tiene en previsionales (50%), los altos niveles de apalancamiento e indicadores operativos que se sitúan muy por encima del promedio de la industria y de compañías similares.

En los últimos cinco años, MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A. ha presentado un crecimiento sostenido en la producción de sus primas del 40% en promedio que se ha situado por encima del promedio de la industria. Este crecimiento se ha dado gracias a una mayor incursión en previsionales y vida grupo, en este último, por la estrategia orientada a incursionar en microseguros y comercializar productos en canales masivos.

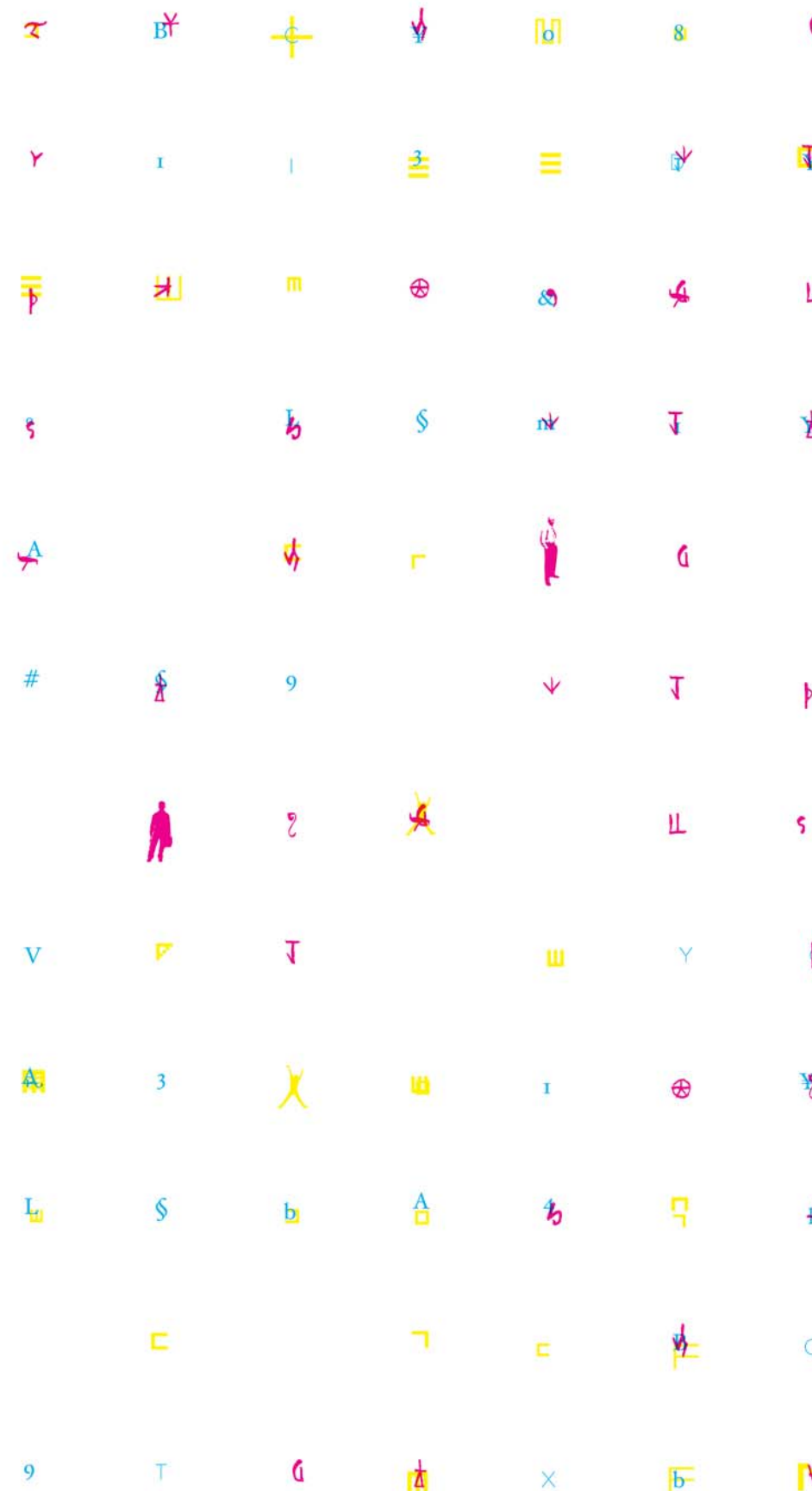
3

MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social

Para MAPFRE, la Responsabilidad Social es un compromiso voluntario estratégico que implica procurar la consecución de sus objetivos empresariales cumpliendo rigurosamente sus obligaciones contractuales y legales, aplicando criterios de equidad en las relaciones con sus grupos de interés, y contribuyendo a la satisfacción de las necesidades presentes y futuras de la Sociedad.

Política de Responsabilidad Social

La política de Responsabilidad Social del Grupo MAPFRE se basa en diez principios, definidos en 2005 y actualizados en 2008. Desde su actualización, se han realizado grandes avances, teniendo en cuenta que cada filial debe desarrollar acciones locales para el cumplimiento de los principios que inspiran la política de MAPFRE en Responsabilidad Social.





— **Principio 1.** Cumplimiento de las leyes y normas nacionales e internacionales vigentes en todos los países en los que opera el Grupo, adoptando de forma complementaria normas y directrices internacionales allí donde no exista un desarrollo legal adecuado, y asumiendo como declaración de mínimos el respeto a los derechos reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los diez principios contenidos en el Pacto Mundial.

— **Principio 2.** Mantenimiento de prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua con accionistas e inversores, respetando las reglas de libre mercado y de libre competencia, y rechazando cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales.

— **Principio 3.** Respeto a la igualdad de oportunidades entre los empleados, su privacidad y su libertad de opinión; equidad en las relaciones laborales, procurando un entorno de trabajo saludable y seguro, además de la formación necesaria y adecuada al trabajo que desarrolla cada empleado; retribución justa y estabilidad en el empleo, evitando cualquier forma de persecución, de abuso o de discriminación por razón de ideología, creencia, sexo, orientación sexual, raza o condición; favorecimiento de la conciliación de la vida personal y laboral; y rechazo expreso de la explotación infantil y del trabajo forzoso.

— **Principio 4.** Innovación permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor a los asegurados y clientes, facilitando y fomentando el acceso del mayor número de colectivos al seguro; y prestación a los asegurados y clientes de un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado, asesorándoles honestamente, manteniendo la debida confidencialidad en el tratamiento de sus datos, y poniendo a su disposición un procedimiento gratuito para la resolución de sus reclamaciones en el plazo más breve posible.

— **Principio 5.** Desarrollo de prácticas responsables en la cadena de valor, impulsándolas principalmente a través de los procesos de selección y contratación de los suministradores, proveedores y colaboradores, y acompañando a éstos en su desarrollo empresarial para que sean copartícipes en la aplicación de la política de Responsabilidad Social del Grupo.

— **Principio 6.** Mantenimiento de una actuación respetuosa con el Medio Ambiente, impulsando medidas efectivas para limitar en todo lo posible el impacto ecológico y medioambiental de los riesgos derivados de su actuación empresarial; y promoción de los valores de desarrollo sostenible y buenas prácticas de gestión ambiental de MAPFRE entre proveedores y contratistas de bienes y servicios.

— **Principio 7.** Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés, basados en la transparencia, la veracidad y el compromiso.

— **Principio 8.** Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la Responsabilidad Social.

— **Principio 9.** Elaboración y difusión de un Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE con información relevante y veraz sobre las actividades realizadas en este ámbito, sometiéndolo a los procesos de verificación internos y

externos que se consideren oportunos y que garanticen su fiabilidad e incentiven su mejora continua.

— **Principio 10.** Contribución al desarrollo de las actividades no lucrativas de interés general que lleva a cabo FUNDACIÓN MAPFRE, dentro de los límites previstos en los estatutos sociales.

Disponible en la página Web corporativa: www.mapfre.com

Modelo de actuación

El modelo de actuación socialmente responsable de MAPFRE se sustenta en los principios institucionales y empresariales establecidos en su Código de Buen Gobierno, y en especial en el Principio de Actuación Ética y Socialmente Responsable.

MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Relación de equidad con los grupos de interés.
- Actuación respetuosa con el Medio Ambiente. Integración de la sostenibilidad en el modelo de negocio.
- Adhesión al Pacto Mundial y al Protocolo UNEP FI.
- Informe Anual de Responsabilidad Social conforme a criterios GRI, e informes locales.

BUEN GOBIERNO

- Cumplimiento estricto de las obligaciones legales.
- Transparencia en la gestión y en la información.
- Comportamiento ético.

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD a través de las actividades no lucrativas de interés general que desarrolla FUNDACIÓN MAPFRE.



Partes interesadas

Las políticas de Responsabilidad Social deben responder a criterios dinámicos, que den respuesta a los cada vez más exigentes compromisos empresariales y a las demandas de las diferentes Partes Interesadas, nuevo concepto que engloba a todos aquellos grupos que están afectados por la actividad de la organización y se integran sin reservas en el todo llamado empresa. Las Partes Interesadas asumen así el principio de corresponsabilidad, y contribuyen a desarrollar la política empresarial de Responsabilidad Social. Cualquier parte es una porción del todo, participa de su estrategia, actúa sinérgicamente, y por tanto conforma también el conjunto; se integra en él sin reservas, sigue su suerte y trabaja para conseguir los objetivos de MAPFRE, que es lo que importa en el proyecto común.

En consecuencia, en 2010 MAPFRE revisó y modificó su Mapa de Partes Interesadas, superando el simple criterio de relación contractual (cuyo cumplimiento es inexcusable), y teniendo en cuenta su influencia, el trabajo que desarrollan y la colaboración que prestan para el cumplimiento de los planes derivados de la actividad empresarial.

PARTES INTERESADAS

Nivel 1: Son las primeras afectadas por las decisiones estratégicas de la organización, y viceversa. La capacidad de influencia mutua es "inmediata". En este nivel se incluye a:

- Asegurados y clientes
- Accionistas e inversores
- Socios
- Empleados
- Representantes de los trabajadores /Sindicatos
- intermediarios /colaboradores
- Proveedores

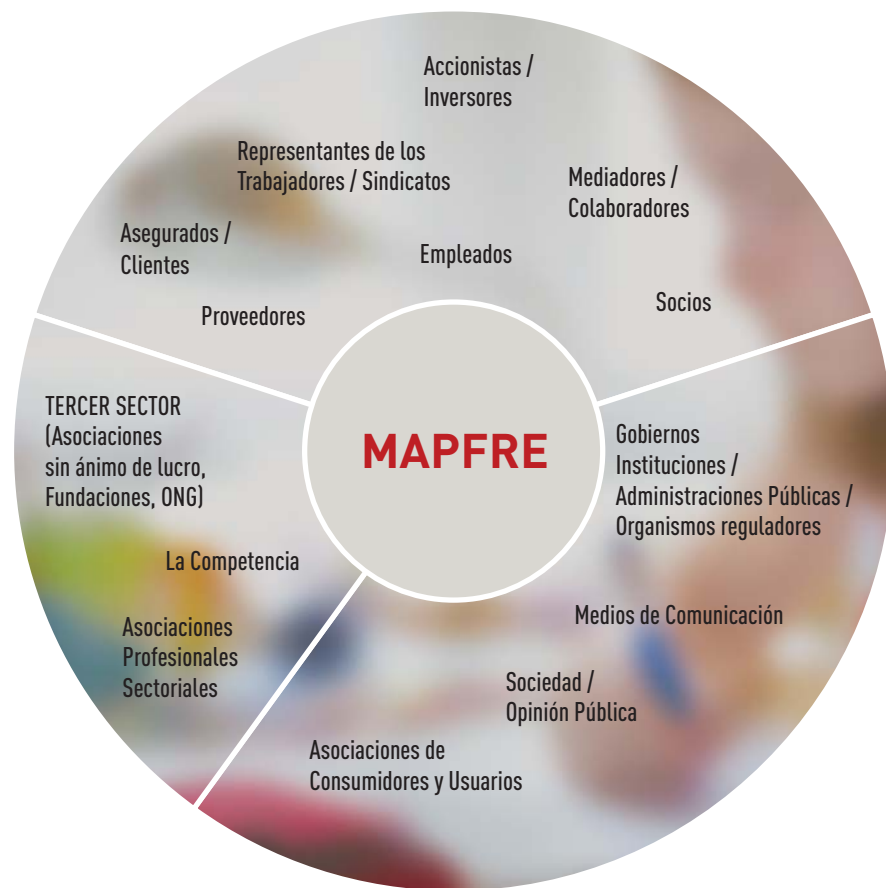
Nivel 2: Son aquellas cuyas decisiones pueden tener impacto en la organización, pero resultan menos afectadas por las decisiones de MAPFRE. En este nivel se incluye a:

- Gobiernos / Instituciones/ Administraciones Públicas/ Organismos reguladores
- Medios de comunicación
- Sociedad /opinión pública
- Asociaciones de consumidores y usuarios

Nivel 3: Son aquellas a las que MAPFRE reconoce una mutua capacidad de influencia, pero cuyas decisiones estratégicas pueden o no impactar directamente y viceversa. En este nivel se incluye a:

- La competencia
- Asociaciones profesionales sectoriales
- Tercer sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG)

MAPA DE PARTES INTERESADAS



La Responsabilidad Social en MAPFRE COLOMBIA

En MAPFRE COLOMBIA entendemos la Responsabilidad Social como un compromiso corporativo; si bien esta es la primera vez que se publican sus actividades al respecto en un Informe elaborado conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, no quiere decir esto que solo hasta ahora se la tenga en cuenta en su gestión.

El trabajo de Responsabilidad Social que se lleva a cabo en MAPFRE COLOMBIA está liderado por la Presidencia en coordinación directa con las Vicepresidencias y el staff, buscando progresivamente logros que involucren a nuestros grupos de interés.

La divulgación interna de las diferentes actividades a desarrollar ha sido fundamental para la sensibilización en estos temas y obtener resultados permanentes y constantes haciendo de estos una cultura en la organización.

Actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE COLOMBIA

La actuación ética y socialmente responsable, además de formar parte de los principios institucionales del Grupo, define la forma en la que el mismo desarrolla sus actividades y negocios. Dicho principio, definido en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE, se desarrolla y traduce en una amplia gama de actuaciones, de las que se destacan a continuación las más relevantes:

— **Código Ético y de Conducta.** De obligado cumplimiento en el Grupo, sienta las normas de conducta que deben regir el comportamiento y actuación entre los empleados y su relación con terceros, fijando unas pautas mínimas que permiten orientar a los empleados en sus actuaciones profesionales, en aspectos tales como la protección y uso apropiado de los bienes de la empresa, la confidencialidad de la información y protección de los datos de carácter personal, la protección de la marca e imagen de la empresa, la calidad del servicio, y la atención al cliente, la competencia leal, la relación con los proveedores y socios, los conflictos de intereses, y la lucha contra la corrupción y soborno.

MAPFRE cuenta con un Comité de Ética, encargado de asegurar la aplicación de este Código, con funciones consultivas, resolutivas, de vigilancia y de promoción que da cuenta anualmente a la Comisión Delegada de la actividad desarrollada en el ejercicio.

Durante 2010 se ha llevado a cabo una campaña de comunicación interna para asegurar que todos los empleados han conocido la redacción y el alcance del código, cuyo texto tienen permanentemente a su disposición.

— **Control Interno.** La Superintendencia Financiera de Colombia a través de la Circular Externa 038 de 2009, establece que las entidades sometidas a inspección y vigilancia, ya sean matrices o subordinadas, deberán implementar o ajustar su Sistema de Control Interno – SCI.

El SCI es el conjunto de políticas, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación establecidos por la junta directiva u órgano equivalente, la alta dirección y demás funcionarios de una organización para proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de los siguientes objetivos:

- Mejorar la eficiencia y eficacia en las operaciones de las entidades sometidas a inspección y vigilancia.
- Prevenir y mitigar la ocurrencia de fraudes, originados tanto al interior como al exterior de las organizaciones.
- Realizar una gestión adecuada de los riesgos.
- Aumentar la confiabilidad y oportunidad en la Información generada por la organización.
- Dar un adecuado cumplimiento de la normatividad y regulaciones aplicables a la organización.

Adicionalmente, MAPFRE cuenta con su política de Control Interno, que establece las normas y directrices principales que deben cumplirse en el Grupo para mantener un sistema de control interno óptimo. Para MAPFRE, el control interno se define como “el conjunto de procesos diseñados para garantizar con razonable seguridad, en el marco de los principios y valores establecidos en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE, que los objetivos del Grupo sean alcanzados en lo que se refiere a la eficiencia y efectividad operacional, confianza en los registros contables y financieros y conformidad con las reglas y normas externas e internas.

El Control Interno involucra a todas las personas, independientemente del nivel profesional que ocupen en la organización, y persigue la mejora de la operativa interna, fomentando el control sobre los riesgos potenciales que pueden afectar a la consecución de los objetivos estratégicos establecidos.

El modelo del Control Interno adoptado posee un enfoque eminentemente práctico, considerando que un sistema de Control Interno representa una oportunidad para mejorar:

- Internamente: la eficacia y eficiencia de los procesos.
- Externamente: la confianza de las partes interesadas -la sociedad, los beneficiarios, la administración, etc.-
- La disponibilidad de recursos: un menor número de riesgos indefinidos o no controlados implica la liberación de recursos que se destinaban a tal fin.



La actuación ética y socialmente responsable, además de formar parte de los principios institucionales del Grupo, define la forma en la que el mismo desarrolla sus actividades y negocios.

De acuerdo con el modelo adoptado, existe una relación directa entre los objetivos que la entidad desea lograr y los componentes de la gestión de riesgos y mecanismos de control establecidos.

— **Prevención del Blanqueo de Capitales.** En desarrollo de lo señalado en los artículos 102 y siguientes del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (EOSF), en consonancia con el artículo 22 de la Ley 964 de 2005 y demás normas complementarias, la Superintendencia Financiera de Colombia establece en su Circular Externa 022 de 2007 los criterios y parámetros mínimos que las entidades vigiladas deben atender en el diseño, implementación y funcionamiento del Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo (SARLAFT), en consonancia con los estándares internacionales sobre la materia, especialmente los proferidos por el GAFI - GAFISUD.

El SARLAFT se compone de dos fases a saber: la primera que corresponde a la prevención del riesgo y cuyo objetivo es prevenir que se introduzcan al sistema financiero recursos provenientes de actividades relacionadas con el lavado de activos y/o de la financiación del terrorismo (en adelante LA/FT); la segunda, que corresponde al control y cuyo propósito consiste en detectar las operaciones que se pretendan realizar o se hayan realizado, para intentar dar apariencia de legalidad a operaciones vinculadas al LA/FT.

Adicionalmente, de conformidad con su Reglamento, MAPFRE mantiene una vigilancia permanente para detectar y poner en conocimiento de los organismos correspondientes cualquier operación sospechosa de realizarse con el objetivo de “blanquear” recursos procedentes de actividades delictivas. Para ello, MAPFRE tiene establecidos los medios humanos y organizativos adecuados, cuya actuación está supervisada por el Comité de Prevención de Blanqueo de Capitales del Grupo. Entre las actividades llevadas a cabo en 2010 para hacer cada día más efectiva la acción en esta materia, merecen destacarse las siguientes:

- Actualización de la herramienta informática específica para la prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo (PEDRA), para su adaptación a las nuevas exigencias establecidas en la Ley.
- Intensificación de las acciones formativas en la materia. Durante el ejercicio 2010, más de 13.294 empleados (36,18 por 100 de la plantilla) han sido inscritos en cursos de formación en Control Interno y Prevención de Blanqueo de Capitales, y se han impartido un total de 27.118 horas de formación. Asimismo, se han impartido 18.175 horas de formación dirigidas a 5.384 mediadores de seguros.
- Modificación del Manual de Prevención del Blanqueo de Capitales del Grupo MAPFRE, para recoger los cambios introducidos en los procedimientos internos establecidos en la materia de conformidad con la nueva Ley.

Además, se ha realizado un estudio y evaluación de las medidas y actuaciones llevadas a cabo por las sociedades del Grupo MAPFRE, realizándose la revisión del cumplimiento de la normativa de Prevención de Blanqueo de Capitales por experto independiente para dar cumplimiento a la reglamentación vigente en España en esta materia. El trabajo de revisión ha sido llevado a cabo por la firma AON GLOBAL RISK CONSULTING.

— **Lucha contra el Fraude.** MAPFRE COLOMBIA es compañía socia del Instituto Nacional de Investigación y Prevención de Fraude - INIF, un esfuerzo mancomunado de algunas de las más grandes aseguradoras del país que se unieron en el objetivo común de investigar y prevenir el fenómeno del fraude en seguros, convencidas de que la única manera efectiva de contrarrestar su efecto era el trabajo conjunto.

INIF es una institución que reúne el mejor grupo de personas y los más avanzados métodos tecnológicos para generar resultados concretos, construyendo una cultura anti fraude dentro de los usuarios del sistema asegurador y brindando a sus compañías socias soluciones gerenciales que disminuyan los riesgos de fraude a través de políticas internas, lo que se traduce en eficiencia y rentabilidad.

En el año 2010, MAPFRE COLOMBIA celebró en las instalaciones del auditorio de su Dirección General en Bogotá la ceremonia de reconocimiento al compromiso en la lucha contra el fraude en Colombia, con la presencia de altos funcionarios de la Fiscalía General de la Nación, la Policía Nacional, FASECOLDA y demás compañías de seguros, con el objetivo de exaltar a las personas que se distinguen en la lucha contra el fraude en seguros.

Dentro de los funcionarios galardonados que recibieron la distinción estuvo Miguel Fernando Calixto Laverde, Director Nacional de Seguridad, Investigaciones y Salvamentos de MAPFRE COLOMBIA.

En el marco de esta ceremonia se presentó el Primer Concurso Nacional de Prevención de Fraude 2010, evento que premió al término del año a los empleados de las compañías socias del Instituto que descubrieron los más interesantes y relevantes casos de fraude en seguros.

INIF ha realizado varios procesos de restitución civil, por delitos como estafa agravada, y ha recuperado el 5% de los 30 mil millones de pesos en fraudes detectados, es decir 1.500 millones de pesos.

Adicionalmente, el Grupo MAPFRE tiene establecidos diversos procedimientos para luchar contra el fraude, entendido como todo acto realizado por acción u omisión, de manera intencionada y contraria a la verdad, en la contratación del seguro, en la declaración del siniestro o en la acreditación del daño causado, con ánimo de obtener un enriquecimiento injusto de la aseguradora.

— **Administración de Riesgo Operativo.** La Superintendencia Financiera de Colombia a través de la Circular Externa 041 de 2007, establece que las entidades sometidas a la inspección y vigilancia por el desarrollo de sus operaciones se exponen al Riesgo Operativo (RO). Por tal razón, deben desarrollar, establecer, implementar y mantener un Sistema de Administración de Riesgo Operativo (SARO).

Se entiende por Riesgo Operativo, la posibilidad de incurrir en pérdidas por deficiencias, fallas o inadecuaciones, en el recurso humano, los procesos, la tecnología, la infraestructura o por la ocurrencia de acontecimientos externos. Esta definición incluye el riesgo legal y reputacional, asociados a tales factores.

Las entidades deben construir un registro de eventos de riesgo operativo y mantenerlo actualizado. Para lo cual MAPFRE COLOMBIA cuenta con la herramienta VIGIA, que permite el registro de riesgos potenciales o materializados.

— **Protección de la Información.** Según la normatividad vigente de Seguridad de la Información (Circular 052 - 038 de la Superintendencia Financiera de Colombia; Ley 1273 - Delitos Informáticos; Ley 1266 - Habeas Data) MAPFRE COLOMBIA ha creado dentro de su normativa interna el Plan de Seguridad de la Información, para facilitar el trabajo de sus colaboradores, así como para garantizar la protección de la información y el cumplimiento de la Ley. Este consta de 10 simple reglas que debe seguir todo colaborador:

- Usar el puesto de trabajo con profesionalidad.
- Mantener orden y limpieza. Donde hay caos, hay riesgo.
- Instalar y utilizar únicamente programas y dispositivos proporcionados por MAPFRE.
- La información confidencial no está sólo en la computadora. Tener cuidado con el papel u otros medios de soporte (disquetes, CD-ROM, memorias portátiles u otro).
- Antes de proporcionar cualquier información, comprobar a quién y cómo se debe comunicar (teléfono, e-mail, fax u otro).
- No comunicar contraseñas (passwords). Protegerlas y cambiarlas a menudo.
- No perder información importante, hacer copias de seguridad.
- Evitar las webs y correos sospechosos.
- Proteger la computadora y ahorrar energía. Bloquear el equipo cuando no se use y apagarlo al final del día.
- Ante cualquier duda consultar al supervisor y/o al Oficial de Seguridad de la Información.
- **Auditorías de Responsabilidad Social.** La Dirección General de Auditoría de MAPFRE ha realizado 213 trabajos especiales en 2010 sobre diferentes aspectos vinculados a la Responsabilidad Social en el conjunto del Grupo. Dichos trabajos versan sobre aspectos tales como recursos humanos, control interno, prevención del blanqueo de capitales, servicio de atención al cliente, gestión de reclamaciones, prevención contra fraudes, revisión del cumplimiento ético y social e Informe de Responsabilidad Social Corporativa.

Asimismo, se han realizado acciones encaminadas a la protección de datos personales, a la revisión de aspectos relacionados con la Seguridad y Medio Ambiente en edificios de MAPFRE, y la revisión del Sistema de Gestión Medio Ambiental en edificios corporativos de MAPFRE donde se tratan aspectos relacionados con clientes y proveedores, entre otros.

Gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno

La eficiente gestión del riesgo es uno de los pilares básicos del negocio asegurador y una de las fortalezas de MAPFRE, que ha permitido al Grupo situarse como una de las empresas multinacionales de mayor solvencia y solidez del sector en un entorno como el actual.

MAPFRE dispone de un Sistema de Gestión de Riesgos (SGR) basado en la gestión integrada de todos y cada uno de los procesos de negocio, y en la adecuación del nivel del riesgo a los objetivos estratégicos establecidos. Los diferentes grupos de riesgo se han agrupado en cuatro categorías: operacionales, financieros, de la actividad aseguradora, y estratégicos y de gobierno corporativo. En dicho sistema, los riesgos medioambientales, sociales y de gobierno (riesgos ESG²) están incluidos en parte en los riesgos operacionales, y en parte en los estratégicos y de gobierno corporativo.

LOS RIESGOS ESG² EN MAPFRE

Riesgos operacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actuariales: riesgos relacionados con el reaseguro y la tarificación. 2. Jurídicos: riesgos referidos al cumplimiento normativo, la protección de datos y el blanqueo de capitales. 3. Tecnológicos: principalmente riesgos relacionados con la seguridad informática y las comunicaciones. 4. Recursos humanos: riesgos relativos a la capacitación y dimensión de la plantilla. 5. Colaboradores: riesgos concernientes a la red comercial y profesionales externos (proveedores, etc.). 6. Procedimientos: riesgos asociados al diseño de procedimientos y su desarrollo. 7. Información: principalmente riesgos relacionados con la comunicación (adecuación y suficiencia de la información). 8. Fraude: tanto fraude interno como externo. 9. Mercado: ligados a la marca e imagen. 10. Bienes materiales: principalmente riesgos de protección de activos.
Riesgos estratégicos y de gobierno corporativo	<ol style="list-style-type: none"> 1. De ética empresarial y de buen gobierno corporativo. 2. De estructura organizativa, de alianzas, fusiones y adquisiciones. 3. Derivados del entorno regulador y de competencia.

La política de riesgos y los sistemas para su gestión y control están reflejados en la Memoria Consolidada del Grupo MAPFRE (páginas 135-145 del Volumen 1-Cuentas Anuales).

²Riesgos ESG: Environmental, Social and Governance (Medioambientales, Sociales y de Gobierno).

En relación con el riesgo medioambiental, MAPFRE tiene definidas dos líneas de actuación:

— **Interna**, con un fuerte compromiso medioambiental basado en tres pilares: la integración del concepto de sostenibilidad en el negocio; la gestión medioambiental y, por tanto de los impactos directos que genera por su actividad; y la promoción de la responsabilidad medioambiental.

Para ello, MAPFRE tiene definida su Política Medioambiental y Energética, que ha sido revisada en 2010, y cuenta con un Comité de Seguridad y Medio Ambiente, encargado de su aplicación.

— **Externa**, contribuyendo a la gestión eficiente del riesgo medioambiental en la Sociedad mediante la puesta en el mercado de productos y servicios adaptados a las necesidades de sus clientes.

Respecto a los riesgos relacionados con la ética empresarial y de estructura organizativa, considerados como parte de los riesgos estratégicos y de gobierno, (como ya se ha señalado, MAPFRE aprobó en 2009 el Código Ético y de Conducta con el objetivo de que el comportamiento de todas las personas que integran el Grupo refleje los valores corporativos y sus principios de actuación, y ha creado el Comité de Ética como órgano garante de la aplicación, supervisión y control del Código. Por otra parte, se ha avanzado en la implantación de un sistema de evaluación del desempeño y en la definición de puestos, lo que contribuye a minimizar los riesgos en este ámbito.

Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social

Alcance y perfil

Como el año anterior, MAPFRE COLOMBIA ha elaborado su Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, tanto las relativas a indicadores generales, centrales y adicionales, como las correspondientes al Sector Financiero aplicables a las entidades aseguradoras³. El Informe da cobertura a las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador, en el que MAPFRE COLOMBIA desarrolla fundamentalmente sus actividades.

³Además se han seguido las recomendaciones de la Norma AA1000 -que comprende los Principios de AccountAbility AA 1000APS (2008)-, y la Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA 1000 AS (2008), en relación con los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, normas estas últimas cuya aplicación no ha sido verificada.

Fiabilidad y verificación

Los datos cualitativos y cuantitativos que dan respuesta a los indicadores GRI, que se reportaron al Informe Corporativo, han sido verificados externamente por la firma Ernst & Young. La Dirección General de Auditoría de MAPFRE COLOMBIA ha colaborado asimismo en el proceso de análisis y verificación del Informe, con carácter previo a su aprobación definitiva por la Comisión Directiva de MAPFRE COLOMBIA.

Los datos que dan soporte a este informe corporativo han sido obtenidos mediante la herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social Consiggnna, implantada actualmente en las sociedades de seguro directo de MAPFRE en ocho países y en todas las entidades de la Unidad Internacional de Asistencia (40 países), o utilizando cuestionarios en formato electrónico allí donde la herramienta todavía no está implantada.

Claridad, precisión y exhaustividad

La información se expone de forma sistemática, incluyendo un índice general, que facilita su lectura (página 2), y un índice global de indicadores GRI (páginas 57-65), que permite la accesibilidad y ubicación de los datos que se presentan.

El Informe está redactado con suficiente detalle como para que los diferentes grupos de interés conozcan el desempeño económico, social y medioambiental de MAPFRE desde los puntos de vista cualitativo y cuantitativo; y se ha evitado en la medida de lo posible la utilización de términos técnicos y acrónimos, introduciendo en su caso notas aclaratorias.

Los informes correspondientes a los últimos dos ejercicios de MAPFRE COLOMBIA se encuentran disponibles para su consulta en la página web www.mapfre.com.co. Los informes correspondientes a los últimos cinco ejercicios del Grupo se encuentran disponibles para su consulta en la página web www.mapfre.com.

Periodicidad y comparabilidad

Este Informe tiene periodicidad anual (enero a diciembre), abarcando las actividades desarrolladas por la Compañía.

Siguiendo la línea establecida en años anteriores, los datos cuantitativos que figuran en el Informe se confrontan con los referidos al año inmediatamente anterior, permitiendo así que se analicen y puedan compararse los cambios experimentados por la organización en el desarrollo de su actividad.

Toda variación significativa que se refiera a la cobertura, alcance, duración del periodo o información se identifica y explica en el correspondiente índice.

Equilibrio

El Informe refleja los aspectos positivos del desempeño de la organización, y cuando los resultados no han alcanzado las expectativas que se habían formulado, tal circunstancia se hace notar en los correspondientes epígrafes.

Materialidad, relevancia e inclusividad⁴

En la elaboración de este Informe han participado representantes de todas las unidades de negocio, comercial y de staff, con el objetivo de aportar información relevante y suficiente sobre aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización en su actividad aseguradora.

En la evaluación de la materialidad o relevancia de la información incluida, además de tenerse en cuenta las observaciones de los diferentes grupos de interés - obtenidas a lo largo del año por medio de los canales de comunicación que MAPFRE COLOMBIA tiene establecidos formalmente-, también se han considerado las indicaciones contenidas en los acuerdos y normas internacionales aplicables al Grupo.

Por otra parte, existen aspectos relevantes cuya información no se presenta completa en este Informe, por estar plenamente desarrolladas e incluidas en los informes que publica el Grupo. En estos casos, el índice de indicadores GRI incorpora, como cada año, las oportunas referencias a los siguientes documentos:

— Informe de Gobierno Corporativo, incluido en la página 42 del Informe de Gestión Consolidado (publicado en la página web corporativa www.mapfre.com).

— Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE (publicado en la página web www.fundacionmapfre.com).

Nivel de aplicación de los indicadores GRI V3

El presente Informe de Responsabilidad Social se ha realizado conforme a los requisitos exigidos por el nivel de aplicación A+ de la Guía de Elaboración de Memorias de Responsabilidad Social G3 del Global Reporting Initiative, nivel que es refrendado externamente por tercera parte a través del certificado de verificación emitido por Ernst & Young.

Capacidad de respuesta

El informe, además de ofrecer información relevante para las partes interesadas con las que la Compañía interactúa, da respuesta a las observaciones transmitidas por ésta a lo largo del ejercicio. No obstante, las personas interesadas en consultar o completar la información aportada en este documento pueden contactar con nosotros a través de:

— La Gerencia de Recursos Humanos de MAPFRE COLOMBIA:
mhenaop@mapfre.com.co

— La Gerencia de Mercadeo y Publicidad de MAPFRE COLOMBIA:
glgarni@mapfre.com.co

— El portal corporativo de MAPFRE COLOMBIA: www.mapfre.com.co

— Y la Dirección General de MAPFRE COLOMBIA:

Carrera 14 N° 96-34
PBX: (+57) (+1) 650 3300
Fax: (+57) (+1) 650 3400
Bogotá, D.C. - Colombia.

⁴El Global Reporting Initiative define la materialidad como "el umbral a partir del cual un aspecto o Indicador pasa a ser lo suficientemente importante como para ser incluido en la memoria".

Premios y reconocimientos

Los siguientes premios y reconocimientos avalan la gestión empresarial, la calidad del servicio que se presta en MAPFRE.

RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE MAPFRE COLOMBIA

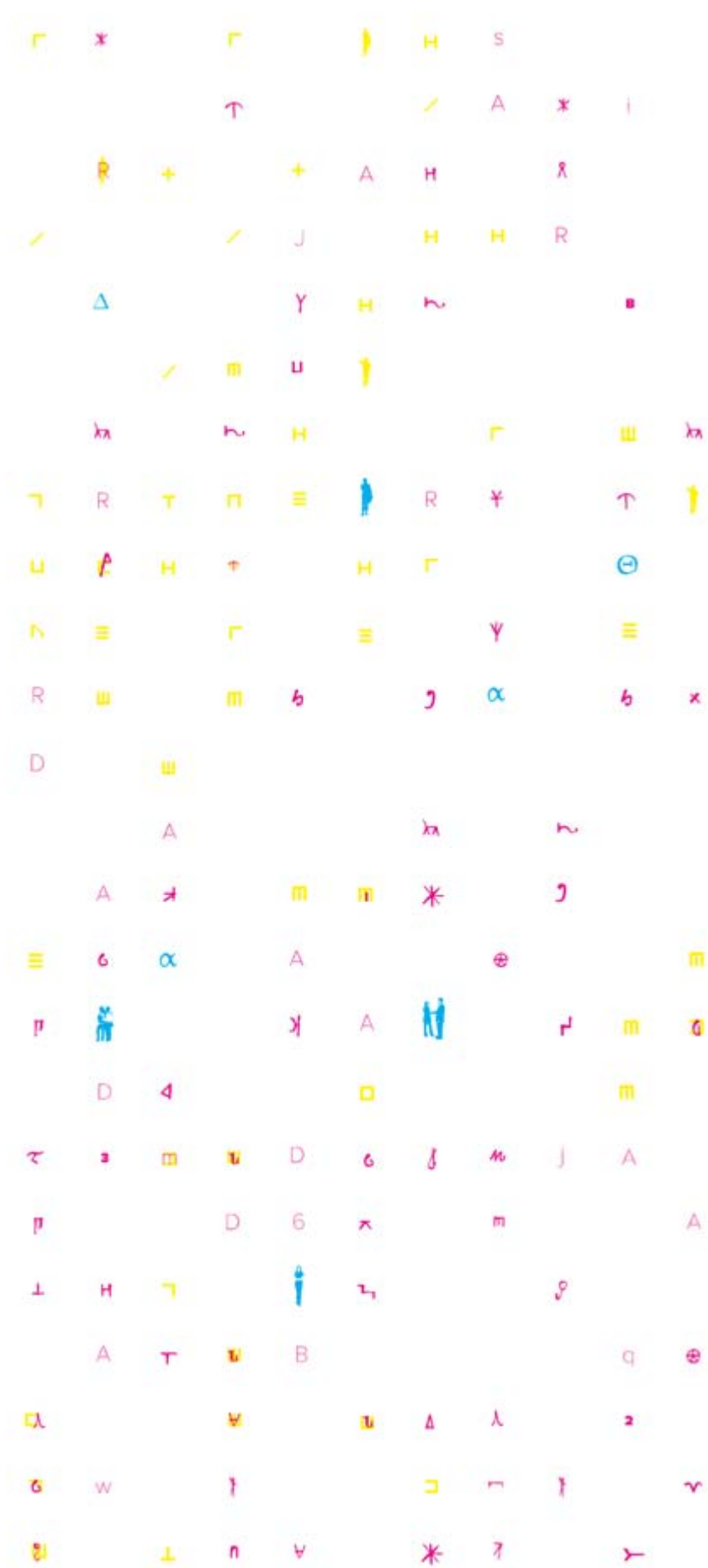
- Victoria Bejarano, Presidente de MAPFRE COLOMBIA, en el puesto 66 del ranking Merco Líderes de 2010.
- MAPFRE COLOMBIA, en el puesto 3 del ranking Merco Empresas sector seguros de 2010.
- Victoria Bejarano, Presidente de MAPFRE COLOMBIA, escogida por el Vicepresidente de la República de Colombia, Angelino Garzón, para integrar la representación colombiana en el grupo de los 100 líderes latinoamericanos que participaron en el Encuentro "Ágora, América Latina. 100 voces diferentes, un compromiso común", promovido por la Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP).
- MAPFRE COLOMBIA, en el puesto 4 del sector seguros en la medición Top of Mind 2010 de Gallup Colombia y la revista Dinero de Publicaciones Semana S.A.
- Miguel Fernando Calixto Laverde, Director Nacional de Seguridad, Investigaciones y Salvamentos de MAPFRE COLOMBIA, distinguido por el Instituto Nacional de Investigación y Prevención de Fraude INIF, por su compromiso en la lucha contra el fraude en seguros en Colombia.

RECONOCIMIENTO A LA GESTIÓN DE PERSONAS EN MAPFRE COLOMBIA

- MAPFRE COLOMBIA, cuarta mejor empresa para trabajar en el sector seguros, en el ranking Merco Personas 2010.

RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL DEL GRUPO MAPFRE

- MAPFRE, en el puesto 10 en el Informe Merco.
- MAPFRE, entre las empresas con mejor reputación, según Reputation Institute.
- MAPFRE avanza 37 posiciones en el ranking Fortune de las 500 mayores empresas del mundo.
- MAPFRE, una de las empresas más admiradas del mundo por la revista Fortune.
- MAPFRE, Mejor Compañía de Seguro Directo de América Latina por la revista Reactions.
- MAPFRE RE, entre las mejores reaseguradoras del mundo, según el centro de investigación Flaspöhler Research Group.
- MAPFRE, Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas 2010 por el Foro Ecuménico Social.



4

Dimensión Social de MAPFRE COLOMBIA

MAPFRE COLOMBIA y sus empleados

Los valores empresariales contenidos en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE constituyen la referencia que debe inspirar la conducta de todos los empleados. Además, MAPFRE cuenta con un Código Ético y de Conducta, que tiene como objetivo que el comportamiento de todas las personas que integran MAPFRE refleje los valores corporativos del Grupo y sus principios de actuación. Este código establece pautas básicas de conducta basadas en los siguientes principios:

- Respeto mutuo entre todas las personas.
- Compromiso de las personas con su trabajo y con la empresa.
- Voluntad de realizar el trabajo lo mejor posible.
- Solidaridad y cooperación con los compañeros y la Sociedad.
- Integridad.
- Respeto a la legalidad.

MAPFRE cuenta con un Comité de Ética, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o que observe alguna situación que pudiera incumplir las normas de conducta establecidas en el mismo.

MAPFRE cuenta con un Código Ético y de Conducta, que tiene como objetivo que el comportamiento de todas las personas que integran MAPFRE refleje los valores corporativos del Grupo y sus principios de actuación.

Estructura del recurso humano

A 31 de diciembre de 2010, la nómina de MAPFRE COLOMBIA estaba integrada por 574 personas, lo que representa un incremento de 35 empleados, 7% más que en 2009.

EMPLEADOS POR CATEGORÍA LABORAL	Hombres		Mujeres	
	Número	%	Número	%
Directivos	28	5%	17	3%
Jefes	31	5%	42	7%
Técnicos	172	30%	236	41%
Administrativos	21	4%	27	5%
TOTAL	252	44%	322	56%

La edad media de los empleados se situaba al cierre del ejercicio en 34,7 años, y su antigüedad media en 5,2.

Empleo y selección

Empleo

La política de empleo de MAPFRE fomenta la contratación fija frente a la temporal. En MAPFRE COLOMBIA, el porcentaje de empleos fijos representaba al cierre de 2010 el 100% del total.

CONTRATACIÓN FIJA EN MAPFRE COLOMBIA	2010	2009	Var. %
Hombres	252	234	8%
Mujeres	322	303	6%
TOTAL	574	537	7%

El siguiente cuadro refleja las altas y bajas producidas durante 2010, clasificadas por los motivos que las han originado:

ALTAS Y BAJAS POR MOTIVO		Hombres	Mujeres
ALTAS	Captación externa	48	41
	Voluntaria	14	11
BAJAS	Despido	17	11
	Jubilación	0	2

Empleados con discapacidad

En Colombia no existe la obligación legal de tener empleados en estado de discapacidad, sin embargo la Compañía cuenta con el programa PILMAP, que nos ha permitido contar con 5 personas discapacitadas en nuestro Call Center. En el Grupo MAPFRE trabajan en total 321 empleados con discapacidad.



Selección

MAPFRE cuenta con una normativa interna de obligado cumplimiento que asegura el máximo rigor, objetividad e igualdad de oportunidades en todos los procesos de selección que se realizan. El cumplimiento de esta normativa se verifica periódicamente mediante auditorías internas. Sus principales objetivos son los siguientes:

- Incorporar los candidatos más adecuados al perfil de cada puesto.
- Reducir al mínimo los márgenes de error y subjetividad.
- Homogeneizar los procesos de incorporación.
- Considerar la selección como una fase crítica dentro de la política de recursos humanos.

En 2010 se gestionaron 99 procesos de selección en la empresa.

El Código Ético y de Conducta de MAPFRE menciona expresamente que MAPFRE no emplea ni directa ni indirectamente mano de obra infantil.

Movilidad y promoción interna

MAPFRE favorece la promoción interna, ya que repercute en mayor satisfacción y motivación de los empleados de la plantilla, en la disminución del tiempo de adaptación al puesto de trabajo, y en oportunidades de desarrollo para los empleados.

Para cubrir las vacantes publicadas en el año 2010, se realizaron 10 concursos internos: auditor, perito integral, perito regional, administrador de cuenta, analista de tesorería, suscriptor de cumplimiento, director técnico regional, auxiliar de tesorería, analista de contabilidad, analista de RRHH, y 89 concursos externos.

Evaluación y desarrollo profesional

En el año 2010, el 77% de empleados de MAPFRE COLOMBIA realizó evaluaciones regulares de desempeño a través del sistema de Evaluación del Desempeño, proceso normalizado de evaluación y desarrollo cuya implantación se está realizando de forma progresiva en todas las empresas del Grupo. Este proceso facilita la comunicación entre los empleados y sus responsables, y valora tanto el grado de cumplimiento de los objetivos marcados anualmente, como la calidad en el desempeño global del trabajo; además, permite detectar puntos fuertes, áreas de mejora y necesidades de formación, y establecer planes de acción para contribuir al desarrollo profesional de los empleados.

Formación

MAPFRE considera prioritaria la capacitación continua de sus directivos y empleados, mediante la transmisión de conocimientos y el desarrollo de las habilidades necesarias para el adecuado desempeño en sus puestos de trabajo. Los objetivos principales de la actividad de formación son:

Incrementar el conocimiento de la cultura de empresa de MAPFRE, y la integración de colectivos de diferentes procedencias geográficas y funcionales.

- Potenciar la formación de los empleados en las áreas de conocimiento adecuadas a su actividad (comercial, técnica y en habilidades).
- Contar con profesionales altamente cualificados, capaces de asumir nuevas funciones y responsabilidades dentro de la organización.
- Promover la empleabilidad, la movilidad funcional, y la promoción interna frente a la contratación externa.

En el año 2010, MAPFRE COLOMBIA invirtió \$786.329.763 en formación, 19.435 horas de formación por empleado.

FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL	Horas		Asistencias	
	2010	2009	2010	2009
Directivos	2.316	845	73	62
Jefes	490	1.740	129	127
Técnicos	14.413	8.471	709	619
Administrativos	2.216	1.411	101	103
TOTAL	19.435	12.467	1.012	911

FORMACIÓN POR METODOLOGÍA	Horas		Asistencias	
	2010	2009	2010	2009
Presencial	18.901	9.911	440	719
E-learning	534	2.556	572	192
TOTAL	19.435	12.467	1.012	911

Horas de formación y número de asistencias por tipo de formación

La formación impartida en MAPFRE se agrupa en tres grandes líneas, en función de la naturaleza de los contenidos:

- **Formación Corporativa:** programas de contenidos genéricos en los que se transmite información sobre la estrategia y la cultura de empresa del Grupo, conocimientos organizativos, gestión interna, habilidades, idiomas y ofimática.
- **Formación Comercial:** programas que combinan el conocimiento de herramientas de gestión, la formación en productos y el desarrollo de competencias y habilidades comerciales, para actualizar e incrementar el nivel de profesionalización en la venta y en el servicio al cliente.
- **Formación Técnica:** programas especializados, gestionados e impartidos por cada Área Común o Unidad de Negocio del Grupo, que transmiten los conocimientos técnicos y operativos que los empleados necesitan en función de su actividad específica.



Asistentes a jornada de formación Plan Líderes.

FORMACIÓN POR CONTENIDO	Horas		Asistencias	
	2010	2009	2010	2009
Técnica	0	4.450	0	325
Comercial	0	2.676	0	196
Corporativa	19.435	5.341	1.012	390
TOTAL	19.435	12.467	1.012	911

Prácticas docentes

En 2010 han realizado prácticas en las empresas del Grupo MAPFRE 330 becarios a través de los programas de cooperación establecidos con centros educativos, universidades y escuelas de negocios.

Política de retribuciones y compensaciones

En el ejercicio 2010 en MAPFRE COLOMBIA se pagaron retribuciones por valor de \$43.263.540.712.

TIPO DE RETRIBUCIÓN	Valor	Porcentaje
Retribuciones fijas	17.944.542.054	41%
Retribuciones variables	6.310.493.977	15%
Seguros sociales	3.816.623.504	9%
Beneficios sociales	11.930.087.837	28%
Indemnizaciones	14.360.700	0%
Otros complementos	3.247.432.640	8%
TOTAL	43.263.540.712	100%

CIFRAS EN PESOS

El Salario mínimo legal del país en 2010 fue de \$537.000. El salario mínimo de entrada en MAPFRE COLOMBIA fue de \$650.000.

SALARIOS PROMEDIOS	Hombres	Mujeres
Directivos	10.342.140	9.073.060
Jefes	3.914.320	3.787.350
Técnicos	2.150.980	1.656.390
Administrativos	1.026.050	970.710

CIFRAS EN PESOS

MAPFRE siempre ha contado con una amplia tipología de beneficios sociales. En el año 2010 los tipos de beneficios sociales y los empleados con derecho a ellos eran los siguientes:

BENEFICIOS SOCIALES	Nº empleados
Seguro de Vida	572
Seguro de Salud	572
Descuentos en seguros de la Compañía	572
Premios de natalidad nupcialidad	572
Premio de permanencia	572
Ayuda escolar para hijos	541
Préstamos (a través del Fondo de Empleados FEMAP)	541
Otros*	572

*Plan beca (auxilio educativo), posibilidad de compra de recuperos, leasing de equipos, días adicionales por paternidad, días adicionales de vacaciones por antigüedad, vestimenta informal los viernes, curso de inglés e-learning.

Igualdad de oportunidades y conciliación de la vida familiar y laboral

MAPFRE asume en su Código Ético y de Conducta el compromiso de proveer un entorno de trabajo adecuado en el que se respeten las políticas de igualdad establecidas, y se valore la diversidad sin ningún tipo de discriminación por razón de sexo, raza, ideología, religión, orientación sexual, edad, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra condición personal, física o social; y MAPFRE fomenta que todos los empleados favorezcan con su actuación entornos laborales en los que se respeten que quienes tienen responsabilidad profesional sobre otras personas sean objetivos en su selección y promoción, así como en el establecimiento de sus condiciones retributivas, en su capacitación y en su evaluación.

MAPFRE considera que el desarrollo integral de sus empleados es positivo tanto para ellos como para la empresa, por lo que fomenta las medidas encaminadas a lograr un adecuado equilibrio entre las responsabilidades personales y familiares de sus empleados, y las derivadas de su trabajo en la empresa.

Igualdad de oportunidades

La política de MAPFRE en materia de igualdad está formalmente reflejada en la declaración realizada por la Comisión Delegada de MAPFRE en su reunión de 27 de mayo de 2010:

“La Comisión Delegada de MAPFRE considera que una política activa y estructurada en materia de igualdad y conciliación, favorece la productividad y facilita el equilibrio entre el ámbito laboral, el personal, y familiar de todos los trabajadores.

A tal efecto, declara su compromiso con la promoción e impulso de iniciativas que desarrollen las políticas de igualdad y conciliación de MAPFRE, cuyos principios generales están contenidos en el Código Ético y de Conducta”.

Acoso moral y sexual en el trabajo

MAPFRE cuenta con un Protocolo para la Prevención y Tratamiento del Acoso en la Empresa, que está a disposición de todos los empleados en la intranet, y que contempla las actuaciones necesarias para evaluar las circunstancias laborales que se denuncien, y las medidas oportunas para solucionar los posibles conflictos e imponer en su caso las sanciones que pudieran corresponder. Dicho protocolo está implantado actualmente en 25 países. Además, en el año 2010 se han impartido charlas informativas, formativas y de sensibilización en los cursos corporativos para responsables y coordinadores, con un total de 205 asistentes.

Durante 2010 en MAPFRE COLOMBIA no se recibió ninguna denuncia de acoso.

Conciliación de las vidas laboral y familiar

MAPFRE COLOMBIA tiene establecidas medidas para facilitar la conciliación de las vidas personal y laboral, entre las que cabe destacar las siguientes. El siguiente cuadro refleja el número de empleados que se han beneficiado de alguna de estas medidas en 2010:

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL	Nº empleados
Horario laboral flexible	574
Permisos retribuidos y no retribuidos	574
Excedencia por motivos personales o estudios	2
Programas de formación relacionados con la conciliación (gestión del tiempo, gestión de reuniones, uso del correo electrónico)	60

Comunicación con los empleados y relación empresa-trabajadores

MAPFRE usa con sus empleados diversos canales de comunicación entre los cuales vale la pena destacar:

— **Portal serH MAPFRE:** intranet del recurso humano de MAPFRE que brinda información para todos los colaboradores y acceso a links de interés.



Nuevo portal
serH MAPFRE.

MAPFRE ha asumido en su Código Ético y de Conducta el compromiso de proporcionar entornos de trabajo seguros y saludables, garantizando el derecho de las personas a la protección de su salud e integridad.



Portada de la edición n° 30 de la revista El Mundo de MAPFRE COLOMBIA.

Salud y seguridad en el trabajo

MAPFRE ha asumido en su Código Ético y de Conducta el compromiso de proporcionar entornos de trabajo seguros y saludables, garantizando el derecho de las personas a la protección de su salud e integridad. Siguiendo el Código, y dando cumplimiento con lo ordenado en la legislación colombiana por la resolución 2013 de 1986, por medio de la cual se resuelve que todas las empresas e instituciones públicas o privadas que tengan a su servicio 10 o más trabajadores, están obligadas a conformar un Comité Paritario de Salud Ocupacional (COPASO), MAPFRE COLOMBIA cuenta con este ente, cuyo sentido es el de promocionar la salud ocupacional en todos los niveles de la Compañía, buscar acuerdos con las directivas y responsables del Programa de Salud Ocupacional en función del logro de metas y objetivos concretos, divulgar y sustentar prácticas saludables y motivar la adquisición de hábitos seguros.

El COPASO en MAPFRE COLOMBIA está conformado por igual número de representantes por parte de la administración e igual número de representantes por parte de los trabajadores (4 representantes por parte de la empresa y 4 por parte de los empleados) elegidos junto con sus respectivos suplentes a través de voto popular. El período de vigencia de los miembros del Comité es de 2 años, siendo protocolizado mediante registro ante el Ministerio de la Protección Social.

Los ejes de acción fundamentales del COPASO son:

- Analizar y dar seguimiento a los accidentes laborales a fin de identificar tendencias, causas frecuentes, impacto y planes de mejora para evitar su ocurrencia.
- Reportar e investigar accidentes de trabajo para las entidades que corresponda.
- Estructurar, desde la Gerencia de Recursos Humanos, como directa responsable del tema de salud ocupacional, y con el apoyo de la ARP, los programas y las actividades derivadas del panorama de riesgo a fin de realizar seguimiento y control a su ejecución.
- Programar y realizar actividades de formación en prevención, atención y legislación, referente al tema.
- Implementar seguridad y mejoras en áreas físicas a fin de evitar enfermedades profesionales.

- **Desde Presidencia:** comunicaciones generadas por la Presidente de la Compañía, informando sobre las novedades del Grupo, de la empresa y también con ocasión de cumpleaños y aniversarios de los colaboradores.
- **El Mundo de MAPFRE COLOMBIA:** revista corporativa de la Compañía que involucra temas de interés para los empleados y cuenta con secciones enfocadas al entretenimiento y la calidad de vida de todos los colaboradores.
- **Fondos de pantalla (wallpapers):** herramienta que aprovecha la conexión de la red de trabajo local, para que en las pantallas de los computadores de los empleados aparezcan periódicamente mensajes y campañas de interés.

Representantes de los trabajadores

Aunque en MAPFRE COLOMBIA no hay organizaciones sindicales, mantenemos una línea de máximo respeto a los derechos de los trabajadores en materia sindical y de negociación colectiva, de acuerdo con la normativa aplicable en el país.

TASA DE ABSENTISMO	Hombres		Mujeres		Total	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Accidentes laborales	1	9	0	6	1	15
Horas perdidas por accidentes laborales	408	456	0	48	408	504
Horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	2.744	2.472	6.488	10.536	9.232	13.008
Horas teóricas de todos los empleados	121.440	451.200	150.720	585.600	272.160	1.036.800

Promoción de la salud

MAPFRE apuesta por la promoción de la salud de sus empleados en un entorno que va más allá de lo prescrito por la normativa. Para ello cuenta con el Programa de Salud Ocupacional que realiza actividades que contemplan medicina preventiva, de trabajo, higiene y seguridad industrial en la sede del CISMAR en Bogotá.

El desarrollo del plan fue estructurado de forma conjunta entre la Gerencia Recursos Humanos y la ARP, y contempla programas de educación, formación y asesoramiento en prevención y control.

ACTIVIDADES DEL PROGRAMA DE SALUD OCUPACIONAL	Asistentes
Higiene postural / sensibilización mail	500
Formación de líderes de salud ocupacional	28
Pausas activas en sitio	420
Audiometría y cuidado del oído	70
Elaboración panorama factor de riesgo	574
Simulacro de evacuación	420
Vacunación influenza*	120
Conservación visual y audiometrías	250
Donación de sangre	70
Auto examen de seno	16
Prevención SIDA	15
Citologías	25

*Se hace extensiva a familiares (padres, esposos, hijos y hermanos) con el objetivo de reducir el indicador de ausentismo causado por la influenza

Acciones obligatorias de salud ocupacional

- Actualización del reglamento de higiene y seguridad industrial.
- Registro del Comité Paritario de Salud Ocupacional ante el Ministerio de la Protección Social.
- Capacitaciones para integrantes del COPASO.
- Elaboración del programa de salud ocupacional.
- Entrega dotación - elementos de protección personal según el riesgo del cargo.
- Programa de formación integrantes plan de emergencia.
- Programa de formación de brigadistas.
- Plan de sensibilización para conformación de brigadas Dirección General y CISMAR.
- Graduación de brigadas de emergencias.
- Actualización del plan de emergencias.



Programa de formación de brigadistas.

- Dotación de botiquines.
- Recarga extintores.
- Señalización diferentes sedes.
- Estudio de discomfort térmico.
- Dotación elementos para brigadas de emergencias.
- Capacitación del uso de elementos de protección personal.

Clima laboral

Se realizó la segunda medición a través del Great Place to Work® Institute, con el fin de dar continuidad a la valoración del ambiente laboral y las prácticas de gestión del talento humano.

Este importante ejercicio, para el cual se desarrolló una campaña de expectativa y sensibilización previa, tuvo un porcentaje de participación del 88,7% sobre el total de la población, con un resultado que superó la meta propuesta en 0,2 puntos, pasando del 68,4 de 2009 al 73,5 en 2010 como índice de ambiente laboral (IAL).

Esta valoración se cimienta en dimensiones determinantes como credibilidad, respeto, imparcialidad, camaradería y orgullo, a través de encuestas individuales con cobertura nacional. Se estructuraron los planes de acción para cada una de las áreas los cuales fueron implementados por los líderes responsables. El estudio concluye que los colaboradores valoran el plan de beneficios que les son otorgados por la Compañía y la equidad en el trato que se tiene a las personas independientemente del cargo que ocupen.

Los resultados de la medición fueron los siguientes:

CLIMA LABORAL	Dimensión	Aceptación	Inc. / Ind.	Valoración
	Credibilidad	85%	11%	Media +
	Respeto	78%	15%	Media +
	Imparcialidad	70%	20%	Media +
	Camaradería	80%	16%	Media +
	Orgullo	90%	8%	Media +
	Gestalt	91%	8%	Media +
Índice del ambiente laboral				73,5
Brecha frente a la excelencia				22,3%
Valoración del ambiente laboral				Muy satisfactorio

Actividades sociales y de bienestar

A lo largo de 2010 se realizaron las siguientes actividades sociales en las que han participado tanto empleados como familiares:

El programa de bienestar estructurado para el año 2010 estuvo direccionado hacia actividades de recreación y mejora de la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias. Por esto, seguimos empeñados en fomentar el entretenimiento y fortalecer lazos de amistad y camaradería con el objetivo de mantener motivados a los colaboradores y fidelizarlos con la marca MAPFRE.

- **Regalos de cumpleaños para los colaboradores de la Compañía:** este año quisimos sorprender a nuestros colaboradores cambiando la tradicional torta de cumpleaños por un portarretrato acompañado de una tarjeta y papel de regalo de diseño corporativo. Este obsequio fue enviado a cada uno de los colaboradores en la fecha de su cumpleaños con cobertura a nivel nacional.
- **Día Internacional de la mujer:** el 48% de la nómina está integrada por mujeres lo que representa un porcentaje importante. Para la elaboración de los regalos se seleccionó a través de la fundación FANA un obsequio consistente en un par de aretes, elaborado por madres cabeza de familia, lo que le dio un significado muy especial. Compartimos la leyenda de la tarjeta: "Estos tréboles son un homenaje a todas las mujeres que trabajan en MAPFRE, que crecen día a día y que hacen de su vida y sus hogares un ejemplo de éxito y amor."
- **Torneo Interno de mini fútbol:** la apertura de este evento estuvo a cargo de dos equipos integrados por hijos de colaboradores con el fin de incentivar la participación de las familias alrededor del deporte. El torneo reunió a más de 12 equipos conformados por colaboradores de todas las áreas. La Compañía cubre el costo de uniformes, canchas, árbitros y ceremonia de premiación final. Adicionalmente se contó de forma permanente con fisioterapeuta y un entrenador quienes trabajaron en sesiones de calentamiento previo, estiramiento, atención ante lesiones y seguimiento a deportistas. El comité deportivo estructuró el "Código de Ética Deportiva" promoviendo buenas prácticas como el juego limpio, puntualidad, responsabilidad, compromiso y orgullo de equipo a través de la reafirmación de valores institucionales como la honestidad y el respeto.

— **Vacaciones recreativas:** actividad dirigida a los hijos de colaboradores, que reunió cerca de 70 niños entre los 6 y los 12 años, quienes con gran entusiasmo esperan cada año el plan que ha sido preparado especialmente para ellos. Al final de la programación, se sorprendió a los padres con un CD que contenía más de 500 registros fotográficos con las imágenes de sus hijos. El objetivo era el de acercar a padres e hijos para que a través de la narración de sus experiencias fortalecieran canales de comunicación. Este programa tiene alcance a 5 ciudades más, con lo que el beneficio cada vez tiene mayor cobertura.

— **Fiesta de brujitos para hijos de empleados:** esta fiesta se llevó a cabo bajo el lema un "domingo en familia", en donde a través de actividades relacionadas con el juego, visita a la granja, taller de diseño de camisetas, los pequeños y sus padres disfrutaron de un día en Multiparque. En las principales ciudades del país se coordinó una actividad similar.



Fiesta de brujitos para hijos de empleados.

— **Plan de comunicación interna:** se realizó el lanzamiento del portal de comunicación denominado "serH MAPFRE (sigla que resultó de unir las iniciales de soporte, electrónico, recurso y humano, con la palabra MAPFRE, y que se lee solamente ser MAPFRE, aprovechando que en castellano la H -salvo cuando está en el dígrafo CH- no se pronuncia. Su objetivo fundamental, es el de alinear la estrategia con el talento humano, y ser el medio por el cual se mantendrá informada a toda la organización sobre el desempeño de la estrategia y la contribución de sus colaboradores para el logro de la misma. Estamos convencidos que para alcanzar las metas, es necesario brindar información oportuna sobre temas tan importantes como cultura y clima organizacional, gestión del cambio, desarrollo humano y gestión de la estrategia.

— **Participación torneo FASECOLDA:** para MAPFRE COLOMBIA es un orgullo contar con deportistas en este importante evento que integra a todo el sector asegurador en torno al deporte y la cultura. Las expectativas en cuanto a resultados fueron totalmente superadas, toda vez que en las diferentes ciudades y disciplinas deportivas se obtuvo reconocimiento: equipo de empleados de Medellín campeón en fútbol y subcampeón en bolos; equipo de empleados de Ibagué campeón en fútbol y premio al goleador del torneo; equipo de empleados de Bogotá campeón en voleibol masculino y mixto; equipo de empleados de Barranquilla campeón en fútbol; equipos de empleados de Bogotá y Bucaramanga subcampeones en fútbol .



Equipo de fútbol de Bucaramanga.

— **Torneo interno de bolos:** esta actividad se realiza tradicionalmente desde hace más de 10 años con la participación activa de ambos géneros, reuniendo más de 320 colaboradores quienes conformaron más de 81 equipos. Se entregan 35 premios en todas las categorías y modalidades (individual, femenino, masculino y todo evento) llegando con este incentivo a un grupo numeroso de colaboradores. Dentro del desarrollo del torneo de hicieron diferentes dinámicas a fin de estrechar lazos y cohesión de equipo.

— **Programa de inclusión laboral en MAPFRE:** se realizó seguimiento mensual al desarrollo laboral de los colaboradores de PILMAP, con el objetivo de brindar apoyo permanente con la fundación ECCOS en temas como habilidades de comunicación, técnicas para logro de indicadores, psicología, etc. De otra parte, se identificó que este grupo de colaboradores se vio afectado por la ola invernal deteriorando el estado de sus sillas de ruedas, por lo que la Compañía decidió contribuir al mejoramiento de su calidad de vida con sillas de ruedas nuevas.

— **Consultorio médico:** este importante servicio se encuentra ubicado en el primer piso de dirección general con una intensidad horaria de 35 horas mensuales y atención promedio de 45 pacientes. El asocio con COLSANITAS se presta atención a todos los colaboradores que lo requieran independientemente del servicio de salud en que se encuentren afiliados. Como resultado de la gestión que hace el médico, proporciona de manera semestral un informe de causas más comunes de consulta, casos reiterativos, frecuencia por paciente, etc., información clave para la estructuración de planes de prevención a través de Salud Ocupacional.

— **Conformación de equipo de brigadistas:** en los primeros días de junio, se llevó a cabo el curso de formación para 38 brigadistas de Dirección General y CISMAB Bogotá. Tuvieron la oportunidad de tener entrenamiento en primeros auxilios, bomberotecnia y técnicas de evacuación con una intensidad horaria de 32 horas, dentro de las cuales se impartió capacitación en aula y prácticas de campo que fueron enriquecedoras toda vez que se contó con instructores especializados en cada uno de los temas tratados. Con esta formación se pretende garantizar reacción básica oportuna ante una situación crítica o que pueda significar riesgo colectivo.



Curso de formación de brigadistas.

— **Celebración de aniversarios:** este es un homenaje que hace la presidencia de la Compañía a la fidelidad de sus colaboradores que han cumplido 5, 10, 15, 20 y 25 años de labores con MAPFRE. En esta oportunidad la celebración fue para 57 colaboradores quienes compartieron un momento muy especial en compañía de los altos directivos.



Celebración de aniversarios.

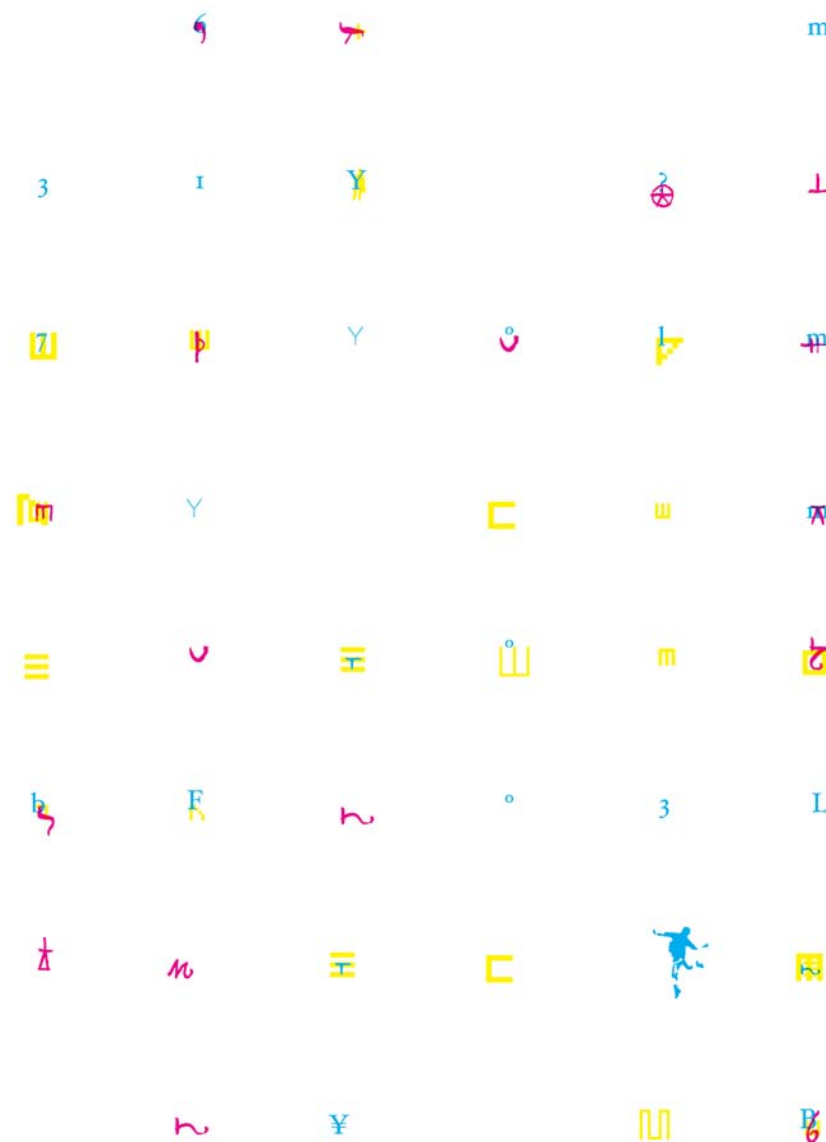
Voluntariado corporativo

MAPFRE, en colaboración con FUNDACIÓN MAPFRE, promueve actividades de voluntariado en varios países, entre ellos Colombia. Estas actividades son de diversa naturaleza y tienen como beneficiarios a familias sin recursos, personas con discapacidad o niños y jóvenes en situación de riesgo de exclusión. La ampliación de esta información se encuentra en el capítulo 7 de este documento: Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2010 (páginas XX-XX).

— **Regalos de navidad para hijos de colaboradores de la Compañía:** se seleccionaron más de 12 tipos de juguetes de acuerdo con la edad y género de los niños, dando cobertura desde quienes reportan hijos en gestación hasta los 12 años cumplidos. Esta tradicional actividad se realiza a nivel nacional y pretende que los hijos de los colaboradores reciban un presente en esta fecha tan especial.

— **Evento de Navidad y entrega de bonos:** en 2010 quisimos hacer un sencillo pero emotivo evento alrededor del pesebre y rezando la novena para dar gracias por los logros alcanzados durante el año. El evento contó con una muestra folclórica a cargo del grupo de danzas de la Fundación Madre Teresa de Calcuta, el cual, con esta presentación, ganó el segundo lugar en las Olimpiadas FIDES. La entrega de bonos se realizó a todo el personal. La mayoría de colaboradores asignan estos recursos para la compra de la cena navideña que comparten con sus familias.

— **Cena de Navidad y año nuevo para colaboradores en servicio:** aproximadamente 6 personas deben pasar la media noche del 24 y 31 de diciembre brindando soporte en servicio al cliente, por lo que se hacen los arreglos pertinentes para que les llegue antes de la media noche una cena digna de esta fecha con el objetivo de manifestarles que son muy importantes para la organización.



MAPFRE COLOMBIA y sus clientes

Uno de los principales objetivos de MAPFRE es procurar la satisfacción de las necesidades de sus clientes, ofreciéndoles servicios y prestaciones de alta calidad. Este compromiso se articula a través de la oferta conjunta de productos y servicios; la profesionalización de la Red comercial y de todos los intermediarios; y la amplia red de distribución, buscando la máxima cercanía a los clientes.

La amplia oferta de productos de MAPFRE hace que el perfil del cliente sea muy diverso, incluyendo tanto personas naturales como jurídicas, y dentro de estas últimas tanto pequeñas y medianas empresas como grandes grupos industriales o financieros.

El ejercicio 2010 cerró para MAPFRE COLOMBIA con un total de 109.360 clientes:

MAPA DEL CLIENTE - ASEGURADO DE MAPFRE COLOMBIA

AUTOMÓVILES	95.922 clientes	115.526 automóviles asegurados
HOGAR	22.387 clientes	25.960 hogares asegurados
COMUNIDADES	73.303 clientes	97.303 comunidades aseguradas
EMPRESAS, PYME Y NEGOCIOS AGROPECUARIOS	45.017 clientes	71.248 empresas aseguradas
SALUD Y ENFERMEDAD	1.498 pólizas	13.963 personas con seguro de salud
DECESOS Y SERVICIOS FUNERARIOS	216.578 pólizas	592.064 personas aseguradas
VIDA*	211.662 pólizas	4.003.081 partícipes en fondos de pensión y planes de pensiones

*Vida Individual, Accidentes Personales, Desgravamen, Vida Colectivos, Rentas Vitalicias, Accidentes de Trabajo, Fondos de Inversión y Pensiones

Canales de atención al cliente

La comunicación entre MAPFRE y sus asegurados y clientes se desarrolla a través de los siguientes canales:

- **Personal altamente cualificado**, dedicado a los segmentos de clientes que requieren una atención especializada (industrias y grandes riesgos industriales, sector agrario, etc.), con el apoyo de equipos con gran experiencia, amplia formación y conocimiento de los mercados internacionales.
- **La Red MAPFRE**, que facilita una atención personal y directa, y cuya acción se complementa con la colaboración de un elevado número de delegados, agentes y corredores
- **Portal mapfre.com.co y Oficina Virtual MAPFRE**, que ofrecen al cliente otra vía de relación con la empresa.



Plataforma telefónica MAPFRE Si 24.

- **Plataforma telefónica MAPFRE Si 24**, que proporcionan una atención permanente durante las veinticuatro horas todos los días del año, y que permiten a los clientes realizar consultas y gestiones relacionadas con los seguros que tienen contratados, y obtener servicios relacionados con los mismos.

- **Puntos de encuentro**, que son cabinas telefónicas ubicadas en puntos estratégicos MAPFRE y que conectan directamente con MAPFRE Si 24.

Globalidad de la oferta

Uno de los objetivos de MAPFRE es ofrecer a sus clientes una gama completa de productos y servicios para la prevención y cobertura de sus riesgos personales y empresariales, y para solucionar sus necesidades de ahorro y previsión personal y familiar. Esta oferta incluye productos y servicios específicos para cada segmento de clientes.

El portafolio de productos de MAPFRE COLOMBIA está conformado de la siguiente manera:

Seguros de Automóviles

- **Automóvil Elite**: póliza superior, que asegura el más exclusivo nivel de tranquilidad para quienes poseen vehículos considerados de gama alta.
- **Automóvil Familiar**: protecciones especiales para el vehículo y sus ocupantes, cuando este es utilizado por varios miembros de la familia.
- **Automóvil Mujer**: producto especial para reconocer el buen cuidado y desempeño de la mujer frente al volante, otorgándole las coberturas suplementarias que no encontraría en un seguro convencional.

— **Automóvil Tradicional:** adecuado respaldo y completa gama de coberturas tanto para el vehículo, los ocupantes, y al asegurado y su familia durante viajes en Colombia y en el exterior.

— **Servicio Público Especial:** protección especial al vehículo de transporte estudiantil y sus ocupantes, ante las responsabilidades que se puedan presentar durante la movilización. Se ofrece solamente como póliza colectiva.

— **Vehículos Pesados:** seguro especializado para la protección de los riesgos inherentes a vehículos de transporte pesado como camiones, acoplados y similares incluyendo la asistencia en los imprevistos que existan en el recorrido. Se ofrece solamente como póliza colectiva.

Seguros del Hogar

— **Hogar Plus:** seguro para el hogar con excelentes amparos básicos y adicionales, bajo la modalidad multi riesgo.

— **Hogar Trébol:** extiende la protección a valores globalizados y da la posibilidad de amparar sólo contenidos o contenidos y construcción.

Seguros Generales

— **Mascotas. Incorporado en 2010:** la tenencia responsable de un animal implica la obligación no sólo de procurarle una adecuada atención, contención y buen trato durante toda su vida, sino también el evitar el riesgo que este pudiera generar como potencial agresor o transmisor de enfermedades a la población humana, animal y al medio ambiente. Esta póliza de riesgos está diseñada para brindarle protección a la mascota y tranquilidad al propietario.



*Nuevo
Seguro de Mascotas.*

— **Copropiedades:** producto que cumpliendo con los requisitos establecidos en la Ley 675 de copropiedades, ampara las áreas y bienes comunes.

— **Arrendamiento:** ampara el pago de los cánones o rentas dejados de pagar por los arrendatarios, al igual que sus reajustes, pactados debidamente en el contrato de arrendamiento, en el cual el asegurado, tenga la calidad de arrendador.

Seguros Empresariales

— **Agroindustrial:** MAPFRE en sus inicios fue una mutual creada por hombres de campo para proteger el esfuerzo de su trabajo. Este seguro responde a los riesgos inherentes a las industrias agrícolas y forestales. Ofrece programas especializados de acuerdo a necesidades específicas:

— **Riesgo Climático:** protección para los productores agrícolas y forestales, subsidiados por el gobierno, por los daños ocurridos a sus plantaciones en eventos climáticos como exceso de lluvia, vientos fuertes, sequías, inundaciones, etc. para productos como el algodón, banano, maíz, sorgo, plátano entre otros.

— **Riesgos de la Naturaleza:** para cubrir los daños producidos por eventos como avalancha, deslizamientos, terremoto e incendio.

— **Riesgos Fitosanitarios:** para las afectaciones en las plantaciones por plagas y enfermedades.

— **Aviación:** producto diseñado para asegurar los riesgos empresas involucradas en el transporte aéreo de pasajeros y carga.

— **MAPFRE Empresas:** producto que incluye diferentes coberturas y programas de servicios encaminados a elevar el nivel de seguridad de todos los riesgos en las empresas.

— **Transporte:** seguro dirigido a los propietarios y/o responsables de bienes que deban ser movilizados en un trayecto ya sea nacional, internacional o urbano, por un medio de transporte terrestre, marítimo o aéreo.

GLOBAL RISKS

— **Seguro de Responsabilidad Civil para Propietarios u Operadores de Aeropuertos. Incorporado en 2010:** seguro de responsabilidad civil para propietarios de aeropuertos por posibles reclamaciones derivadas del desarrollo de su actividad económica.

Seguros para PYME

— **Alcaldías:** para la protección de los bienes muebles e inmuebles, incluidos los equipos y toda la maquinaria, dentro de los predios y extensión geográfica de las Alcaldías.

— **Hoteles:** es la póliza Todo Riesgo PYME ampliada y estructurada a las necesidades específicas del negocio hotelero.

— **Restaurantes:** estructurada exclusivamente para negocios como cafeterías, pizzerías, asaderos, fruterías, comidas rápidas y restaurantes.

— **Todo Riesgo PYME:** es la póliza con la más completa gama de coberturas para pequeños y medianos negocios industriales, comerciales y de prestación de servicios.

Seguros Patrimoniales

— **Cumplimiento:** para garantizar el pago de perjuicios causados que provengan del incumplimiento de obligaciones contenidas en un contrato o en una disposición legal específica:

— **Cauciones Judiciales:** son garantías que deben otorgarse en el curso de proceso o en ciertas diligencias previas a éstos, para responder por los perjuicios que se le ocasionen a las partes, a terceros, o para la restitución de bienes o la ejecución de ciertos actos. Este tipo de póliza, se utiliza para afianzar obligaciones ante los Tribunales y Juzgados, generalmente basados en procesos originados en los artículos del Código de Procedimiento Civil, Penal o Laboral. El Juez que actúa en el proceso es quien fija la cuantía del valor asegurado y el plazo que generalmente es indeterminado debe ser la duración del proceso.

— **Cumplimiento Entidades Estatales (Ley 80 de 1993):** esta garantía es la que de conformidad con lo establecido en el Estatuto de la Contratación Pública (Ley 80 de 1993) deben presentar todos los contratistas que pretendan celebrar contratos con las Entidades Estatales, cuyo objeto es garantizar el cumplimiento de todas las obligaciones contraídas para la celebración, ejecución y liquidación del contrato.

— **Cumplimiento Entidades Otorgantes del Subsidio Familiar:** ampara a las entidades otorgantes del subsidio familiar de vivienda contra los riesgos de incumplimiento si al vencimiento de los plazos establecidos para efectos de la legalización del subsidio familiar de vivienda, no se hubiese dado cumplimiento a los requisitos indicados en el artículo 49 del decreto 975 de 2004.

— **Cumplimiento Entidades Particulares:** garantiza el cumplimiento de obligaciones derivadas de un contrato celebrado entre personas naturales o jurídicas regidas por el derecho privado (legislación civil y comercial).

— **Cumplimiento Grandes Beneficiarios:** mediante este tipo de póliza colectiva se garantiza la indemnización de los perjuicios sufridos por el asegurado en su proceso de contratación.

— **Disposiciones Legales:** se enmarcan también dentro de las oficiales, aunque están diseñadas para dar cumplimiento a una norma de la ley o en el ejercicio de una actividad o labor sobre la que tiene control el Gobierno. El objeto, la cuantía y la vigencia están determinados por la disposición legal.

— **Manejo:** ampara contra las pérdidas causadas por empleados con ocasión de la comisión de las conductas tipificadas en el ordenamiento penal colombiano.

— **Manejo Global Bancario.**

— **Manejo Global Comercial.**

— **Manejo Global de Entidades Oficiales.**

— **Manejo Individual.**

— **Infidelidad y Riesgos Financieros – IRF.**

— **Responsabilidad Civil:** indemniza el daño que pueda experimentar un patrimonio a consecuencia de reclamación efectuada por un tercero, por la responsabilidad en que haya podido incurrir tanto el asegurado, como las personas por las cuales él responda civilmente:

— **Responsabilidad Civil Directores y Administradores:** proporciona a los administradores o directivos la protección necesaria, permitiéndoles desempeñar su labor con la tranquilidad al no estar afectando en ello el patrimonio personal.

— **Responsabilidad Civil Extracontractual:** se ofrece con el fin de cubrir los daños causados a terceros, ya sea en sus propiedades o en sus personas.

— **Responsabilidad Civil Profesional Clínicas y Hospitales:** los establecimientos de salud también se pueden ver involucrados en eventos de responsabilidad ante sus pacientes cubriéndoles la responsabilidad civil imputable al asegurado como consecuencia de las acciones y omisiones profesionales cometidas por el personal médico, paramédico, farmacéuta, laboratorista, de enfermería y/o asimilados que estén vinculados laboralmente con el asegurado o que estén autorizados para trabajar en sus instalaciones.

— **Responsabilidad Civil Profesionales de la Salud:** cubre los perjuicios causados a terceros durante la vigencia de la póliza como consecuencia de actos negligentes, impericias, errores u omisiones en que llegare a incurrir mientras ejerce su actividad como médico / odontólogo, siempre y cuando esté legalmente habilitado para hacerlo.

— **Responsabilidad Civil Servidores Públicos:** indemniza los perjuicios por los cuales los asegurados (servidores públicos de la entidad) sean responsables por haber cometido actos incorrectos, en desarrollo con el desempeño de las funciones propias de los cargos.



Seguros de Vida Individual

- **Accidentes Personales:** los accidentes generan muchas consecuencias económicas ante las cuales este producto brinda protección.
- **Central Médica. Incorporado en 2010:** brinda al asegurado la tranquilidad de tener a su disposición un equipo médico calificado a nivel nacional en caso de que requiera realizar consultas telefónicas, ser valorado en casa o ser trasladado.



*Nuevo Seguro
Central Médica.*

- **Exequias Individual Familiar:** mediante una red de atención dedicada exclusivamente a exequias, brindamos apoyo y tranquilidad económica en todo el proceso respecto a servicios funerarios y de destino final.
- **Millón Vida:** cuando se tiene el capital y se quiere consolidar, se requiere de un sistema de inversión que contenga un seguro de vida.
- **Plan 4x1:** la formación de un capital para cubrir necesidades futuras es una prioridad y más aún cuando se requiere protección muy alta ante el eventual fallecimiento de la cabeza de familia.
- **Plan Seguro de Ahorro:** permite que el asegurado forme el capital que desea, en el tiempo que quiera y a la vez está protegido con un seguro de vida.
- **Rentas Vitalicias:** para quien está próximo a jubilarse, le proponemos tomar su pensión y convertirla en una renta manejada por MAPFRE, además de recibir una suma para sustentar cómodamente sus gastos.

- **Su Futuro Seguro:** el seguro educativo que permite garantizar la educación superior de los hijos o beneficiarios, despreocupándose de los costos futuros y disfrutando en vida de su desarrollo y éxitos profesionales.
- **Temporal al IPC Beneficiario Oneroso. Incorporado en 2010:** es un seguro de vida para respaldar obligaciones crediticias con entidades jurídicas establecidas en Colombia.
- **Temporal Anual Revalorizable al IPC:** producto ideal para brindar a la familia soporte económico ante la eventualidad del fallecimiento del asegurado.
- **Temporal Revalorizable:** producto muy económico que brinda los beneficios de la protección para la familia del asegurado ante el fallecimiento por cualquier causa.
- **Vida Plena:** el asegurado tendrá un capital para disfrutarlo cuando llegue a la edad de 70 años y garantiza la protección de su familia.
- **Vida Plus:** no importa la edad a la que llegue el asegurado, siempre estará protegido y a su familia le dejará un gran legado económico.
- **Vida Premium:** seguros en dólares para quienes buscan altos niveles de protección con la estabilidad de una moneda extranjera. Vida Premium Gold para quien desea formar un capital, y la opción de Vida Premium Platinum para quien requiera protección hasta la edad de 70 años.
- **Vive MAPFRE 80. Incorporado en 2010:** producto diseñado pensando en brindar protección a la vida del asegurado hasta edad 80 con una tasa diferencial y nivelada por quinquenios.



*Nuevo Seguro
Vive MAPFRE 80.*

Seguros de Vida Colectivos

- **Accidentes en Vuelo:** cuando se toma el vuelo, en tierra quedan esperando las personas que uno ama. Ahora se puede volar más tranquilo con este producto.
- **Accidentes Personales Colectivos AP 5 y 10:** protección total a muy bajo costo, frente a las consecuencias económicas derivadas de un accidente. Las modalidades 5 y 10 dan protección por 5 o 10 años.
- **Agrovida:** a través de las asociaciones, federaciones o agremiaciones agroindustriales a nivel nacional protegemos la vida de los diferentes gestores de la producción nacional, donde el pago de la prima se hace en especie.
- **Asistencia Educativa (Accidentes Escolares):** el establecimiento educativo, mediante el pago a muy bajo costo, ampara a los estudiantes frente a las consecuencias económicas derivadas de un accidente.
- **Asistencia Odontológica:** brinda al asegurado la tranquilidad de tener a su disposición un equipo odontológico y tecnológico para la estabilización del dolor en una emergencia, y para el cuidado preventivo y correctivo de su salud oral.
- **Complicaciones en Cirugía Estética:** este seguro ofrece una cobertura especial en el mercado colombiano, amparando las complicaciones que se puedan presentar después de una intervención quirúrgica, siempre y no se deriven de la Responsabilidad Civil del médico cirujano o de la clínica.
- **Educación Segura:** garantizamos una renta mensual para el beneficiario estudiante, otorgando protección hasta el fin de la escolaridad, la universidad o dos años de posgrado, en caso de fallecimiento o invalidez del padre de familia.
- **Enfermedades Graves:** indemnizamos al asegurado en forma de renta mensual por doce meses, cuando le sea diagnosticada por primera vez alguna de las enfermedades consideradas en las condiciones de la póliza.
- **Exequias Colectivo:** garantiza para los empleados y su grupo familiar, el apoyo y la tranquilidad económica frente a los trámites y costos de todas las actividades que conlleva la partida de un ser querido.
- **Rentas Clínicas:** como consecuencia de accidente o enfermedad el asegurado podrá recibir una renta.
- **Segurviaje:** garantizamos la puesta a disposición de una ayuda material inmediata, en forma de prestación de servicios, cuando el asegurado se encuentre en dificultades como consecuencia de un accidente, ocurrido durante el transcurso de un viaje.
- **Taxi Vida Plus:** póliza paquete, a muy bajo costo, que brinda la protección para los profesionales del servicio público de taxis.
- **Vida Educadores:** este seguro está dirigido a proteger al profesor o educador del sector público, oficial y privado de Colombia.

— **Vida Grupo:** ante el riesgo del fallecimiento prematuro de un empleado, las organizaciones tiene la posibilidad de brindarle a la familia de éste, un beneficio económico importante.

— **Vida Grupo Ahorradores:** se asegura económicamente el futuro de la familia de los asegurados ahorradores ante el evento fortuito del fallecimiento o incapacidad total, cubre el saldo en cuenta, generando un capital adicional al ya formado por el ahorrador.

— **Vida Grupo Deudores:** la entidad que efectúa préstamos, ya sea una empresa, fondo, cooperativa, etc. protege el saldo de la deuda ante el eventual fallecimiento o incapacidad total de los deudores a un costo muy bajo.

— **Viva en Familia Plus:** el empleado y su familia están protegidos bajo este seguro permitiéndoles adquirir amparos para cubrir:

— **Vive País:** este seguro está dirigido a proteger al Gobernador, Alcalde, Concejales, Diputados, Personero y Tesorero de los Municipios.

Seguros de Salud

— **Excelencia:** brinda coberturas integrales de maternidad, accidente y enfermedad, dentro de nuestra prestigiosa Red y fuera de ella por reembolsos..

— **Platino:** póliza en dólares que brinda cobertura a nivel mundial con los mejores especialistas médicos, para todo evento de enfermedad y accidente.

— **Preferencial:** es la póliza de salud que brinda cobertura en Colombia, por hospitalización por enfermedad, maternidad o accidente, dentro de la Red MAPFRE.

— **Vital:** permite escoger la mejor protección en salud de acuerdo con las necesidades de cada persona o familia. Este es un producto modular de coberturas limitadas, para todo evento de enfermedad, accidente o maternidad.

Administración de Riesgos Profesionales

Las empresas encuentran en MAPFRE ARP, capacitación, servicios de prevención y asistencia técnica óptimos, en todo lo relacionado con programas de prevención y control de riesgos profesionales.

Productos y servicios de carácter especial: MAPFRE COLOMBIA y los microseguros

MAPFRE COLOMBIA dispone de productos dirigidos a colectivos de bajo nivel de renta, para favorecer su acceso a productos aseguradores. Se trata de los microseguros, seguros de primas reducidas con coberturas limitadas, que se distribuyen a través de canales no tradicionales: microfinancieras, empresas de servicios públicos (E.S.P.), cooperativas, cajas de compensación, empresas de productos de consumo masivo, entidades gubernamentales y ONG.

- **Accidentes Personales con Incapacidad Temporal:** seguro de accidentes personales.
- **Exequias:** seguro de vida, que cubre gastos de decesos.
- **Automóvil Modular:** seguro de automóviles modular.
- **Batería de Vida:** seguro de accidentes personales.
- **Climático de Cosecha:** seguro subsidiado por el Gobierno, que incentiva y protege la producción agrícola, al disminuir el peso de los desastres climáticos.
- **Cuenta Protegida:** seguro de hogar, que además cubre la factura energética en caso de desempleo o incapacidad temporal.
- **Futurex Daños:** ampara hogar y microempresa, tanto la edificación como sus contenidos.
- **Hogar:** seguro de hogar modular, que cubre tanto el contenido como el continente, incluso en caso de catástrofes naturales.
- **Seguro de Vida con Desempleo e Incapacidad Temporal:** seguro modular de vida con indemnización en caso de desempleo o incapacidad temporal.
- **Vida con Períodos de Carencia:** seguro de vida, sin restricciones de edad ni de actividad.
- **Viva Su Negocio:** seguro de vida para propietarios de establecimientos comerciales que cubre incapacidad, fallecimiento y cobertura de decesos.

ACUERDOS DE DISTRIBUCIÓN ENTIDADES ALIADAS

CODENSA E.S.P.	Microseguros a través de su facturación.
AAA E.S.P.	Microseguros a través de su facturación.
AGUAS DE MANIZALES E.S.P.	Microseguros a través de su facturación.
DISTRIBUIDORA RAYCO	Microseguros a través de su facturación.
ACUAVALLE	Microseguros a través de su facturación.
ELECTRIFICADORA DEL CAQUETÁ	Microseguros a través de su facturación.
BANCO AGRARIO DE COLOMBIA	Microseguros subsidiados por el Gobierno.
BANCÓLDEX	Microseguros para apoyar a microempresarios y sus familias.

Microseguros en acción frente a los riesgos de la naturaleza

A finales de 2010, Colombia fue golpeada duramente por el fenómeno conocido como la “niña”, que ocasionó eventos de orden catastrófico con pérdidas humanas, animales, de cultivos y viviendas. Las lluvias causaron las más graves inundaciones de los últimos 30 años, generando la declaración de emergencia social. La zona norte del país se vio muy afectada por el desbordamiento del Río Magdalena, la rotura del Canal del Dique, y la riada de la Ciénaga del Magdalena.



Ingeniero de MAPFRE evaluando la afectación.

MAPFRE COLOMBIA, a través de la póliza emitida a la ONG FMFB, bajo el programa Futurex Daños que tiene en alianza con Bancóldex, atendió 1.182 reclamos en un tiempo record de un mes, con un valor de indemnización de más de \$1.000 millones y apoyó en la situación calamitosa a más de 1.500 familias afectadas en su mayoría de estratos 0 y 1.

Para ese evento en particular, MAPFRE desplazó a un equipo de 10 ingenieros y un asesor interno para manejo administrativo, quienes con un instructivo y procedimiento establecido, cubrieron cada una de las poblaciones afectadas en los Departamentos de Bolívar, Atlántico, Magdalena y los Santanderes.

CASOS ATENDIDOS FMFB	Emplazamiento	Inspecciones	Indemnización
ATLÁNTICO	Campo de la Cruz	104	497.025.243
	Sabanalarga	48	91.674.597
BOLÍVAR	Calamar	11	52.717.185
	Magangué	119	65.638.721
MAGDALENA	Ciénaga	587	394.661.355
	El Banco	90	95.895.880
	Plato	117	178.666.965
NORTE DE SANTANDER	Cúcuta	6	16.988.973
SANTANDER	Barrancabermeja	34	23.481.160
	Rionegro	18	36.895.200
TOTAL		1.134	1.453.645.279

CIFRAS EN PESOS

Servicios y prestaciones

En cuanto a servicios, MAPFRE COLOMBIA ofrece las siguientes prestaciones a sus clientes:

— **Centros Integrales de Servicios MAPFRE - CISMAR:** creados a partir de la visión de brindarle un servicio integral a nuestros asegurados con la calidad que distingue a MAPFRE a nivel mundial, para ofrecer los mejores servicios de inspección y diagnóstico de asegurabilidad, a través de ingenieros mecánicos idóneos y modernos equipos, así como para atender eventos de reclamación y brindar asesoría personalizada, garantizando así el acercamiento y facilidad que nuestros clientes y asesores requieren.

— **Cotizador en móviles:** servicio para intermediarios que beneficia directamente al cliente, en el cual, las cotizaciones sobre productos para vehículos que se hacían a través de www.mapfre.com.co, se pueden realizar a través del servicio de telefonía móvil.

— **Factura electrónica:** la factura electrónica es una alternativa desarrollada para facilitar la gestión de los asesores y así mismo proporcionarles con su implementación confiabilidad, agilidad y precisión en la información que se debe reportar periódicamente ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia - DIAN.

— **Estado de la reparación:** servicio colgado en la sección clientes de la oficina virtual en www.mapfre.com.co, que permite una interacción directa entre los peritos de MAPFRE COLOMBIA, los talleres y el cliente, para que el afectado en un accidente pueda estar enterado del estado de reparación del vehículo.

— **MAPFRE Si 24:** la línea de contacto que durante 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año, ofrece:

- Servicio al cliente.
- Coordinación de asistencias y peritación in situ.
- Información sobre productos, servicios y procedimientos.
- Cotizaciones de productos para clientes e interesados.
- Estados de cuenta y consultas de pólizas.
- Atención telefónica de siniestros de autos.
- Recepción telefónica de órdenes de inspección de autos.
- Atención de quejas, peticiones, solicitudes y trámites.

— **Peritación in situ:** este es un servicio creado para brindar todo el respaldo necesario a los asegurados de las pólizas de automóviles, directamente en el lugar del hecho. Con una sola llamada el cliente solicita la atención de la Unidad de Servicios Integrales MAPFRE, que cuenta con peritos altamente capacitados para:

- Brindarle acompañamiento y asesoría.
- Evaluar los daños del vehículo asegurado y del tercero.
- Agilizar y facilitar el trámite del siniestro ante la Compañía.
- Coordinar envío de grúa (de ser necesario).
- Evitarle posteriores desplazamientos e inconvenientes.
- Facilitarle volver a disponer de su vehículo en menos tiempo.

— **PQR:** módulo de recepción y atención de quejas y peticiones, implementado a través de www.mapfre.com.co, donde, siguiendo un sencillo procedimiento de tres pasos, la Compañía puede conocer y dar trámite a los problemas, inconformidades e inquietudes de los clientes.

— **Recaudo electrónico:** a través de www.mapfre.com.co se puede realizar el pago de pólizas de vida o generales que sean individuales y las financiadas con CREDIMAPFRE. Esto permite que los clientes se mantengan al día con sus obligaciones de pago, en forma rápida y segura desde cualquier lugar del mundo. Este sistema también puede ser usado por los intermediarios.

Reclamaciones

MAPFRE COLOMBIA cuenta con un área para la atención de las quejas y reclamaciones que formulan todos los usuarios de sus servicios financieros a través del módulo PQR, MAPFRE Si 24 o las oficinas e intermediarios.

Además existe la Defensoría del Consumidor Financiero de MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A. Y MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A., creada por decisión de las respectivas Asambleas Generales de Accionistas, en cumplimiento del artículo 24 de la Ley 795 de 2003 y del Decreto 690 del 19 de marzo de 2003. El nombre de las Defensorías y sus funciones, características y funcionamiento, se encuentra regulado en la actualidad por la Ley 1328 de 2009 y el Decreto Único Financiero 2555 de 2010.

Las entidades del Grupo trabajan de forma permanente para conseguir elevados niveles de calidad en el servicio que prestan a sus asegurados y clientes especialmente para la rápida, eficaz y equitativa atención y liquidación de los siniestros.

El Defensor del Consumidor Financiero tiene como función primordial la protección especial de los consumidores financieros y, como tal, debe ejercer con autonomía e independencia las siguientes funciones:

- Atender de manera oportuna y efectiva a los consumidores financieros de MAPFRE.
- Conocer y resolver en forma objetiva y gratuita para los consumidores, las quejas que éstos le presenten, dentro de los términos y el procedimiento establecido.
- Actuar como conciliador entre los consumidores financieros y MAPFRE.
- Ser vocero de los consumidores financieros ante MAPFRE.
- Efectuar recomendaciones a MAPFRE relacionadas con los servicios y la atención al consumidor financiero, y en general en materias enmarcadas en el ámbito de su actividad.
- Proponer a las autoridades competentes las modificaciones normativas que resulten convenientes para la mejor protección de los derechos de los consumidores financieros.

QUEJAS Y RECLAMOS RECIBIDOS	Número
Total de quejas o reclamaciones recibidas	2.433
Total de quejas o reclamaciones admitidas	2.433
Total de quejas o reclamaciones resueltas	2.392

QUEJAS Y RECLAMOS RECIBIDOS POR DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO	Número
Total de quejas o reclamaciones recibidas	78
Total de quejas o reclamaciones admitidas	49
Total de quejas o reclamaciones resueltas	29

La calidad en MAPFRE COLOMBIA

Las entidades del Grupo trabajan de forma permanente para conseguir elevados niveles de calidad en el servicio que prestan a sus asegurados y clientes especialmente para la rápida, eficaz y equitativa atención y liquidación de los siniestros.

Sistema de gestión de la calidad

MAPFRE COLOMBIA recibió del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC, agencia nacional de la Organización Internacional de Normalización ISO, responsable de la normalización técnica, certificación y metrología, el Certificado de Gestión de Calidad NTC-ISO 9001:2000 e IQNet otorgado para servicio de atención de siniestros, recaudo, cobranza y pago a asegurados con pólizas de seguros de automóviles y seguros generales, a nivel nacional, así como también, en la liquidación y pago de comisiones a intermediarios.

El Certificado fue autorizado en Colombia por el Consejo Directivo del ICONTEC en el mes de julio de 2005, y en el exterior a través del MLA del foro internacional de acreditación (IAF).

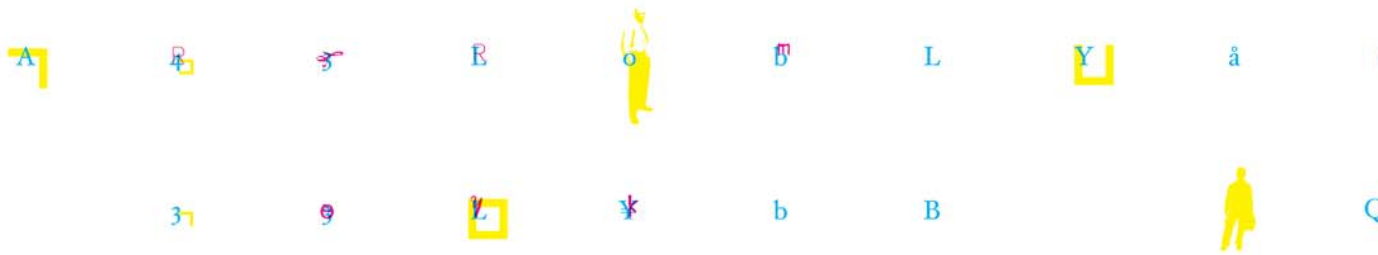
El sistema de gestión de la calidad nos permite optimizar nuestros procesos, mediante el rediseño y mejoramiento continuo de los mismos. También, nos ayuda a disponer de personal idóneo y perfectamente capacitado que satisface los requerimientos de nuestros asegurados, proveedores e intermediarios.

Así mismo, facilita el ordenamiento metódico y la planificación de todas nuestras actividades, lo que avala la detección y atención efectiva de las necesidades de nuestros clientes permitiendo eliminar las causas de potenciales problemas. Todo lo anterior significa que podemos garantizar un servicio de alta calidad, oportuno, confiable y eficaz.

Satisfacción del cliente

La plataforma de atención telefónica hacen un seguimiento especial de la calidad del servicio mediante la realización de encuestas entre los clientes, en las que se miden entre otros los siguientes parámetros: nivel de resolución de sus solicitudes; calidad percibida y calidad ofrecida medida en términos de forma de acogida, expresión oral, utilización del lenguaje, tratamiento de las llamadas, solución al primer contacto, y conocimiento y capacidad de adaptación a las situaciones planteadas.

RESULTADOS POR ÁREA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Ene. / Mar.	Abr. / Jun.	Jul. / Sep.	Oct. / Dic.
Autos	94,46%	95,00%	95,00%	89,00%
Generales	94,60%	94,60%	91,00%	94,00%
Administración	98,00%	97,00%	93,00%	90,00%
Atención telefónica	92,80%	95,00%	95,00%	89,25%
Asistencia	91,21%	94,00%	93,00%	94,00%
ANTERIOR	94,21%	95,12%	93,40%	91,25%
META	95,00%	95,00%	95,00%	95,00%



Todas las evaluaciones de calidad realizadas son analizadas y procesadas diariamente para adoptar las acciones correctoras pertinentes, estableciéndose planes concretos de formación para los empleados que prestan la atención a los clientes, en las habilidades propias de la labor que desempeñan, y en las técnicas necesarias para su trabajo, entre las que se pueden destacar los siguientes:

- Orientación al cliente.
- Técnicas de atención al cliente.
- Estrategias de venta telefónica.
- Manejo de conflictos.
- Comunicación interpersonal.
- Productos MAPFRE.
- Procedimientos internos (gestión de cobros, gestión de siniestros, gestión de reclamaciones, programas informáticos de apoyo).

Asimismo, se realizan controles internos de gestión, en los que se evalúan tiempos de respuesta y control de incidencias y reclamaciones, así como visitas de control de calidad realizadas por jefes de equipo de reparaciones. También se realizan encuestas de satisfacción al cliente, auditorias de calidad de los procesos de gestión, y seguimiento telefónico periódico para el control de pólizas y el estudio de las causas de los impagos. Todo ello permite hacer un seguimiento periódico de las anulaciones, así como de la evolución de la cartera de clientes, y realizar acciones específicas de fidelización y de recuperación de clientes.

Fidelización

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vinculación con MAPFRE, se han puesto en marcha diferentes acciones de fidelización y venta cruzada, teniendo en cuenta que cada cliente o asegurado requiere una gestión distinta adaptada a sus necesidades, y ha desarrollado propuestas de servicio de valor añadido.

— **Plan de fidelización clientes automóviles:** la Unidad Estratégica de Negocio de Automóviles implementó, mediante segmentación de clientes de acuerdo a diferentes características de antigüedad y siniestralidad, un plan de beneficios por categoría con ampliación de coberturas y manejo de descuentos principalmente. Durante 2010, el plan de fidelización cobijó a 64.393 clientes y se pretende potencializarlo con mayor fuerza en 2011, según proyección deberá abarcar aproximadamente 70.246 clientes.

— **Venta cruzada productos individuales del portafolio:** la Vicepresidencia Comercial y de la Estructura Territorial desarrolló la estrategia de contactar a clientes de la Compañía con pólizas individuales vigentes de hogar, vida y automóviles, para ofrecerles otra(s) póliza(s) individual(es).

— La campaña se realizó a través de la Red Comercial de la Compañía que maneja una conexión directa con los clientes y el cliente recibió un obsequio de catálogo por la compra del otro seguro. Si el cliente no tiene ningún vínculo con la compañía, es decir era cliente nuevo y decidía tomar dos seguros, tenía derecho a un obsequio de catálogo. El nuevo seguro contratado gozaba de una tarifa especial en la prima.

— La Red también se benefició. Adicionalmente a la consecuencia obvia de más ganancias por más negocios, la Compañía dispuso un plan de incentivos medido por número de negocios y metas de producción.

— **Promoción estacional:** la Vicepresidencia Comercial y de la Estructura Territorial desarrolló la promoción estacional septiembre/octubre para clientes de pólizas individuales de hogar, vida y automóviles, con la cual se consiguieron primas por \$7.797.342.713 en un total de 4.272 pólizas y se otorgaron los siguientes beneficios:

- Por la compra de un seguro de vida individual obsequiamos una póliza de cáncer por valor asegurado de \$50.000.000 para el asegurado principal y valor prima anual \$1'800.000.
- Para la compra del seguro de hogar se aplicaron descuentos de 10% en el valor de la póliza en Bogotá y del 15% en el resto del país.
- Para la compra del seguro de automóviles se aplicaron descuentos de 10% en el valor de la póliza en Bogotá.
- Clientes actuales de vida individual que adquirieron la póliza de automóviles, recibieron un descuento del 30%.

Publicidad de la promoción estacional.

Adicionalmente, durante 2010 se realizaron otras acciones de fidelización para clientes, con su respectivo apoyo en comunicaciones:

- Se enviaron 10.000 tarjetas de cumpleaños para los clientes de vida individual acompañadas con llamada de felicitación efectuada desde el MAPFRE Si 24.
- Se realizó la octava versión del Seminario Gerencia de Riesgos, evento anual dirigido a los más importantes clientes corporativos donde a través de invitados internacionales se tratan temas de interés que buscan brindar formación especializada; el tema tratado fue “RIESGO SÍSMICO Y VULNERABILIDAD”.

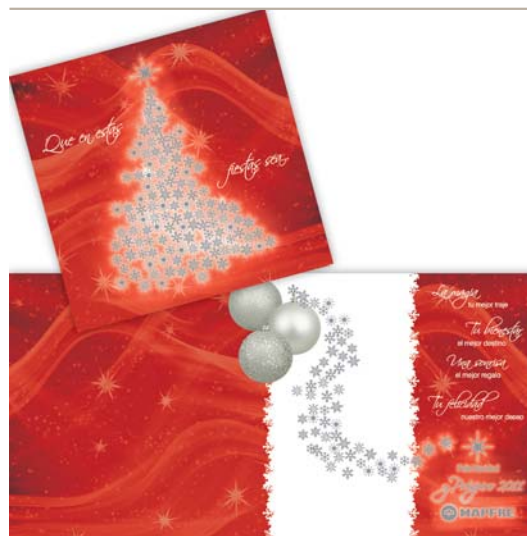


Portada de la edición n° 41 del Boletín Control de Riesgos.



VIII Seminario Gerencia de Riesgos.

- Se enviaron obsequios de navidad, acompañados de tarjetas de felicitación, para acercarnos a nuestros clientes en una época importante del año generando proximidad y recordación de marca.



Tarjeta de Navidad 2010

- Se envió bimestralmente la publicación electrónica Boletín Control de Riesgos, dirigida a clientes empresariales que en diciembre 2010 llegó a la edición N° 41.
- Se enviaron semestralmente de 20.000 unidades del Boletín Cliente MAPFRE, con las principales noticias y novedades de la compañía.
- Se enviaron 3.000 obsequios de navidad a los niños beneficiarios del producto educativo Su Futuro Seguro, acompañados de tarjeta de felicitación, en busca de generar desde ya vínculos de posicionamiento y recordación de marca a los futuros profesionales del país.

MAPFRE COLOMBIA y sus intermediarios

MAPFRE tiene la red de distribución más amplia del sector asegurador en España, y una de las de mayor extensión y penetración en América Latina. El Grupo apuesta por el mantenimiento de redes propias en los países en los que opera, compatibilizándolas con la utilización de otros canales de distribución. La orientación al cliente, la oferta global de productos, y la adaptación a las particularidades jurídicas y comerciales de cada uno de los mercados en que está presente son algunas de las claves del éxito de su modelo.

Profesionales de la mediación

La actuación de la red de distribución de MAPFRE COLOMBIA se apoya en la colaboración de un amplio colectivo de profesionales de la distribución de seguros (intermediarios) que, con diferentes posiciones (delegados, agentes, agencias, corredores), desempeñan un papel relevante en la comercialización de las operaciones y en la atención a los asegurados. La siguiente tabla muestra la distribución de los intermediarios del MAPFRE COLOMBIA:

DISTRIBUCIÓN INTERMEDIARIOS	Número
Agentes	1.492
Delegados	80
Corredores	41
Redes propias	339
TOTAL	1.952

Relaciones con los intermediarios

Las relaciones de MAPFRE con las entidades y profesionales que colaboran como intermediarios en la distribución de sus operaciones se desarrollan con vocación de estabilidad, permanencia y profesionalidad, lo que le permite contar con una de las redes de distribución más amplia del sector y con un alto nivel de vinculación de los intermediarios, que se traduce en niveles de rotación muy bajos. Esta vinculación se refuerza gracias a la globalidad de la oferta del Grupo que, además de constituir uno de sus principales factores diferenciales para el cliente, aporta a sus intermediarios un importante valor añadido, permitiéndoles presentar una oferta integral personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente, tanto de productos aseguradores como financieros.

La relación con los intermediarios se produce a través de diferentes medios, entre los que destacan la infraestructura técnica y humana de las Oficinas que periódicamente realizan reuniones con éstos, tanto de carácter informativo como formativo, con el fin de determinar criterios de trabajo, dar orientaciones, solicitar sugerencias y darles a conocer las novedades de MAPFRE.

Por otra parte, existe un programa habitual de visitas para incentivar la oferta comercial. Estos contactos personales se complementan con medios escritos (revistas, documentación y manuales), información a través de la Oficina Virtual, cotizador en móviles, el Centro de Conservación de Cartera -para el mantenimiento de la cartera- y contacto a través de las plataformas operativas y telefónicas, que cuentan con áreas para la atención de los intermediarios, donde pueden realizar todo tipo de consultas y recibir orientación técnica y comercial.

También están las herramientas para facilitar la comunicación con la Red como la Intranet, e-mailing, Boletín CIMA Comercial, Boletín Agente MAPFRE y la Revista el Mundo de MAPFRE COLOMBIA, con noticias y artículos sobre todos los temas de importancia.

Portada de la edición nº 22 del Boletín CIMA Comercial.



Portada de la edición nº 28 de la revista El Mundo de MAPFRE COLOMBIA.

En la apuesta por la profesionalización de sus intermediarios, MAPFRE COLOMBIA cuenta con el programa Plan Carrera, un mundo de beneficios donde el agente puede expandirse profesionalmente dentro de nuestra organización.

Selección

En el proceso de selección de nuevos intermediarios, MAPFRE COLOMBIA tiene establecido un protocolo que incluye la realización de pruebas dirigidas a evaluar la eficacia comercial y los rasgos de personalidad, tales como orientación a la venta y actitudes. Se maneja un perfil ideal del comercial, diseñado con un panel de expertos: Prueba VOCA de Psigma Corp. La prueba debe tener una puntuación superior al 60% y consta de dos partes la primera mide rasgos comerciales y la segunda el concepto de la venta consultiva. Adicionalmente se realiza una entrevista por competencias, verificación de referencias y visita domiciliaria.

Formación

Un elemento de diferenciación de MAPFRE en la relación con sus intermediarios es la importancia concedida a la formación.

La estrategia de formación comercial durante el año 2010 se encaminó a desarrollar habilidades comerciales, técnicas de venta y nuevos procedimientos, formación institucional relacionada con la cultura y la política de MAPFRE y a brindar información de productos y ventajas competitivas.

FORMACIÓN POR CONTENIDO	Modalidad	Asistentes	Horas
Comercial	Presencial	1.868	65.584
Corporativa	Presencial	60	240
Técnica	Presencial	423	2.763
TOTAL		2.351	68.587

Programas de apoyo

En la apuesta por la profesionalización de sus intermediarios, MAPFRE COLOMBIA cuenta con el programa Plan Carrera, un mundo de beneficios donde el agente puede expandirse profesionalmente dentro de nuestra organización:

- Participando de programas de capacitación continuada de alta calidad.
- Recibiendo asesoría continuada en escuelas de formación dentro y fuera del país.
- Desarrollando a mediano y largo plazo su propio proyecto empresarial, con la consultoría constante de nuestros expertos y líderes corporativos internacionales.
- Participando del desarrollo comercial con profesionales en todas las ramas de seguros.



Gala de Premiación Tayrona.

Incentivos comerciales

En aras de incentivar el cumplimiento de los presupuestos planteados por la Compañía, impulsar la comercialización de productos y fidelizar a la Red, MAPFRE cuenta con eventos, premios, reconocimientos y concursos para toda su fuerza comercial:

- **Convención de ventas:** un incentivo que premia a los mejores asesores a nivel nacional, los cuales además reciben los Premios Tayrona.
- **Renta Red:** un incentivo que motiva a alcanzar el objetivo de PRODUCTIVIDAD con RENTABILIDAD.
- **Círculo Dorado:** un incentivo que busca ubicar en un “lugar exclusivo” a los agentes elite de la Compañía.
- **Premios internacionales de formación:** Los 10 mejores asesores en los ramos de Vida y los 10 mejores en los ramos de Generales a nivel nacional, reciben cupos para conferencias internacionales del sector.

MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores

MAPFRE mantiene con sus proveedores relaciones basadas en la calidad de los servicios y productos que ofrecen, y en la integridad de sus prácticas empresariales, a la vez que les garantiza una actuación socialmente responsable, transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establece la normativa interna de contratación del Grupo.

Además, para MAPFRE, como establece el Código de Ética y de Conducta, las relaciones con los proveedores deben basarse en la calidad de los servicios y productos que ofrecen, y en la integridad de sus prácticas empresariales, garantizándose, además de una actuación socialmente responsable, la transparencia, la igualdad de trato y la utilización de criterios objetivos para su selección, según establezca en cada momento la normativa interna de contratación.

MAPFRE COLOMBIA dentro de sus procesos de mejora continua, optimización de recursos y relaciones comerciales productivas y equitativas con sus proveedores, ha definido un proceso de clasificación, calificación y seguimiento de estos, buscando siempre que se obtenga el mejor resultado costo/beneficio en los diferentes servicios contratados.

Tipos de proveedores

El Grupo MAPFRE distingue tres categorías de proveedores con los que tiene diferentes tipos de relación:

- Proveedores de bienes y servicios de carácter general (servicios postales, valija y mensajería, material publicitario y promocional, gestión documental y archivo, servicios de impresión, mobiliario oficina, viajes de negocio, servicios derivados de la gestión de inmuebles), que se relacionan con MAPFRE a través del Departamento Central de Medios, que gestiona para todo el Grupo en España las compras de dichos bienes y servicios, establece las normas generales aplicables en dicha materia, y coordina la información a los órganos de decisión de MAPFRE sobre la actuación del Grupo en relación con sus proveedores.
- Proveedores de bienes y servicios específicos de cada actividad operativa, fundamentalmente relacionados con la atención de siniestros (reparaciones de automóviles y hogar, prestación de servicios sanitarios, servicios de atención en carretera, etc.), que son gestionados por las respectivas Unidades y Sociedades Operativas de acuerdo con las normas generales que establece la Dirección General de Recursos Humanos y Medios.
- Proveedores de bienes y servicios tecnológicos (hardware, software, desarrollo de soluciones, servicios tecnológicos y comunicaciones), que se relacionan con MAPFRE a través de la Dirección General de Tecnologías y Procedimientos.

En total, MAPFRE COLOMBIA ha mantenido principalmente relación en 2010 con 1.690 proveedores y el coste total facturado por los proveedores se presenta en el siguiente desglose:

FACTURACIÓN PROVEEDORES POR TIPO	Número	Importe
Bienes y servicios de carácter general	411	7.077.029.905
Bienes y servicios específicos	1.447	22.708.835.557
Bienes y servicios tecnológicos	102	10.245.865.768
TOTAL	1.960	40.031.731.230

CIFRAS EN PESOS

Canales de relación y sistemas de apoyo

Con carácter general, la relación con los proveedores se articula a través de las plataformas Web, plataformas telefónicas propias o concertadas, y líneas telefónicas específicas, aunque existen responsables de proveedores específicos para cada área de negocio y para bienes y servicios tecnológicos que gestionan la relación con los mismos. De esta forma, además de los canales específicos diseñados para cada tipo de proveedor, existe una comunicación permanente y periódica de MAPFRE con dicho colectivo.

MAPFRE COLOMBIA hace uso de su portal corporativo para generar procesos de formación interactivos con el objeto de facilitar la operación de registro y consulta a los proveedores dentro de la página que les ha sido construida en la Oficina Virtual.

Criterios de selección

De acuerdo con lo establecido en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE, las pautas globales en las que se basa la selección de proveedores dentro del Grupo son las siguientes:

- La selección y contratación de productos o servicios a terceros debe realizarse con criterios técnicos, profesionales y económicos objetivos, siempre atendiendo a las necesidades e intereses de MAPFRE, y cumpliendo con las normas internas de selección y contratación establecidas al efecto.
- No se podrán establecer relaciones con proveedores que infrinjan la ley o los principios básicos establecidos en dicho Código.
- Ningún empleado de MAPFRE podrá recibir u ofrecer cantidades en concepto de comisiones o gratificaciones, ni regalos o favores de cualquier otra naturaleza por actuaciones que esté realizando en nombre de MAPFRE, salvo los regalos de cortesía de valor simbólico o de carácter publicitario, de acuerdo con lo establecido en las normas internas de contratación y gastos.
- Los empleados deben situar los intereses de la empresa por encima de los suyos propios en cualquier negociación realizada en nombre de MAPFRE.



En MAPFRE COLOMBIA existe el Manual Proceso de Inmuebles y Logística, en cuyas pautas se considera todo lo relacionado con la contratación y el manejo de proveedores y en el cual se faculta para la firma de contratos únicamente a los Representantes Legales.



Con independencia de estos criterios generales, en MAPFRE COLOMBIA existe el Manual Proceso de Inmuebles y Logística, en cuyas pautas se considera todo lo relacionado con la contratación y el manejo de proveedores y en el cual se faculta para la firma de contratos únicamente a los Representantes Legales. Igualmente se estipula qué área es la responsable de liderar los procesos de contratación así:

- **Presidencia:** convenios entre las sociedades del sistema MAPFRE en Colombia. Contratos o convenios sobre temas institucionales. Compraventa de bienes inmuebles. Convenios o pactos sobre alianzas estratégicas.
- **Vicepresidencia Financiera y Administrativa:** contratos sobre productos financieros (cuentas corrientes, cuentas de ahorro, CDTs, etc.). Contratos de arrendamiento. Contratos sobre suministros (papelería y útiles de oficina). Contratos sobre muebles y equipos de oficina. Contratos de obra. Contratos con firmas de seguridad y mantenimiento (mantenimiento de muebles, equipos de oficina, e Inmuebles). Convenio de corte de cuentas. Servicios: agencias de viajes, correo, mensajería. Contratos en comunicaciones fija y móvil. Leasing Vehículos. Leasing de Informática.
- **Vicepresidencia de Seguros Generales:** contratos con talleres. Contratos con proveedores de siniestros de la Unidad de Generales. Contratos con firmas ajustadoras e investigadoras. Contratos de Compraventa de vehículos (salvamentos). Contratos de Reaseguro. Contratos de seguros y sus anexos.
- **Vicepresidencia de Seguros de Vida:** convenios con entidades prestadoras de servicios de salud y demás proveedores asociados a la atención de siniestros de la unidad. Contratos de reaseguro. Contratos de seguros y sus anexos.

- **Vicepresidencia Comercial y de la Estructura Territorial:** contratos de prestación de servicios para eventos y campañas publicitarias, convenciones de ventas y demás actividades directamente relacionadas con el área de Mercadeo. Promotoras. Convenios comerciales. Aperturas de claves. Contratos con las agencias, delegadas y franquicias.
- **Secretaría General:** contratos con abogados y apoderados judiciales externos.
- **Gerencia de Recursos Humanos:** contratos laborales. Comodatos con empleados. Servicios para empleados: capacitaciones, eventos.
- **Gerencia de Operaciones:** convenios con proveedores de asistencia de Vida y Generales. Contratos relacionados con archivo y digitación de datos.
- **Gerencia de Informática:** contratos con firmas de mantenimiento de equipos de cómputo y empresas de Software. Contratos de cableado estructurado y eléctrico. Contratos relacionados con archivo, digitación y digitalización de documentos.

Las áreas señaladas anteriormente son responsables de ejecutar las siguientes actividades:

- Evaluar la conveniencia del contrato.
 - Estudiar la capacidad técnica y económica del contratista, así como su solvencia moral.
 - Revisar que las condiciones económicas y técnicas consignadas en el texto del contrato se ajusten a lo pactado entre las partes, teniendo en cuenta las necesidades y políticas de contratación de MAPFRE COLOMBIA.
- Las respectivas áreas se apoyan y asesoran de la Vicepresidencia Financiera y Administrativa con los siguientes propósitos:
- Obtener economías de escala por volumen o convenios corporativos de las empresas del Grupo MAPFRE en Colombia o a nivel mundial.
 - Utilizar la experiencia de la Vicepresidencia Financiera y Administrativa en la negociación de las condiciones técnicas y económicas de los contratos.
 - Verificar del estricto cumplimiento de las obligaciones del contrato.
 - Vigilar que el contratante o contratista, según sea el caso, remita el original de las pólizas a que se obligó en el contrato, junto con el comprobante de pago de las mismas.
 - Vigilar las vigencias de los contratos, con el fin de llevar un estricto control de las terminaciones y las prórrogas.
 - Vigilar que una vez se termine el respectivo contrato, éste se liquide, y se emitan los documentos recíprocos de paz y salvos.

Fidelización

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE es alta, siendo la rapidez en el pago uno de los factores más valorados. La rotación de los proveedores que colaboran con MAPFRE COLOMBIA es en general reducida.

Formación

MAPFRE tiene también un fuerte compromiso con la formación de sus proveedores, como medio de mejorar el servicio a sus clientes y asegurados. Merecen destacarse en MAPFRE COLOMBIA las acciones formativas para la gestión de servicios a través de la herramienta FUTURA de MAPFRE ASISTENCIA y los cursos de formación para proveedores de Trabajo Seguro en las Alturas, Tipos de Contratos, y Responsabilidad Civil.

Calidad

MAPFRE COLOMBIA dentro de sus procesos de mejora continua, optimización de recursos y relaciones comerciales productivas y equitativas con sus proveedores, ha definido un proceso de clasificación, calificación y seguimiento de estos, buscando siempre que se obtenga el mejor resultado costo/beneficio en los diferentes servicios contratados.



Vehículos de asistencia.

Calificación del servicio

Se estableció un mecanismo de valoración mensual, trimestral, semestral y anual para cada uno de los proveedores de acuerdo al tipo de servicio prestado.

Para el caso de los servicios que se tornan críticos para la operación de la compañía, el proceso es mensual, tal es el caso de los operadores de comunicaciones.

Criterios de evaluación general

La evaluación de los proveedores tiene como criterios, entre otros:

- **Tiempo de respuesta:** se analiza para cada caso el tiempo de respuesta de cada solicitud, respuesta ante fallos, tiempos de entrega, cumplimiento en los niveles de servicio, etc.
- **Nivel de cumplimiento:** se tiene en cuenta la calidad de servicio, profesionalismo del soporte, respaldo del fabricante, etc.
- **Servicio:** se valoran todos los esfuerzos del proveedor para ofrecer un buen servicio: catálogos, perfil de la persona de contacto, resolución de problemas, información que suministra, atención en sitio, etc.

— **Calidad de soporte/soluciones:** se analizan los resultados obtenidos a través de las acciones realizadas siguiendo los lineamientos de solución/soporte indicado por el proveedor, junto con los reintentos que deban realizarse para lograr la verdadera solución. Cada reintento con llevará a una calificación menor.

— **Servicios de valor agregado:** como por ejemplo las ayudas al proceso técnico (catalogación, ayuda en la configuración e instalación, etc.), apoyos en horarios por fuera de contrato (fines de semana), etc.

— **Precio:** es importante, pero no es un criterio definitivo. Se tiene en cuenta como complemento a los demás criterios, incrementos de precios de renovación por encima del índice de inflación, deben conllevar a una calificación menor.

Cada ítem dentro de la valoración por tipo de proveedor, se rige por una escala de valoración de 1 a 5, donde 1 es malo, 2 deficiente, 3 regular, 4 bueno y 5 excelente, con el objeto de permitir un cálculo de promedio final, de acuerdo a los aspectos que se solicite valorar para cada caso.

De acuerdo con la valoración obtenida dentro del proceso de evaluación, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos, con base en promedio de las calificaciones de todos los factores calificados:

— **Promedio total de calificación entre 1 y 2:** son proveedores a reemplazar, por su bajo rendimiento en oportunidad y servicio y será necesario buscar en el mercado nuevos mecanismos que permitan la consecución de mejores niveles de atención para soportar el servicio requeridos y provistos por los que obtuvieron calificación deficiente.

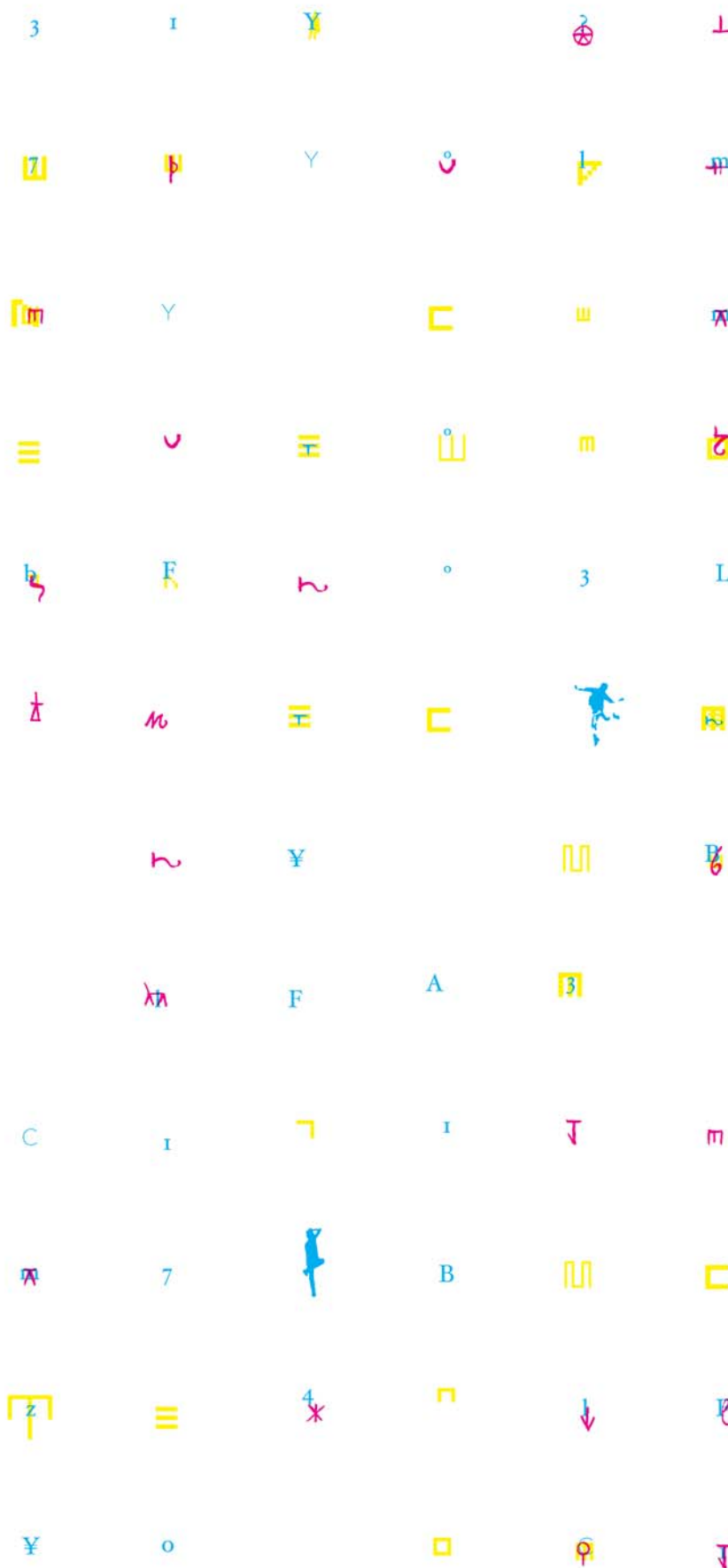
— **Promedio total de calificación en 3:** son proveedores a los que se les debe indicar su nivel de servicio mediante comunicación oficial solicitando mejoras en los factores que presente comportamiento regular y tendrán la oportunidad de presentar mejoras en sus aspectos valorados para la próxima calificación.

— **Promedio total de calificación en 4 y 5:** proveedores con alto nivel de compromiso con la empresa, será necesario mantener su relación comercial en procura de continuar con un óptimo servicio en el área a la que pertenezcan.

Como parte de la política de mejora continua, se han definido los indicadores en el portal de gestión y se realiza seguimiento de su cumplimiento en la RAE de la gerencia de informática.

Así mismo se realizan seguimientos directos con los proveedores, generando planes de acción y compromisos para solucionar aquellos inconvenientes presentados o detectados en la prestación de los servicios contratados.

Adicionalmente cada año se solicita la siguiente documentación para actualizar la información de los proveedores: fotocopia de la cédula del Representante Legal, certificado de Cámara de Comercio, formato SARLAFT debidamente diligenciado, firmado y con huella.





5

Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA

El concepto de sostenibilidad, entendido como desarrollo de las actividades de forma responsable y respetuosa con el medio ambiente, ha estado presente en los valores de MAPFRE desde sus orígenes, y está recogido expresamente en su Código de Buen Gobierno.

Política Medioambiental y Energética

La Política Medioambiental y Energética de MAPFRE se articula en torno a tres pilares: la integración del medio ambiente y la energía en el negocio, la gestión medioambiental y energética, y la promoción de la responsabilidad medioambiental y energética.

La Política Medioambiental de MAPFRE se articula en torno a tres pilares: la integración del Medio Ambiente en el negocio, la Gestión Medioambiental, y la promoción de la Responsabilidad Medioambiental.

Integración del medio ambiente y la energía en el negocio

Aplicación de criterios medioambientales y energéticos en los procesos de planificación y toma de decisiones sobre cuestiones que puedan ejercer impactos medioambientales y energéticos, como son el proceso de valoración de inversiones, la selección de proveedores o la gestión de inmuebles.

Desarrollo de productos y servicios que contribuyen a la mejora de la gestión del riesgo medioambiental y del consumo sostenible de la energía en la Sociedad.

Gestión medioambiental y energética

Cumplimiento de la legislación medioambiental y energética que es de aplicación a su actividad, así como otros compromisos adquiridos de forma voluntaria, y adopción de medidas para la mejora continua de su comportamiento en este ámbito a través del desarrollo de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética, que fija objetivos periódicos cuyo cumplimiento se verifica mediante el desarrollo de auditorías.

Utilización de forma racional de los recursos, minimizando los consumos de agua, papel y energía, reduciendo la generación de residuos y emisiones, y favoreciendo el reciclado, a través de la implantación de buenas prácticas medioambientales y de ahorro y eficiencia energética; y búsqueda de soluciones tecnológicas eco-eficientes para los edificios, que permitan un óptimo desempeño energético.

Empleo de los medios necesarios para asegurar que esta Política Medioambiental y Energética sea conocida por todos los empleados y esté a disposición del público, e información periódica de los progresos logrados en su gestión medioambiental y energética.

Promoción de la responsabilidad medioambiental y energética

Puesta de recursos a disposición de los empleados para que participen en el logro de los objetivos medioambientales y energéticos de MAPFRE y contribuyan al desarrollo sostenible.

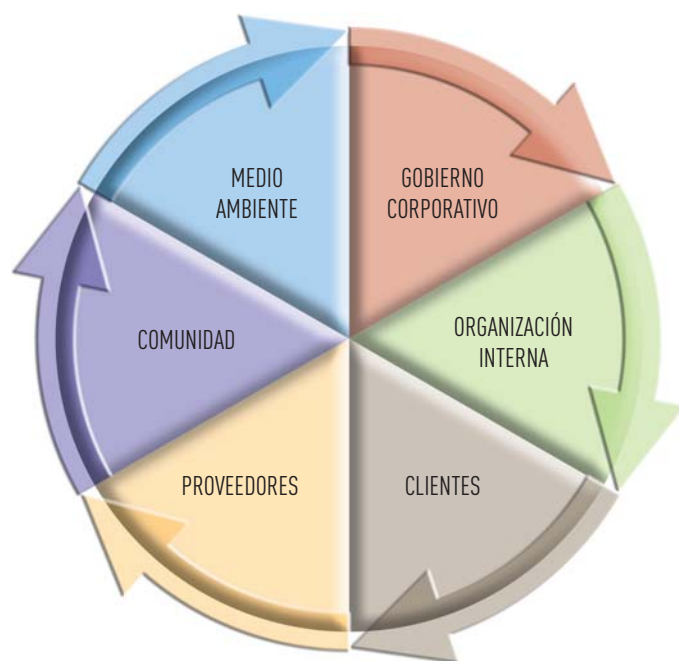
Desarrollo de actuaciones para lograr una mayor concienciación medioambiental y energética de la Sociedad, a través de actividades de educación, sensibilización y divulgación, destinadas a colectivos diversos, así como con la promoción de buenas prácticas medioambientales y de rendimiento y ahorro energético entre clientes y proveedores.

Contribución a la investigación, al desarrollo y a la difusión del conocimiento científico y tecnológico que tiene como finalidad la preservación del medio ambiente y de los recursos energéticos, y participación en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueve y apoya el desarrollo de iniciativas para su protección.

Sostenibilidad en MAPFRE COLOMBIA

Integración del medio ambiente y la energía en el negocio de MAPFRE COLOMBIA

Dando continuidad al proyecto emprendido por la Compañía en Colombia años atrás y desde su origen institucional, se ha buscado fortalecer la actuación de los equipos de trabajo desde la óptica de la gestión medio ambiental, conservando siempre una orientación de respeto hacia el medio ambiente y el impacto que como Compañía se puede ocasionar directa o indirectamente. Para ello se han adelantado actuaciones que en un futuro cercano deben alinear todo el conjunto de elementos, tales como la estructura organizacional, planificación, responsabilidades prácticas, procedimientos y recursos, un sistema integrado con la calidad y el servicio que implican tanto al Sistema de Gestión de la Calidad como a los requisitos establecidos en materia de servicio al consumidor financiero.



Gestión medioambiental y energética en MAPFRE COLOMBIA

Se ha nombrado un responsable del modelo de gestión medio ambiental, en cabeza de la Gerencia de Procesos y proyectos especiales, quien está encargado de articular las directrices de casa matriz con la estructura organizacional interna hacia un modelo estándar, que sin duda se alinea con la norma ISO 14001, en la cual se especifican los requisitos de un SGA aplicable a todo tipo de organización y entre ellos podemos destacar: la política ambiental, los objetivos y metas ambientales, la planificación, la documentación, implementación y medición entre otros.



Como estrategia interna para garantizar el éxito de esta misión, está claro el compromiso de la gerencia, y su apoyo, así como la comunicación, los procesos de formación, el desarrollo de competencias y el desarrollo de proyectos orientados hacia el menor consumo de papel que implican el reciclaje de material de archivo inactivo que ha cumplido su tiempo de retención, la revisión de matrices documentales en los procesos que impactan de mayor manera en la generación de estos recursos y un convencimiento organizacional que viene impulsando a toda costa la migración de los esquemas tradicionales de gestión documental hacia la digitalización y estructuración de la carpeta única del cliente que no es más que un archivo en medio digital de los documentos que debe aportar el cliente a la Compañía como soporte de contratación y ante reclamaciones de siniestro; todo ello contribuye a la mejora de la eficiencia operativa, mayor calidad del servicio con tramites sencillos y expeditos pero principalmente nos orienta hacia una visión de Compañía comprometida con el medio ambiente.

Promoción de la responsabilidad medioambiental y energética en MAPFRE COLOMBIA

MAPFRE COLOMBIA implementó la plataforma de Virtualización de Escritorios y Aplicaciones VEA. Esta infraestructura tiene entre otros los siguientes beneficios:

- Mayor agilidad, movilidad y productividad.
- Procesos de soporte, administración y cambio más sencillos.
- Renovación unificada y más predecible.
- Disminución en los costos de comunicaciones de la WAN.
- Mayor seguridad en la información.



- Posibilidad de respaldar la información.
- Puesto de trabajo más saludable (mejor uso del espacio, reducción de calor).
- Cumplimiento regulaciones Superintendencia Financiera de Colombia.
- Ahorro en el consumo de energía (90%).
- Cero mantenimientos físicos.
- Continuidad de la fuerza de trabajo - Teletrabajo.

Esta última característica permite entre otras las siguientes operaciones y beneficios tanto a MAPFRE COLOMBIA como a sus colaboradores:

- Acceso remoto desde cualquier lugar del mundo mediante un computador y una conexión a Internet, a las aplicaciones e información asignada a cada usuario dentro de la plataforma VEA.
- Posibilidad de trabajar en horarios no hábiles y por circunstancias especiales (cierres, procesos contables, transmisiones a entidades de control, etc.) desde el hogar o sitio donde se encuentre el funcionario, evitando el desplazamiento hasta la oficina para cumplir estas funciones.
- Permite el desplazamiento en horarios habituales de los empleados hacia sus hogares y continuar las operaciones de forma remota de ser necesario.

Permite la continuidad de la operación de MAPFRE COLOMBIA en caso de situaciones especiales que impidan el desplazamiento de los funcionarios hasta sus lugares de trabajo (paros de transporte, problemas de orden público, etc.).

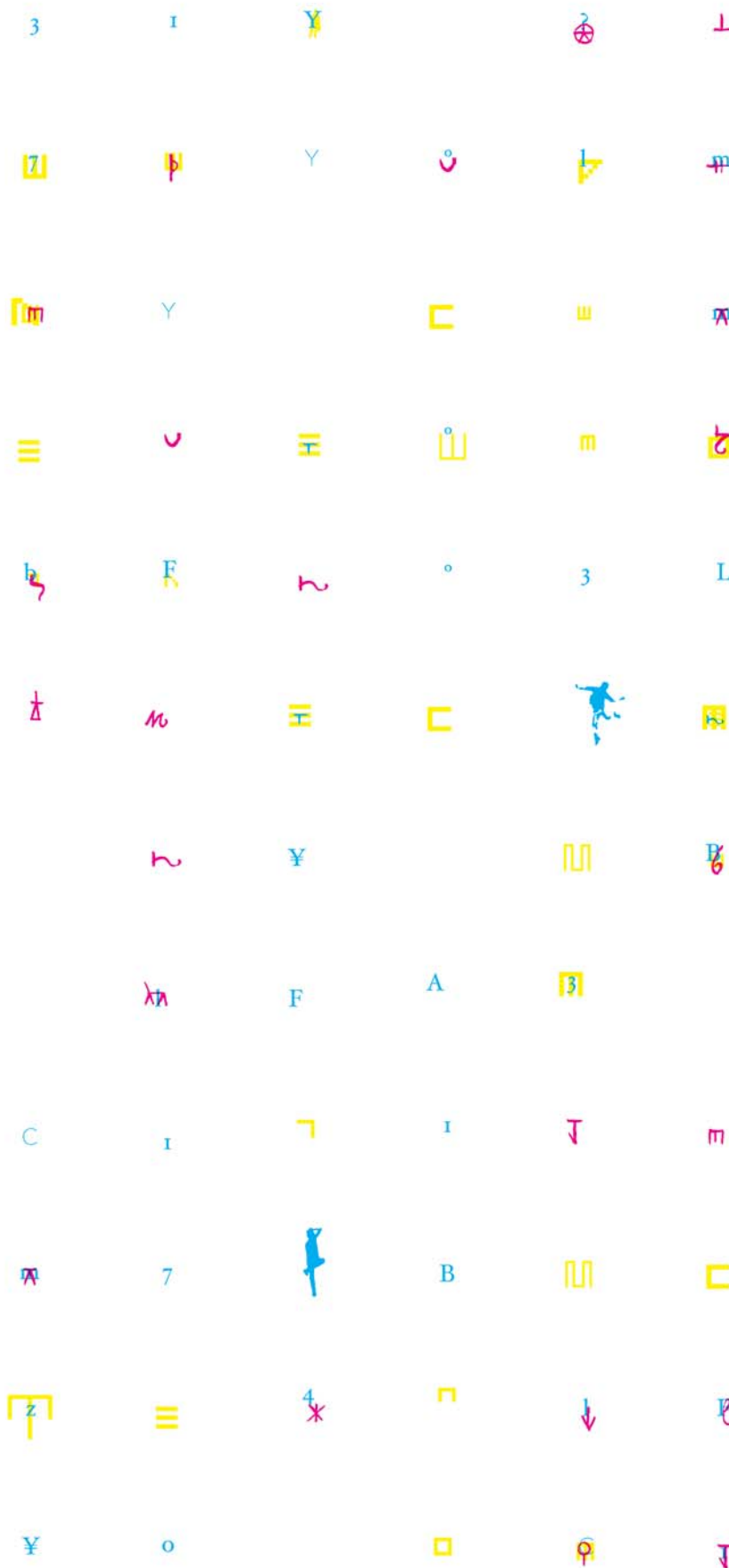


6

Información complementaria

Principales asociaciones

- Asociación Colombiana de Técnicos en Reaseguros (ACTER).
- Asociación de Actuarios.
- Cámara de Comercio Bogotá (CCB) y Nivel Nacional.
- Cámara de Comercio Hispano Colombiana.
- Casa España.
- Centro de Experimentación y Seguridad Vial Colombia (CESVICOLOMBIA).
- Consejo Colombiano de Seguridad (CCC).
- Federación de Aseguradores Colombianos (FASECOLDA).
- Fundación de Aseguradores Colombianos (FUNDASEG).
- Instituto Nacional de Investigación y Prevención del Fraude (INIF).
- Instituto Nacional de Seguros (INS).
- Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA).
- Life Office Management Association (LOMA).



Índice de indicadores GRI 2010

Parte general

Alcance de la información. NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la responsabilidad social para la organización y su estrategia.	✓	— Págs. 4-5; 17-25
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	✓	— Págs. 4-5; 22
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1 Nombre de la organización.	✓	MAPFRE COLOMBIA
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	✓	— Págs. 8-11; 36-42
2.3 Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	✓	
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	✓	Carrera 14 N° 96-34 Bogotá, D. C. - Colombia.
2.5 Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	✓	— Págs. 7-11
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	✓	— Págs. 7-8; 10; 36
2.7 Mercados servidos: Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios.	✓	
2.8 Dimensiones de la organización informante.	✓	— Págs. 12-14
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	✓	No se han producido en MAPFRE COLOMBIA cambios significativos durante el 2010.
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	✓	— Pág. 25
PARÁMETROS DE LA MEMORIA		
3.1 Periodo cubierto por la información contenida.	✓	2010
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente.	✓	Informe Anual 2009 Responsabilidad Social MAPFRE COLOMBIA

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
PERFIL DE LA MEMORIA		
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	✓	Anual.
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	✓	— Pág. 26
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	✓	— Págs. 4-5; 23-24; 69 — El Informe da cobertura a todas las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador en el que MAPFRE COLOMBIA desarrolla sus principales actividades.
3.6 Cobertura de la memoria.	✓	
3.7 Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	✓	
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	✓	
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	✓	No existen cambios significativos en relación con el alcance y cobertura de la información que afecte al conjunto del contenido de este informe, ni relativos a periodos anteriores.
3.10 Descripción del efecto que pueda tener los cambios de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que los han motivado.	NA	
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	NA	
ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI		
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	✓	— Págs. 58-67
VERIFICACIÓN		
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	✓	— Págs. 4-5; 23-24; 69

*Verificación realizada por Ernst & Young

Parte general

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
GOBIERNO		
4.1 Estructura de gobierno de la organización incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. Mandato y composición (incluyendo el número de miembros independientes y de miembros no ejecutivos) de dichos comités e indicar su responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y ambiental.	✓	— Págs. 14-15 — El Comité de Dirección de MAPFRE COLOMBIA está presidido por el Presidente e integrado por las Vicepresidencias, Gerencias de Informática, Procesos, Autos y Recursos Humanos. Además de definir la estrategia y supervisión de la organización es quien asume la aprobación del Informe de Responsabilidad Social. — El Presidente de la compañía tiene además el cargo de Presidente Ejecutivo. — En el Comité Directivo no hay miembros independientes.
4.2 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	✓	
4.3 Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	✓	
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	✓	
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	✓	
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	✓	
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	✓	

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	✓	— Págs. 4-5; 17-18; 27; 36; 53 — MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com).
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	✓	— Págs. 4-5; 22-23; 27 — MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com). — Código Ético y de Conducta.
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	✓	— MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com).
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	✓	— Págs. 22-23
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	✓	— Pág. 4-5; 57; 66-67 — En su edición Internacional e Interamericana, MAPFRE impulsa y patrocina el Premio Robin Cosgrove, para trabajos que se ocupen de la ética en los negocios, escritos por menores de 35 años.
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya como miembros a nivel de organización.	✓	— Pág. 57

Indicadores de desempeño económico

Parte general

Alcance de la información. NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	✓	— Pág. 19 — Esta memoria dedica un capítulo a los siguientes grupos de interés: empleados, clientes, intermediarios y proveedores. Además, dedica un capítulo a la Dimensión Medioambiental. En cada uno de estos capítulos, se tratan de forma específica los canales de relación o atención que MAPFRE COLOMBIA tiene establecidos con ellos.
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	✓	— Pág. 18
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	✓	— Págs. 4-5; 23-24 — Ver indicador 4.14
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	✓	

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	✓	— Pág. 29
EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	✓	— Pág. 22
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	✓	— Pág. 29
EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	ND	
EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	— Pág. 29
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	— Págs. 17; 48-49 — Código Ético y de Conducta: epígrafe 3.2.3
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	— En MAPFRE COLOMBIA, los altos directivos son locales. — Código de Buen Gobierno: Principio Institucional de actuación ética y socialmente responsable apartado c) "Equidad en las relaciones con quienes prestan sus servicios como consejeros, directivos, empleados, delegados y agentes y profesionales colaboradores. Ello exige objetividad en su selección y promoción, retribución y condiciones de colaboración adecuadas y razonables; y no discriminación por razón de su raza, ideología política, creencias religiosas, sexo o condición social." TII pág. 33 (Altos Cargos de Representación y Dirección) pág. 55 (Altos Cargos).
EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	NA	
EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	NA	

*Verificación realizada por Ernst & Young

Indicadores de desempeño ambiental

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
MATERIALES		
EN1	ND	
EN2	ND	
ENERGÍA		
EN3	ND	
EN4	ND	
EN5	ND	
EN6	✓	— Pág. 54-55
EN7	✓	
AGUA		
EN8	ND	
EN9	NA	
EN10	NA	
BIODIVERSIDAD		
EN11	✓	Todos los establecimientos e instalaciones de MAPFRE COLOMBIA, están ubicados en suelo urbano o industrial y no se encuentran en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.
EN12	✓	
EN13	✓	
EN14	✓	

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
EN15	✓	Todos los establecimientos e instalaciones de MAPFRE COLOMBIA, están ubicados en suelo urbano o industrial y no se encuentran en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
EN16	ND	
EN17	ND	
EN18	ND	
EN19	ND	
EN20	NA	
EN21	NA	
EN22	ND	
EN23	✓	No se han producido derrames significativos en los establecimientos e instalaciones gestionados por MAPFRE COLOMBIA.
EN24	NA	
EN25	✓	Todos los establecimientos e instalaciones de MAPFRE COLOMBIA, están ubicados en suelo urbano o industrial y no se encuentran en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.
PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN26	✓	— Pág. 54-55
EN27	NA	

Indicadores de desempeño social

Indicadores de desempeño ambiental

Alcance de la información. NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	✓	No tenemos constancia de que se encuentren pendientes de tramitación multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental, por parte de MAPFRE COLOMBIA.
TRANSPORTE		
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	NA	
GENERAL		
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	ND	

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
EMPLEO		
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo.	✓	— Pág. 27
LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados.	✓	
LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa.	✓	— Pág. 29
RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES		
LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	✓	— Pág. 31 — 0%
LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	✓	Se aplica lo dispuesto en la legislación laboral vigente en Colombia -Código Sustantivo del Trabajo- que rige en todo el territorio de la República de Colombia para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad.
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA6 Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	✓	— Págs. 31-32 — Se aplica la normativa vigente de la legislación colombiana sobre Prevención de Riesgos Laborales. — Código Ético y de Conducta: Entornos de trabajo seguros y saludables. Protección de la salud.
LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	✓	— Pág. 31
LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	✓	— Págs. 31-32
LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	✓	— Pág. 31-32 — Ver indicador LA6
LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	✓	— Pág. 28-29
LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua, que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	✓	
LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	✓	— Pág. 28

*Verificación realizada por Ernst & Young

Indicadores de desempeño social

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	✓ — Pág. 27
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	✓ — Págs. 29-30
PRACTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	✓ — Pág. 18; 22
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	ND — Pág. 18 — No se dispone de la información tal y como la solicita el indicador aunque existe un procedimiento que tiene en cuenta estos aspectos. — Código de Buen Gobierno. Principios Institucionales (www.mapfre.com) — Código Ético y de Conducta. (3.2.3) — Pacto Mundial: MAPFRE pertenece al Pacto Mundial desde el 2004 y se compromete como Grupo con la implantación y cumplimiento de los principios que representa. Además, MAPFRE COLOMBIA reporta anualmente información para cumplimentar el Informe de Progreso de MAPFRE.
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	✓ — Págs. 28-29 — Ver indicador S03
NO DISCRIMINACIÓN		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	✓ No tenemos constancia de que en 2010 se hayan producido demandas en este ámbito.
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	✓ — No existen actividades que pongan en riesgo el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos. — Código Ético y de Conducta: (3.1.1) — Pacto Mundial: MAPFRE pertenece al Pacto Mundial desde el 2004 y se compromete como Grupo con la implantación y cumplimiento de los principios que representa. Además, MAPFRE COLOMBIA reporta anualmente información para cumplimentar el Informe de Progreso de MAPFRE.
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	✓

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
TRABAJOS FORZADOS		
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	✓ — No se han identificado operaciones que conlleven un riesgo significativo de episodios de trabajo forzado o no consentido. — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Código Ético y de Conducta.
PRACTICAS DE SEGURIDAD		
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	✓ El personal de seguridad de MAPFRE COLOMBIA no es personal propio de la empresa. La empresa externa que presta el servicio de seguridad a la compañía es SEVICOL Ltda., empresa que capacita a sus empleados en aspectos de derechos humanos.
DERECHOS DE LOS INDÍGENAS		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	✓ — No se tiene constancia de incidentes relacionados con violaciones de los derechos con los indígenas. — Pacto Mundial: MAPFRE pertenece al Pacto Mundial desde el 2004 y se compromete como Grupo con la implantación y cumplimiento de los principios que representa. Además, MAPFRE COLOMBIA reporta anualmente información para cumplimentar el Informe de Progreso de MAPFRE. — Informe Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org). Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).
COMUNIDAD		
S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	✓ — El tipo de actividad que desarrolla MAPFRE COLOMBIA no tiene un impacto significativo en las comunidades. Por esta razón este indicador no se ha considerado material para el presente Informe Anual. — El programa de seguros masivos (microseguros) de MAPFRE COLOMBIA favorece el desarrollo de canales de distribución alternativos. — Págs. 40-41 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com). — Por otra parte, MAPFRE COLOMBIA a través de FUNDACIÓN MAPFRE, tiene un fuerte compromiso con la comunidad. Ver apartado de FUNDACIÓN MAPFRE. — Págs. 73-77
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	✓ — Págs. 20-23
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	✓ — Págs. 20-23; 28
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	✓ No se tiene constancia de incidentes significativos de corrupción. MAPFRE dispone de mecanismos de control para evitar este tipo de comportamientos dentro de la organización.

Indicadores de desempeño social

Alcance de la información. NA: INDICADOR QUE NO APLICA A LA ORGANIZACIÓN ND: INFORMACIÓN NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
POLÍTICA PÚBLICA		
S05	NA	— El Código de Buen Gobierno de MAPFRE publicado en la Web corporativa. www.mapfre.com , no permite este tipo de prácticas.
S06	NA	— Código Ético y de Conducta.
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL		
S07	✓	No tenemos constancia de que en MAPFRE COLOMBIA se hayan producido acciones respecto a estas causas.
S08	✓	No se han producido multas ni sanciones significativas derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
PR1	NA	Los productos y servicios aseguradores de MAPFRE COLOMBIA no afectan a la salud y seguridad de los clientes.
PR2	NA	El ciclo de vida de la póliza de seguros, depende del cliente y de la entidad aseguradora, quedando regulados todos los aspectos en el contrato que suscriben ambas partes.
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
PR3	✓	— MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en la Ley y demás normativa aplicable. Además, aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. — Ver indicador PR6.

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
PR4	✓	No tenemos constancia de que se hayan producido demandas por incumplimiento en la aplicación de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios de MAPFRE COLOMBIA.
PR5	✓	— Págs. 42-44
PR6	✓	— MAPFRE COLOMBIA se conduce por las instrucciones impartidas en materia de publicidad para las entidades sometidas a inspección o vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia: Circular Externa 005 de 2006 que rige a partir del 15 de junio de 2006, que a la fecha se encuentra vigente. — MAPFRE aplica en todo el Grupo lo dispuesto en la Guía de Buenas Prácticas en materia de transparencia y publicidad de UNESPA.
PR7	✓	No tenemos constancia de que se hayan producido demandas por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, publicidad, la promoción o el patrocinio.
PRIVACIDAD DEL CLIENTE		
PR8	✓	No tenemos constancia de que se hayan producido reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
PR9	✓	Relacionado con el indicador PR4.

*Verificación realizada por Ernst & Young

Indicadores de desempeño económico

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
FS1	✓	— Págs. 4-5; 17-18; 53
FS2	✓	— Págs. 22; 54-55
FS3	✓	
FS4	✓	— Págs. 28-29
FS5	✓	— Págs. 36; 41
CARTERA DE PRODUCTO		
FS6	✓	— Pág. 36
FS7	✓	— Págs. 36-42
FS8	ND	
AUDITORÍA		
FS9	✓	— Págs. 4-5; 22-23 — Proceso anual de Auditoría del Informe de Responsabilidad Social Corporativo de Ernst & Young.
GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD		
FS10	ND	
FS11	NA	

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
FS12	NA	
COMUNIDAD		
FS13	✓	— Págs. 7-14
FS14	✓	— Págs. 4-5; 36-41
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
FS15	✓	— Págs. 4-5; 36-41 — MAPFRE aplica en todo el Grupo lo dispuesto en la Guía de Buenas prácticas en materia de transparencia y publicidad y la guía de Discapacidad de UNESPA. — MAPFRE aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. — Código de Buen Gobierno
COMUNICACIONES DE MARKETING		
FS16	✓	— Págs. 28-29 — MAPFRE COLOMBIA es parte activa de la iniciativa de FASECOLDA “La Lotería de la Vida” una estrategia para fomentar la cultura del seguro en Colombia y contribuir así a dar protección a los ciudadanos ante sucesos inesperados (www.laloteriadela vida.com). — MAPFRE, con la colaboración de la FUNDACIÓN MAPFRE, promueve y fomenta el conocimiento del seguro (www.fundacionmapfre.com).

Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio

La siguiente tabla muestra la correlación entre Principios del Pacto Mundial, indicadores de desempeño del GRI V3 y Objetivos de Desarrollo del Milenio según la Memoria Responsabilidad Social de MAPFRE:

ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3*	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
DERECHOS HUMANOS	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <p>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</p> <p>No discriminación: HR4</p> <p>Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6</p> <p>Trabajos forzados: HR7</p> <p>Prácticas de seguridad: HR8</p> <p>Derechos de los indígenas: HR9</p> <p>Relación Empresa/Trabajadores: LA4</p> <p>Salud y seguridad en el trabajo: LA6-LA9</p> <p>Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14</p> <p>Política Pública: S05</p> <p>Salud y seguridad del cliente: PR1, PR2</p> <p>Privacidad del cliente: PR8</p> <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC5</p>	<p>Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre.</p> <p>Objetivo 8: fomentar una asociación mundial para el desarrollo.</p>
	2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <p>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</p> <p>No discriminación: HR4</p> <p>Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6</p> <p>Trabajos forzados: HR7</p> <p>Prácticas de seguridad: HR8</p> <p>Derechos de los indígenas: HR9</p> <p>Política Pública: S05</p>	<p>Objetivo 3: promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer.</p> <p>Objetivo 4: reducir la mortalidad infantil.</p>
DERECHOS LABORALES	3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <p>Relación Empresa/Trabajadores: LA4-LA5</p> <p>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</p> <p>Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5</p> <p>Política Pública: S05</p>	<p>Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre.</p> <p>Objetivo 3: promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer.</p> <p>Objetivo 8: fomentar una asociación mundial para el desarrollo.</p>
	4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <p>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</p> <p>Trabajos forzados: HR7</p> <p>Política Pública: S05</p>	<p>Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre.</p> <p>Objetivo 2: lograr la enseñanza primaria universal.</p> <p>Objetivo 4: reducir la mortalidad infantil.</p>
	5. Erradicar el trabajo infantil.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <p>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</p> <p>Libertad de asociación y convenios colectivos: HR6</p> <p>Política Pública: S05</p>	<p>Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre.</p> <p>Objetivo 2: lograr la enseñanza primaria universal.</p> <p>Objetivo 3: promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer.</p>
	6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <p>Empleo: LA2</p> <p>Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14</p> <p>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</p> <p>No discriminación: HR4</p> <p>Política Pública: S05</p> <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC7</p>	<p>Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre.</p> <p>Objetivo 2: lograr la enseñanza primaria universal.</p> <p>Objetivo 3: promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer.</p> <p>Objetivo 8: fomentar una asociación mundial para el desarrollo.</p>

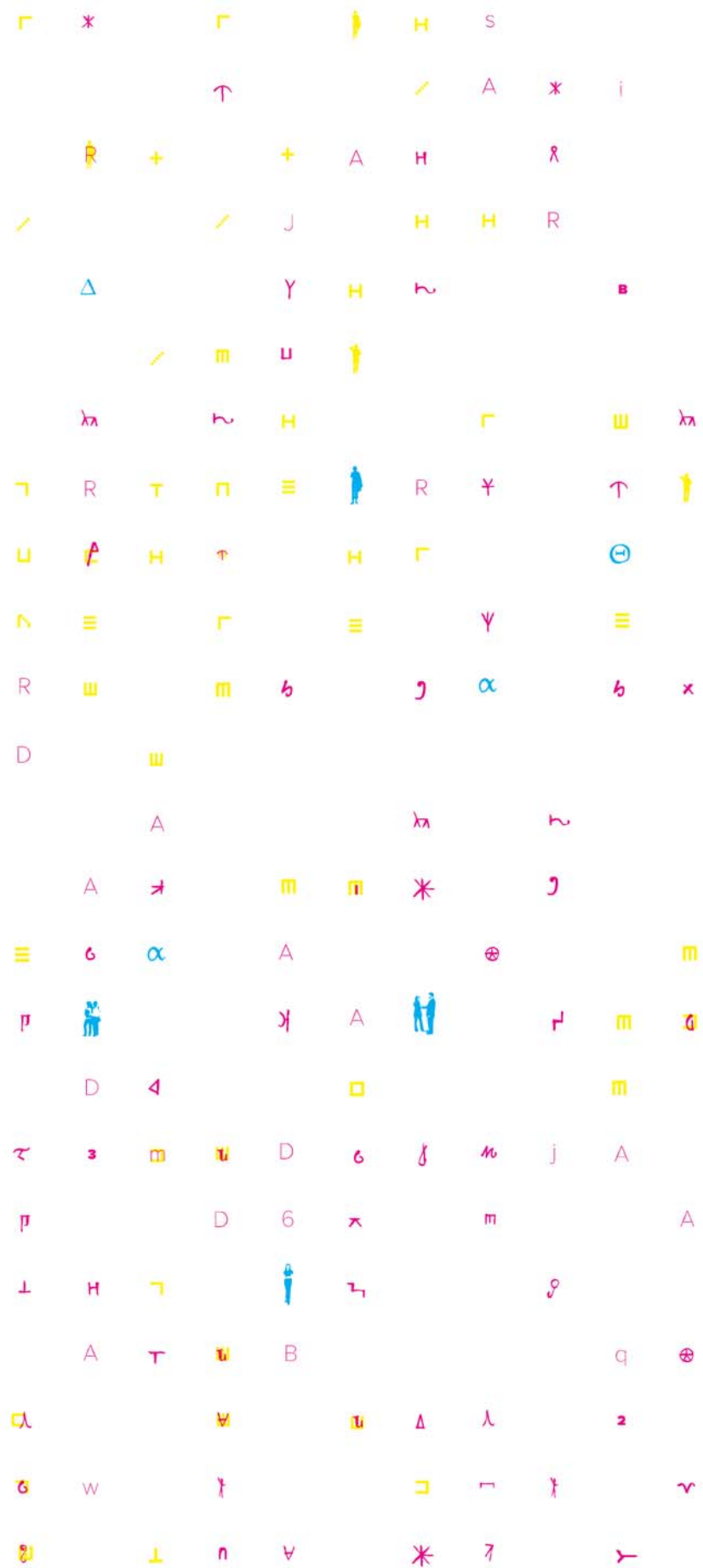
ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3*	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
MEDIO AMBIENTE	7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2 DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL Emisiones, vertidos y residuos: EN18 Productos y servicios: EN26 General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL Política Pública: S05	Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre. Objetivo 2: lograr la enseñanza primaria universal. Objetivo 4: reducir la mortalidad infantil. Objetivo 7: garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL Materiales: EN1, EN2 Energía: EN3-EN7 Agua: EN8-EN10 Biodiversidad: EN11-EN15 Emisiones, vertidos y residuos: EN16-EN25 Productos y servicios: EN26, EN27 Cumplimiento normativo: EN28 Transporte: EN29 General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL Política Pública: S05 Etiquetado de productos y servicios: PR3, PR4	Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre. Objetivo 2: lograr la enseñanza primaria universal. Objetivo 4: reducir la mortalidad infantil. Objetivo 7: garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente.	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL Materiales: EN2 Energía: EN5-EN7 Agua: EN10 Emisiones, vertidos y residuos: EN18 Productos y servicios: EN26, EN27 General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL Política Pública: S05	Objetivo 7: garantizar la sostenibilidad del medio.
ANTICORRUPCIÓN	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	DESEMPEÑO SOCIAL Comunidad: S02-S04 Política Pública: S05-S06	Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre. Objetivo 2: lograr la enseñanza primaria universal. Objetivo 8: fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

[Fuente: Elaboración propia tomando en consideración los principios del Pacto Mundial y los indicadores GRI. Informe Making the Connection (MTC). Información contenida en www.globalreporting.org]

* Consultar el Índice de Indicadores GRI de las páginas 58-65.



Informe de Verificación Externa



INFORME DE REVISION INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2010

A la Dirección de MAPFRE, S.A.

Alcance del trabajo:

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Social 2010 de MAPFRE, a nivel global, a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3) y el suplemento sectorial financiero.

Asimismo, hemos revisado la información incluida en el Informe Anual de Responsabilidad Social 2010 para las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE.

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Social así como el contenido del mismo es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de MAPFRE, S.A., los cuales también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la *International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE 3000)* del International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) y la guía de actuación del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).

Las revisiones efectuadas se refieren al ejercicio 2010, habiéndose cotejado asimismo la coincidencia de los datos relativos a los indicadores centrales del ejercicio anterior con el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2009.

Los procedimientos efectuados han sido los siguientes:

- Reuniones con responsables de MAPFRE para obtener la información sobre las actividades realizadas y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- Revisión de las actas emitidas por los Comités relacionados con los diferentes aspectos de la Responsabilidad Social y del Consejo de Administración.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social a los estándares del GRI.
- Análisis, en su caso, de los sistemas de información y metodología utilizada para la compilación de los datos cuantitativos correspondientes a los indicadores centrales y sectoriales de MAPFRE.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores centrales y específicos del suplemento financiero incluidos en el Informe Anual de Responsabilidad Social 2010 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por

las fuentes de información para las actividades de MAPFRE realizadas en España, Argentina, Brasil, Colombia, Méjico, Puerto Rico, Chile y EE.UU., que suponen en su conjunto aproximadamente un 80,1% del volumen de negocio.

- Análisis de la razonabilidad de los criterios utilizados para la consideración como "no aplicables" o "no disponibles" de los indicadores.

En el Anexo adjunto se incluye una relación de los indicadores incluidos en nuestro alcance junto con la descripción de los procedimientos aplicados para su revisión. Asimismo, se incluye un detalle de los indicadores revisados en cada una de los países incluidos en el alcance de nuestro trabajo.

El alcance de esta revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2010 de MAPFRE.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.


Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se han puesto de manifiesto aspectos de interés en relación al análisis de:

- La concordancia de la estructura del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2010 con los principios y directrices de los estándares GRI.
- La información y datos correspondientes a los indicadores centrales y sectoriales para las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE que operan en España, Argentina, Brasil, Colombia, Méjico, Puerto Rico, Chile y EE.UU., que suponen en su conjunto aproximadamente un 80,1 % del volumen de negocio.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de MAPFRE, S.A., de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo.

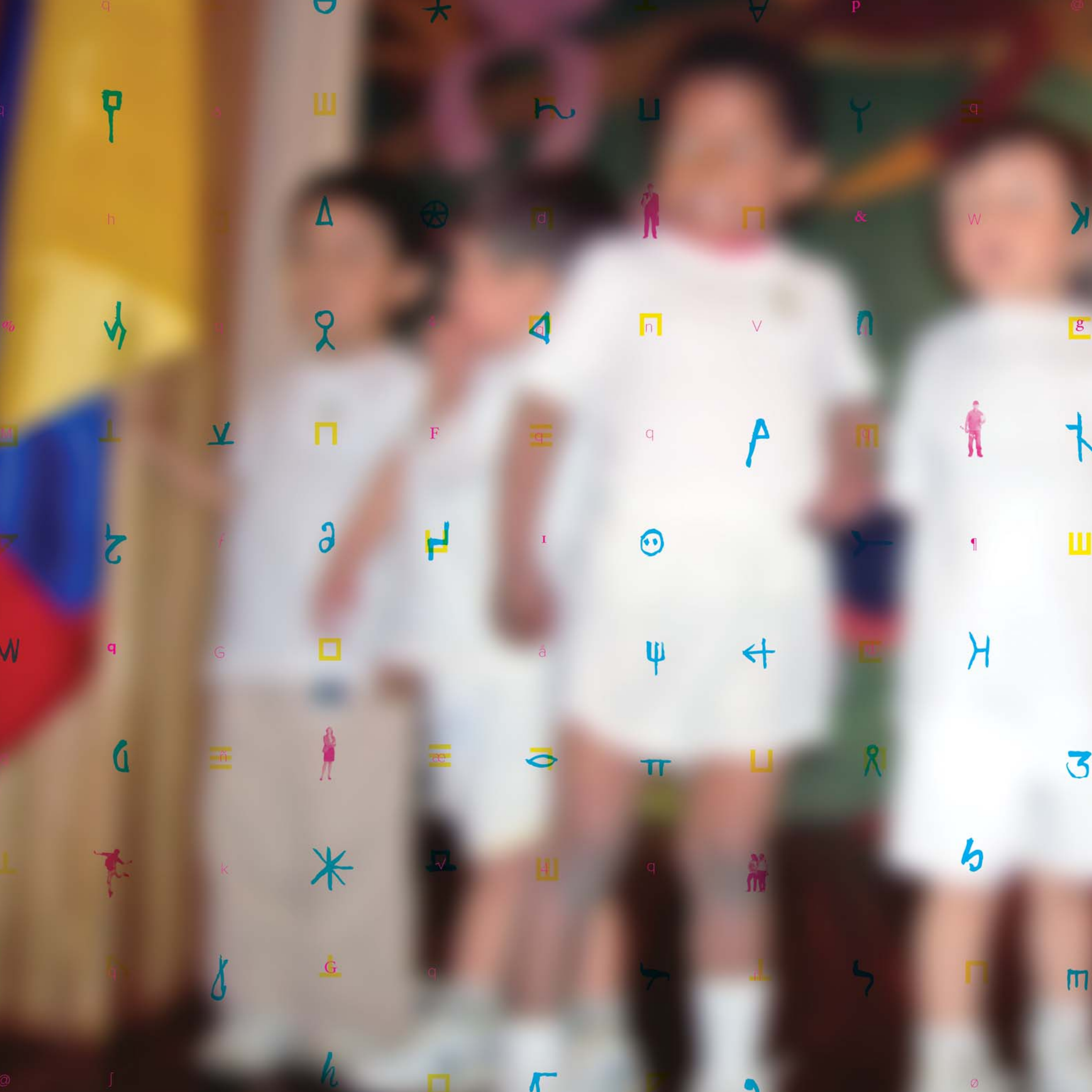
ERNST & YOUNG, S.L.



María del Mar Ramírez Méndez
Socio

Madrid, 1 de febrero de 2011

INDICADORES DE COLOMBIA					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRACTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2				SO3
	EC3	Empleo	LA1		SO4
	EC4		LA2	SO5	
Presencia del mercado	EC5		LA3	Política Pública	SO6
	EC6	Relación Empresa Trabajadores	LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL			LA6	RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA7		
Energía	EN3		LA8	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Agua	EN4		LA9		PR4
	EN8	Formación y Educación	LA10	PR5	
Biodiversidad	EN11			LA11	Comunicaciones de Marketing
	EN12	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA12	PR7	
	EN13	DERECHOS HUMANOS	LA13	Privacidad del Cliente	PR8
	EN14			Cumplimiento Normativo	PR9
	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
EN22	HR2		ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL		
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN23		HR3	Impacto de Productos y Servicios	FS1
	EN25	No Discriminación	HR4		FS2
Cumplimiento Normativo	EN28	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS3
			HR6		FS4
		Explotación Infantil	HR7		FS5
		Trabajos Forzados	HR8	FS6	
		Prácticas de Seguridad	HR9	FS7	
	Derechos de los Indígenas			FS9	
				Auditoría	FS13
				Comunidad	FS14
					Salud y Seguridad del Cliente
				Comunicaciones de Marketing	FS16



7

Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE

FUNDACIÓN MAPFRE es una institución promovida por el Grupo MAPFRE, cuyo objeto es contribuir a la consecución de finalidades de interés general para la sociedad. Fue constituida el día 5 de noviembre de 1975, y fue reconocida como Fundación Cultural Privada por Orden del Ministerio de Educación y Ciencia de fecha 4 de mayo de 1976.

En enero de 2006 se fusionaron con FUNDACIÓN MAPFRE otras cuatro fundaciones promovidas por MAPFRE, que hasta esa fecha desarrollaban de forma independiente actividades en distintos ámbitos profesionales y culturales: FUNDACIÓN MAPFRE MEDICINA, FUNDACIÓN MAPFRE ESTUDIOS, FUNDACIÓN CULTURAL MAPFRE VIDA y FUNDACIÓN DE ESTUDIOS HISTÓRICOS MAPFRE TAVERA.

Las actividades de FUNDACIÓN MAPFRE se desarrollan a través de 5 Institutos especializados:

- Instituto de Acción Social.
- Instituto de Ciencias del Seguro.
- Instituto de Cultura.
- Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente.
 - Área de Prevención y Medio Ambiente.
 - Área de Salud.
- Instituto de Seguridad Vial.

Los objetivos de FUNDACIÓN MAPFRE son:

- Fomentar la seguridad de las personas y de sus patrimonios, con especial atención a la seguridad vial, la medicina y la salud.
 - La mejora de la calidad de vida y del medio ambiente.
 - Fomentar la difusión de la cultura, las artes y las letras.
 - Promover la formación y la investigación en materias relacionadas con el seguro.
 - Fomentar la investigación y la divulgación de conocimientos en relación con la historia común de España, Portugal y los países vinculados a ellos por lazos históricos.
 - Contribuir a la mejora de las condiciones económicas, sociales y culturales de las personas y sectores menos favorecidos de la sociedad.
- Las actividades de FUNDACIÓN MAPFRE se desarrollan principalmente en España y en Iberoamérica, y para el cumplimiento de sus fines utiliza los siguientes medios:
- Concesión de ayudas a la investigación.
 - Creación y sostenimiento de centros de carácter docente y de investigación.
 - Concesión de becas para estudios en instituciones docentes públicas y privadas.
 - Organización de exposiciones artísticas.
 - Organización de conferencias, simposios, seminarios y coloquios.
 - Organización de campañas de prevención de accidentes, directamente o en colaboración con entidades públicas o privadas.
 - Edición y difusión de publicaciones, periódicas o unitarias.
 - Concesión de becas o ayudas para la rehabilitación física o profesional de minusválidos y organización de actividades que contribuyan a tal fin.
 - Promoción y apoyo de actividades y programas para la educación sanitaria y la promoción de la salud.
 - Concesión de ayudas económicas o de otro tipo a las personas o colectivos menos favorecidos de la sociedad.

A lo largo de 2010, FUNDACIÓN MAPFRE, realizó en Colombia una inversión por 3.000 millones de pesos, pretendiendo contribuir al desarrollo y progreso de la Sociedad, aportando a la mejora directa o indirecta de las condiciones de vida de las personas y colectivos más desfavorecidos, a través de sus Institutos.



Actividades de apoyo en la Fundación FANA.

Instituto de Acción Social

Proyectos sociales

Del total de los recursos destinados por FUNDACIÓN MAPFRE para Colombia, el Instituto de Acción Social invirtió 788 millones de pesos (0,08% sobre primas emitidas) en 8 Regionales MAPFRE en el país: Bogotá I, Bogotá II, Cuentas Corporativas Bogotá, Central, Occidente, Cuentas Corporativas Cali, Norte y Antioquia, en apoyo a 10 fundaciones locales con proyectos de su ámbito de acción:

- Fundación DHARMA.
- Fundación FANA.
- Fundación Un Techo para Colombia.
- Fundación Madre Teresa de Calcuta.
- Secretariado Social de Soacha.
- Fundación Ayuda a la Infancia Hogares Bambi.
- Fundación Pro Boquilla.
- Fundación REI.
- Fundación Juan Felipe Gomez Escobar.
- Fundación CODESPA.



Actividades de apoyo en Hogares Bambi.

Las actividades se centran principalmente en la promoción de proyectos relacionados con la integración social de las personas discapacitadas, y a favor de la infancia y su integración social, ámbitos donde pretende ser un referente en el desarrollo de sus actividades.



A lo largo de 2010, FUNDACIÓN MAPFRE, realizó en Colombia una inversión por 3.000 millones de pesos, aportando a la mejora directa o indirecta de las condiciones de vida de las personas y colectivos más desfavorecidos, a través de sus Institutos.

Voluntariado corporativo

MAPFRE COLOMBIA enfrenta con entusiasmo la precariedad en la que viven personas en situación de vulnerabilidad social y lucha directamente contra la pobreza a través del voluntariado corporativo de sus funcionarios.

En 2010, 44 empleados y 90 intermediarios se comprometieron con el voluntariado corporativo en varias jornadas realizadas en los barrios de la zona de Ciudad Bolívar en Bogotá, donde construyeron para la ONG Un Techo para Colombia viviendas básicas donadas por FUNDACIÓN MAPFRE. En total se construyeron 44 casas, beneficiando a 17 familias conformadas por 79 personas.



*Jornada de voluntariado
14 de julio de 2010.*



*Jornada de voluntariado
14 de julio de 2010.*



*Jornada de voluntariado
14 de julio de 2010.*

Instituto de Ciencias del Seguro

Seminarios y presentaciones

- El 28 de mayo de 2010 se hizo la presentación del Informe del Mercado Asegurador Latinoamericano 2008 - 2009, con un costo de 3.123,9 euros, ante 120 asistentes.
- El 28 de septiembre se realizó el Seminario de Caucción en colaboración con FASECOLDA, con un costo de 3.816,27 euros y 120 asistentes.
- El 5 de noviembre se realizó el Seminario de Toma de Decisiones en Entidades Aseguradoras (No Vida) en colaboración con el Instituto Nacional de Seguros y FASECOLDA, con un costo de 561,60 euros y 28 asistentes.
- Los días 4 y 5 de noviembre se realizó el Seminario sobre Solvencia II, en colaboración con FASECOLDA, con un costo de 4.836,90 euros y 100 asistentes.
- El 10 de diciembre se realizaron dos seminarios de Toma de Decisiones en Entidades Aseguradoras (No Vida) en colaboración con la Pontificia Universidad Javeriana, con un costo de 514,80 y euros 20 asistentes.

Apoyo a la educación

BECAS OTORGADAS PARA ALUMNOS COLOMBIANOS	Número
Estudios de postgrado	15
Cursos de especialización	59
Becas de docencia	23
Becas de estancia	10
VALOR DE LA INVERSIÓN EN BECAS	55.720 euros



*Inauguración
Festival 4+1 en Bogotá.*

Instituto de Cultura

Hay Festival Cartagena de Indias 2010

FUNDACIÓN MAPFRE fue socio principal en la quinta versión del Hay Festival de Cartagena de Indias, que se realizó entre el 28 y el 31 de enero de 2010, y el cual organizó y produjo conjuntamente con The Hay Festival of Literature and The Arts.

El Hay Festival de Cartagena de Indias, festival literario que presta una especial atención a la creación literaria en América Latina, tuvo este año como sedes en la ciudad de Cartagena el Teatro Heredia Adolfo Mejía; el Claustro de Santo Domingo; el Centro de Formación de la Cooperación Española; la Casa Bolívar; la Plaza de La Aduana; y por supuesto, Casa MAPFRE. También se realizaron eventos en Bogotá en la Universidad Nacional de Colombia y la Biblioteca Luis Ángel Arango.

Paralelamente, FUNDACIÓN MAPFRE organizó de manera conjunta con la Fundación Plan y el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena el Hay Festivalito, un programa de actividades dirigidas al público infantil y juvenil que es a su vez la causa social del Hay Festival, con el objeto de brindarles un espacio de participación a niños y niñas de sectores vulnerables.

Festival de Cine 4+1

Creado y promovido por FUNDACIÓN MAPFRE, nació el Festival de Cine 4+1, un singular evento cinematográfico, un verdadero Festival de Festivales, cuyo objetivo es recuperar cine de autor de calidad y cuya programación en esta primera versión recogió algunas de las mejores películas presentadas en los más prestigiosos festivales internacionales (Berlín, Cannes, Sundance, Toronto, Venecia, etc.) recientemente, pero que no han llegado al circuito comercial.

Así mismo, 4+1 FUNDACIÓN MAPFRE convocó y unió a 5 países y 5 públicos diferentes, ya que además de Colombia, se desarrolló de forma simultánea también en Argentina, Brasil, España y México.

El lanzamiento de 4+1 se llevó a cabo en el marco del Festival San Sebastián Donostia Zinemaldia, el 19 de septiembre de 2010 presentando una programación a ejecutarse desde el 11 al 14 de noviembre.

En cada una de sus sedes, 4+1 FUNDACIÓN MAPFRE se celebró en instituciones de reconocido prestigio por su trayectoria en la difusión del cine de autor: la Cinemateca Distrital y las salas de Cine Colombia en Bogotá; el Museo de Arte Latinoamericano MALBA en Buenos Aires; el Cine Palafox en Madrid; la Cineteca Nacional en México DF y la Cinemateca Brasileira en São Paulo.

El director tailandés Apichatpong Weerasethakul, ganador de la Palma de Oro en la última edición del Festival de Cannes y del Premio de la Crítica Jose Luis Guarner en el de Sitges con Uncle Boonmee Who Can Recall his Past Lives (2010), fue el Invitado de Honor de 4+1 FUNDACIÓN MAPFRE.

Todo en el Festival 4+1 FUNDACIÓN MAPFRE estuvo compartido por los públicos de sus cinco países. También el premio. Se llevó a cabo una sección competitiva compuesta por 12 cintas de 12 países, donde cineastas de prestigio como Gus Van Sant, Jane Campion o Agnès Varda y directores punteros como el filipino Raya Martin, el camboyano Rithy Pann o el argentino Pablo Agüero, entre otros, compitieron por el Premio, dotado con 20.000 euros, a la Mejor Película, que fue otorgado por el público asistente con su voto.

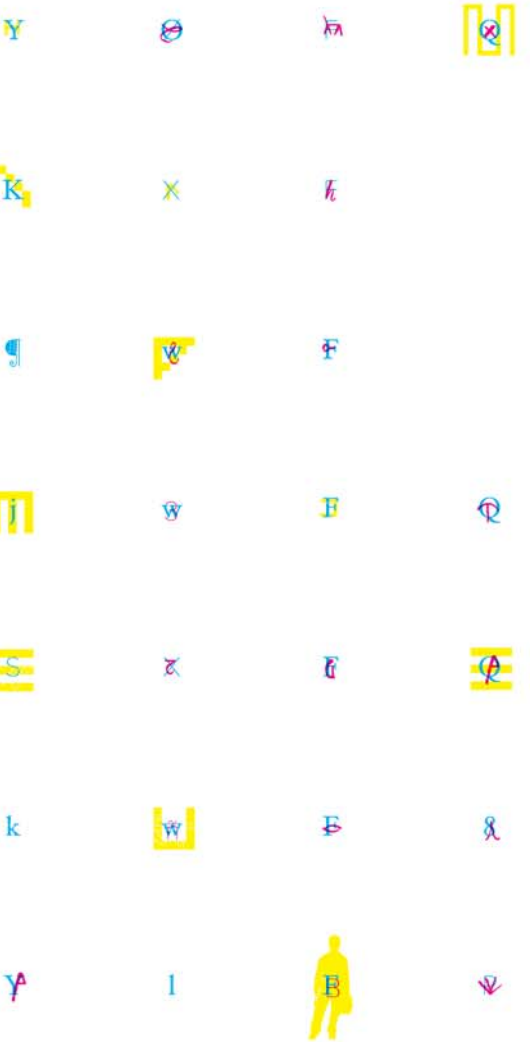
La cinta ganadora fue Les Plages d'Agnès (Francia, 2008) de la veterana cineasta Agnès Varda, con una clara unanimidad en el voto de los públicos de los 5 países participantes.

Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente

- Seminario Internacional sobre “Riesgos de radiaciones no ionizantes”. Inversión 4.000 euros.
- Seminario Internacional sobre “Metodologías de evaluación contaminantes químicos”. Inversión 4.000 euros.
- Seminario Internacional sobre “Riesgos biológicos”. Inversión 4.000 euros.
- Seminario Internacional sobre “Seguridad integral y gestión de riesgos en ferrocarriles” en colaboración con la Asociación Latinoamericana de Metros y Subterráneos. Inversión 10.000 euros.
- Inclusión de cuatro becarios en el programa de Becas de Formación Especializada en España para Iberoamérica y Portugal (4.000 euros cada uno).
- Participación con unas ponencias en el XXX Congreso de la Sociedad Colombiana de Medicina en el Trabajo (4.000 euros).
- Desarrollo del programa CuidadoSOS – Educación infantil para prevenir accidentes en el ámbito del hogar y en el colegio.

Instituto de Instituto de Seguridad Vial

- Desarrollo del proyecto “La práctica de la educación en seguridad vial”, entre otros.
- Participación en reuniones del Ministerio de Transporte y Educación.
- Establecimiento junto con la gerencia general de automóviles y el Instituto de Seguridad Vial la viabilidad de los proyectos que presentan organismos interesados y que solicitan ayudas por parte del Instituto.
- Adecuación de materiales para Colombia.
- Estructuración de convenio interinstitucionales en coordinación con el área jurídica
- Estudio y aprobación de cotizaciones presentadas por impresores en coordinación con Mercadeo y Publicidad Colombia.
- Selección y contratación de proveedores para actividades pedagógicas o de divulgación en instituciones escolares.
- Coordinación del proceso de impresión de piezas.
- Validación calidad y manejo de imagen de piezas con el área de Mercadeo y Publicidad en Colombia.
- Realización de reuniones con la Secretaría de Educación.
- Coordinación de la logística para llevar a cabo el desarrollo del programa.
- Convocatorias a colegios públicos y privados para dar a conocer el proyecto.
- Envío de invitaciones y realización de reuniones con instituciones educativas.
- Establecimiento de indicadores para el desarrollo en Colombia de los proyectos.
- Seguimiento al desarrollo de los programas.
- Mantenimiento de comunicación permanente con el Instituto de Seguridad Vial de la FUNDACIÓN MAPFRE España con el fin de informar acerca de la evolución del programa.



mapfre.com.co

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Diseño y maquetación original: TAU DISEÑO.
www.taudesign.com
Diseño y diagramación para Colombia: SYNERGY ESTUDIO CREATIVO LTDA.
www.synergystudio.com
Imprime: BRAVO ARTE.

MAPFRE COLOMBIA contribuye a la conservación del medio ambiente. Se ha preferido para la distribución y divulgación de este informe la versión digital. No imprima si no es absolutamente necesario. El estuche contenedor del CD de esta publicación está impreso por procesos respetuosos con el medio ambiente, en papel ecológico y libre de cloro.

