

 **MAPFRE** | **COLOMBIA**

Responsabilidad Social

INFORME ANUAL 2011



Responsabilidad Social

 **MAPFRE** | COLOMBIA

INFORME ANUAL 2011



Contenidos

1. Carta del Presidente	4
2. Información general	7
– Implantación	8
– Organigrama societario del Grupo MAPFRE	9
– Principales magnitudes económicas	10
– Órganos de Gobierno	11
3. MAPFRE y la Responsabilidad Social	13
– Modelo de actuación y mapa corporativo de grupos de interés	13
– La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE	14
– Gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno	16
– MAPFRE y el Pacto Mundial	18
– Premios y reconocimientos	19
– Principales Asociaciones	20



4. Dimensión Social de MAPFRE	25
– MAPFRE y sus empleados	25
– MAPFRE y sus clientes	35
– MAPFRE y sus accionistas	50
– MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos	53
– MAPFRE y sus proveedores	57
5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE	63
6. Información Complementaria	73
– Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social	73
– Índice de indicadores GRI	76
– Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	84
– Informe de Verificación Externa	88



Carta del Presidente



Estimado lector

Nos complace presentar por tercer año consecutivo el Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE COLOMBIA, en esta oportunidad relativo al ejercicio 2011, 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 G3.1, y también complementa la memoria global de de Responsabilidad Social del Grupo MAPFRE.

Al igual que en el ejercicio 2010, 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 ha sido valorado internacionalmente en 2011 con la permanencia de MAPFRE en el Dow Jones Sustainability. La presencia en ese prestigioso índice se suma 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.



RAÚL FERNANDEZ MASEDA PRESIDENTE

En 2011, el Grupo ha profundizado en la implantación de su política de responsabilidad social: se ha lanzado un curso de responsabilidad social empresarial que está previsto que se implante a nivel global y se ha avanzado en la divulgación y práctica de los Diez Principios del Pacto Mundial.

Entendiendo que las empresas somos actores sociales con obligaciones que deben ir más allá de la simple generación de valor, y que de nuestro papel se derivan exigencias éticas y 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 conectada con las inquietudes de la comunidad, que mantiene canales abiertos permanentes con las partes interesadas (asegurados/ clientes, accionistas e inversores, socios, empleados, intermediarios, y proveedores).

MAPFRE Colombia en su preocupación por los temas de responsabilidad con el medio ambiente, siguiendo los lineamientos de la política medioambiental corporativa, inició durante 2011 el levantamiento de información para la implementación del sistema de gestión medioambiental y energética, inicialmente para su sede principal, proyecto que se desarrollará durante el año 2012.

Pero, no obstante la favorable evolución que ofrece la presente Memoria, estamos lejos de sentirnos conformes con nuestros resultados. Todavía hay muchas mejoras que implementar y muchos 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, junto con un crecimiento ordenado, equitativo y sostenible, lograremos importantes avances en nuestro accionar en todos los ámbitos: económico, ambiental y social.

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



RAÚL FERNANDEZ MASEDA
PRESIDENTE EJECUTIVO
MAPFRE COLOMBIA

2



W

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 46 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 2011 ocupaba el sexto puesto en el ranking de Seguro no Vida de Europa, y la primera posición en este segmento en el de América Latina, región en la que es el segundo grupo asegurador.

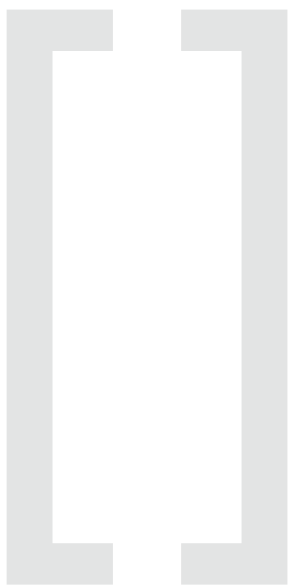
A cierre de 2011, MAPFRE COLOMBIA ocupó por segundo año consecutivo el tercer puesto en el ranking de aseguradores de Fasescolda, aumentando su participación de

cuota de mercado respecto al año 2010 en 0,47 puntos, ubicándose en 8,3 por ciento, esto sumando todos los ramos. Excluyendo las primas de SOAT, la participación fue del 9,0 por ciento.

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.



Implantación internacional

MAPFRE opera en un total de 46 países a través de 243 sociedades. Al cierre del ejercicio 2011, tenía 5.317 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.155 estaban en España y 2.006 en América Latina; además distribuye sus productos a través de 9.670 oficinas de entidades bancarias y cuenta con una red de cerca de más de 70.600 agentes y mediadores, 5.700 de los cuales estaban en Estados Unidos y más de 16.700 en Brasil

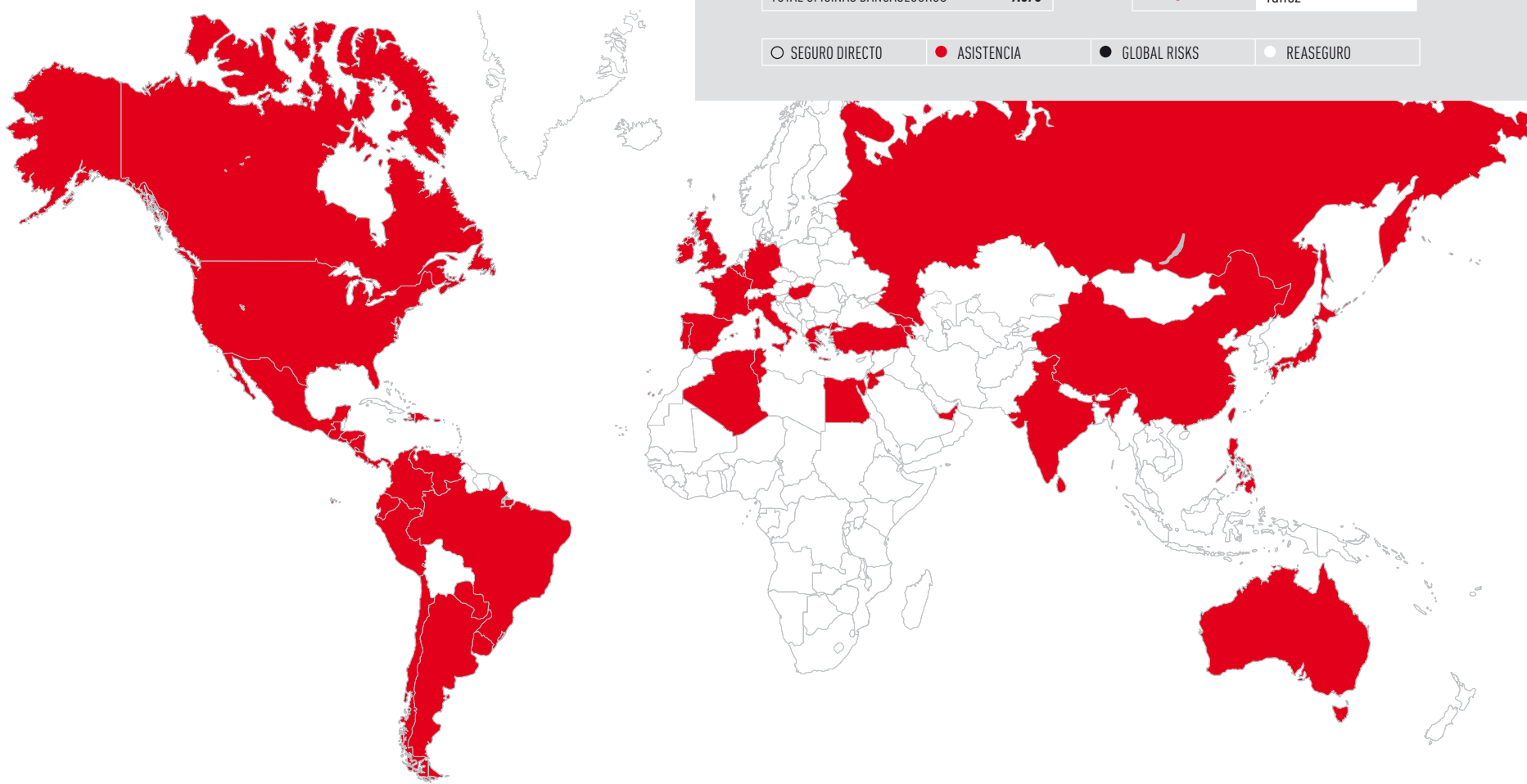
En la actividad de Seguro Directo, MAPFRE lidera el mercado español y está implantada en todos los países de América Latina -región en la que en 2011 se ha convertido en el segundo grupo asegurador, además de mantener su posición de liderazgo en Seguros No Vida-, en los Estados Unidos de América, en Portugal, en Turquía, en Filipinas y en Malta. En la actividad de Asistencia, MAPFRE opera en 43 países. Además, el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional (MAPFRE RE) que se encuentra entre las 20 primeras entidades en el *ranking* del reaseguro mundial y desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con dos sociedades filiales y 16 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
●	Australia

● ● ●	Alemania
● ● ●	Bélgica
○ ● ●	España
○ ● ●	Francia
● ● ●	Grecia
● ● ●	Hungría
● ● ●	Irlanda
● ● ●	Italia
● ● ●	Luxemburgo
○ ● ●	Malta
○ ● ●	Portugal
● ● ●	Reino Unido
● ● ●	Rusia
○ ● ●	Turquía
● ● ●	Bahréin
● ● ●	Emiratos Árabes
● ● ●	China
○ ● ●	Filipinas
● ● ●	India
● ● ●	Japón
● ● ●	Jordania
● ● ●	Taiwan
● ● ●	Argelia
● ● ●	Egipto
● ● ●	Túnez

TOTAL OFICINAS PROPIAS	5.317
TOTAL OFICINAS BANCASEGUROS	9.670

○ 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
100%

NEGOCIOS GLOBALES

MAPFRE RE
91,5%

MAPFRE ASISTENCIA
100%

MAPFRE GLOBAL RISKS
100%

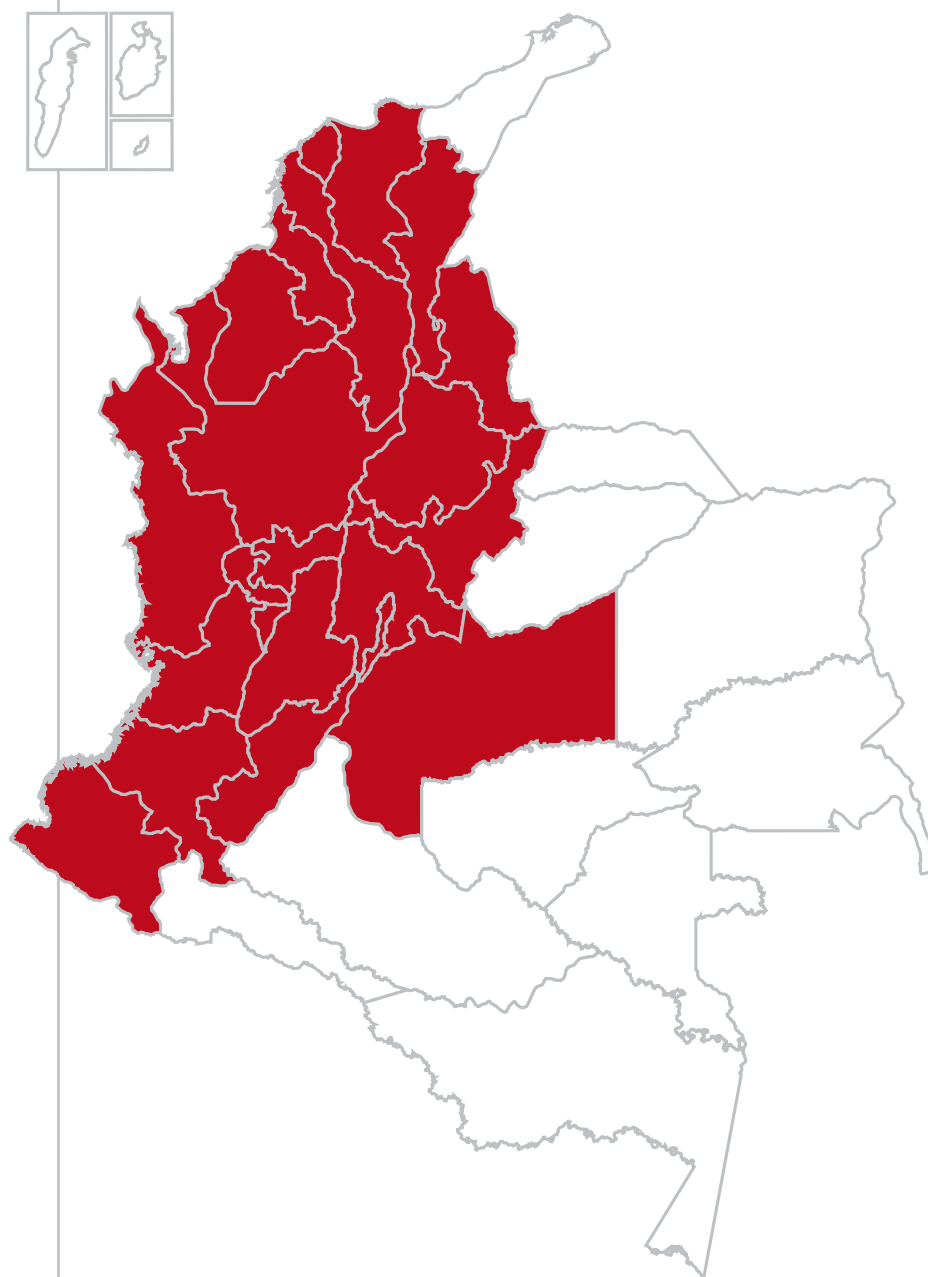
Implantación en Colombia

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.

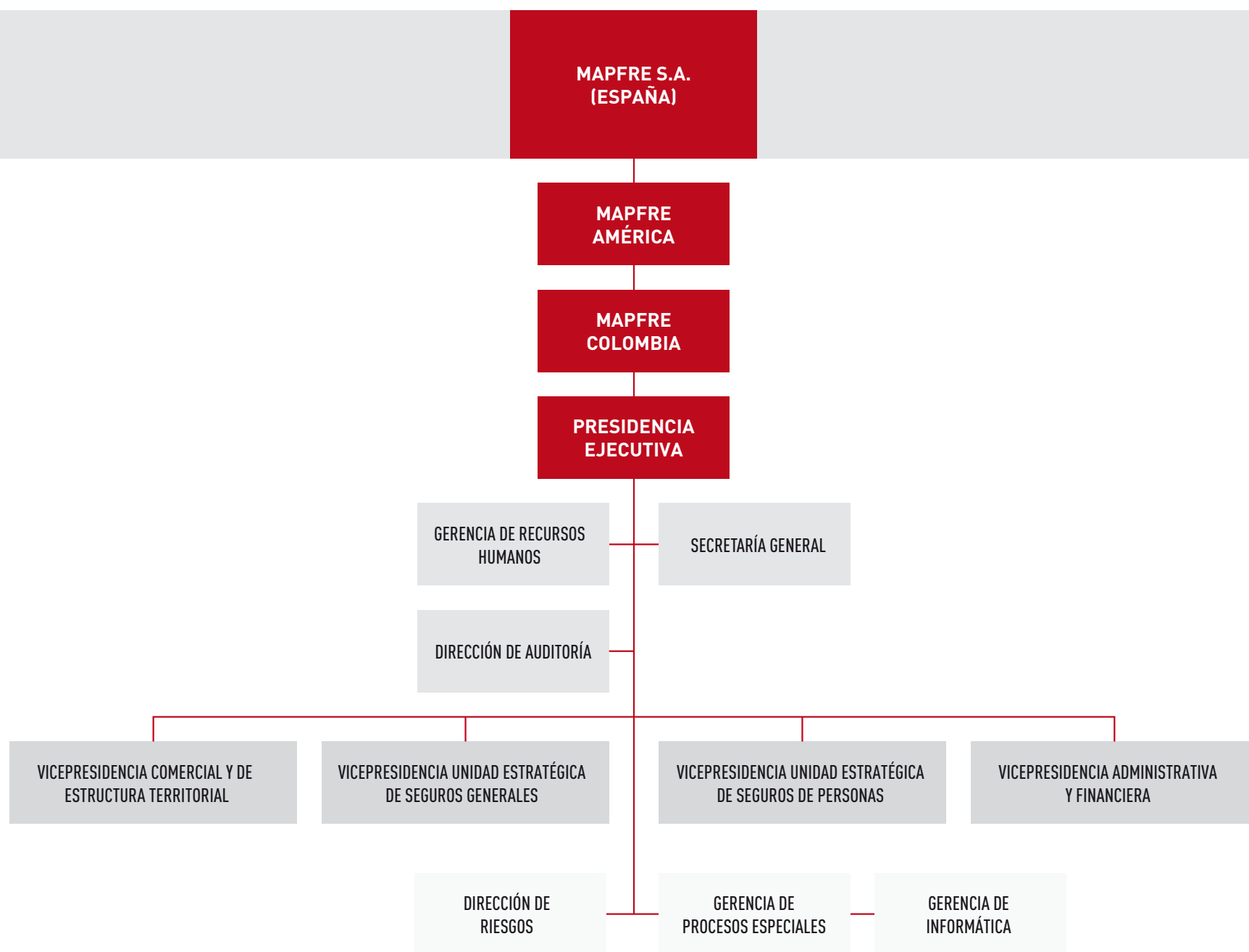
Otras empresas del Grupo MAPFRE en Colombia son: CREDIMAPFRE S.A., ANDI ASISTENCIA, MAPFRE RE, MAPFRE CREDISEGURO S.A. y CESVI COLOMBIA S.A.

Al cierre de 2011 la estructura territorial de MAPFRE COLOMBIA la integraban 174 oficinas a nivel nacional, entre directas, externas, regionales y oficina central (Dirección General).

Colombia se divide administrativa y políticamente en 33 entes territoriales: 32 departamentos y un único Distrito Capital (Bogotá). Las 174 oficinas de MAPFRE COLOMBIA se encuentran ubicadas en 22 de esos entes territoriales, es decir que tiene presencia física en el 66,7% del territorio colombiano, con la mayor concentración en Bogotá debido a que el Distrito Capital alberga al 16% de la población nacional.



Organigrama de MAPFRE COLOMBIA



Principales magnitudes económicas de MAPFRE COLOMBIA

El cierre del ejercicio 2011 arrojó un cumplimiento presupuestal del 112,3%, dado por un total de primas emitidas de 1.168.959 millones, con un crecimiento del 21,6%, el cual es mayor al presentado por el mercado. La Compañía presentó una utilidad de 65.888 millones de pesos (incluyendo reserva matemática).

En la práctica se cumplió con la mayoría de los indicadores presupuestados por la Compañía en el Plan Estratégico 2011; los resultados de algunos indicadores fueron:

- Ratio combinado sin reserva matemática: 97,29%.
- Ratio de eficiencia: -39,67%.
- Siniestralidad retenida con ahorro: 73,62%.
- Siniestralidad retenida sin ahorro: 63,80%.
 - Siniestralidad Generales: 49,39%.
 - Siniestralidad Vida con ahorro: 85,69%.
 - Siniestralidad Vida sin ahorro: 72,46%.

La producción de la Compañía se distribuye así:

PRIMAS				
RAMO	2010	2011	Var. %	Cump. %
Automóviles	113.486	131.695	16,0%	115,3%
Fianzas	69.033	80.863	17,1%	110,7%
Generales	253.782	324.076	27,7%	109,2%
Vida	524.679	632.325	20,5%	113,6%
TOTAL	960.979	1.168.959	21,6%	110,4%

La Unidad de Generales cerró con \$536.634 millones en primas emitidas, lo cual implica un crecimiento del 23,0% respecto al año 2010, alcanzando así un cumplimiento presupuestal del 110,9%. El único ramo en el cual no se cumplió con el presupuesto asignado es Agrícola, el cual cerró con una ejecución del 61,9%. A pesar de la ola invernal que afectó al país en los años 2010 y 2011, el ramo alcanzó a tener un crecimiento del 7,1%.

La Unidad de Vida cerró con 632.625 millones en primas emitidas, con un cumplimiento presupuestal del 113,6% y un crecimiento del 20,5%, con respecto al ejercicio anterior. En la clasificación de Seguridad Social, se incluyen los ramos Previsionales y Rentas, que son comercializados por la Oficina Central.

De un total de doce regionales, nueve cumplen con el presupuesto asignado el 75%, dos regionales presentan resultados sobre el 97% y solo una queda con un resultado inferior al 90%. Es de resaltar que todas las regionales crecieron frente al año 2010.

RESULTADO ACUMULADO REGIONALES					
REGIONAL	PNE 2010	Ppto. 2011	PNE 2011	Var.	Cump.
Antioquia	43.600.584	71.234.270	71.234.270	63,4%	147,3%
Bogotá I	55.225.370	72.304.672	72.304.672	30,9%	113,8%
Bogotá II	59.008.800	63.339.696	63.339.696	7,3%	98,3%
Centro I	9.431.487	10.001.082	10.001.082	6,0%	87,9%
Centro II	12.612.901	15.102.758	15.102.758	19,7%	108,7%
Ctas. Corp. Btá.	205.117.505	230.859.796	230.859.796	12,6%	104,2%
Ctas. Corp. Cali	52.364.403	62.566.588	62.566.588	19,5%	110,0%
Eje Cafetero	15.965.930	18.093.383	18.093.383	13,3%	103,2%
Norte	42.684.542	50.832.387	50.832.387	19,1%	107,9%
Occidente	24.019.146	25.905.301	25.905.301	7,9%	97,2%
TOTAL TERRITORIAL	560.497.118	616.665.764	673.169.405	20,1%	109,2%
Santander	14.605.909	17.751.968	17.751.968	21,5%	110,5%
TOTAL COMPAÑÍA	960.979.311	1.168.958.753	1.168.958.753	21,6%	112,3%

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

CUOTAS DE MERCADO					
RAMO	Posición	Ppto. 2011	PNE 2011	Var.	Cump.
Daños y Personas	3	956.485.829	1.164.306.329	21,7%	8,3%
Daños	5	431.038.230	531.896.412	23,4%	7,7%
Automóviles	5	109.359.431	127.434.174	16,5%	6,5%
Generales	2	321.678.799	404.462.238	25,7%	10,7%
Personas	4	525.447.599	632.409.917	20,4%	8,8%
Seguridad Social	3	340.722.833	434.821.009	27,6%	12,8%



Órganos de Gobierno

De acuerdo con sus estatutos sociales MAPFRE Colombia cuenta con los siguientes órganos de gobierno:

Asamblea General de Accionistas, constituida por la reunión de un número plural de Accionistas o mandatarios de éstos, estatutariamente convocados y que representan la cantidad de acciones indispensables para la validez de sus deliberaciones y decisiones. Anualmente, en el curso de los tres primeros meses de año, es ordinaria con el fin de aprobar o improbar el balance de fin de ejercicio.

Junta Directiva, integrada por mínimo de cinco miembros principales y cinco suplentes y un máximo de diez miembros principales y diez miembros suplentes de acuerdo con lo estipulado por la Asamblea General de Accionistas y por períodos de un año. La Junta Directiva se reúne tantas veces como sea preciso para el adecuado desarrollo de su función de supervisión y por lo menos una vez al mes para recibir información sobre los estados contables, administrativos, financieros, técnicos y estadísticos del trimestre anterior.

Presidente Ejecutivo, que es la máxima autoridad administrativa de la Sociedad y actúa como representante legal. Debe asistir a la Asamblea de Accionistas, es miembro de pleno derecho de la Comisión Directiva y miembro de la Junta Directiva.

A la cabeza del control de las operaciones contables y financieras de la Sociedad, está el Revisor Fiscal, nombrado por la Asamblea General de Accionistas para períodos de un año, con carácter de reelegible, con dos suplentes también nombrados por la misma Asamblea General por el mismo período de tiempo. En el caso de elegirse una sociedad como Revisor Fiscal, ésta deberá designar el nombre del Revisor Fiscal Principal y el de sus suplentes.

3



3

MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social

Para MAPFRE COLOMBIA, 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.

Modelo de actuación y mapa corporativo de grupos de interés

El modelo de actuación de MAPFRE en Responsabilidad Social se sustenta en los principios institucionales y empresariales, en especial, en el Principio de Actuación Ética y Socialmente Responsable, así como en sus normas de autorregulación establecidas en su Código de Buen Gobierno.



En 2010 MAPFRE revisó y modificó su mapa corporativo de grupos de interés, superando el 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. Se incluyó, por tanto, el principio de impacto e influencia mutua y el concepto de corresponsabilidad de los grupos de interés con la organización, como elementos necesarios a tener en cuenta en las relaciones de equidad que se deben mantener con ellos.

MAPA DE GRUPOS DE INTERÉS DEL GRUPO MAPFRE

<p>Nivel 1 Son los primeros afectados por las decisiones estratégicas de la organización, y viceversa. La capacidad de influencia mutua es "inmediata".</p>	<p>Asegurados y clientes. Accionistas e inversores. Socios. Empleados. Representantes de los trabajadores/sindicatos. Mediadores/colaboradores. Proveedores.</p>
<p>Nivel 2: Son aquellos cuyas decisiones pueden tener impacto en la organización, pero resultan menos afectados por las decisiones.</p>	<p>Gobiernos, Instituciones, Administraciones Públicas y organismos reguladores. Medios de comunicación. Sociedad/opinión pública. Asociaciones de consumidores y usuarios.</p>
<p>Nivel 3: Son aquellos a los que MAPFRE reconoce una mutua capacidad de influencia, pero cuyas decisiones estratégicas pueden o no impactar directamente y viceversa.</p>	<p>La competencia. Asociaciones profesionales sectoriales. Tercer sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG).</p>

El presente informe de responsabilidad social del Grupo dedica un capítulo específico para los grupos de interés de nivel 1, en el que, entre otros aspectos, se detallan los canales de comunicación formales que la organización tiene a su disposición.





La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE COLOMBIA

El principio institucional de actuación ética y socialmente responsable adoptado por MAPFRE COLOMBIA, vertebra los diez principios de la Política de Responsabilidad Social.

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE

Actuación ética y socialmente responsable, como reconocimiento de la función y responsabilidad que corresponde a las entidades privadas en el adecuado desarrollo y progreso de la Sociedad, y que debe traducirse en el respeto a los legítimos derechos de todas las personas físicas o jurídicas con las que se relacionan, y con los de la Sociedad en general.

Ello implica

a) Cumplimiento estricto de las leyes, y de las obligaciones que se derivan de ellas, así como de los buenos usos y prácticas de los sectores y territorios en que se desarrollan las actividades del SISTEMA MAPFRE.

b) Respeto a los derechos de quienes participan como socios o accionistas en la propiedad de las distintas sociedades mercantiles que integran el GRUPO MAPFRE.

c) Equidad en las relaciones con quienes les 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.

d) Veracidad en las ofertas de productos y servicios, y en las informaciones que se facilitan a los accionistas, clientes y público en general.

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.

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.

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.

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.

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.

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.



POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE

e) Rapidez y rigor en el cumplimiento de las obligaciones que se derivan de los contratos suscritos con clientes y proveedores, evitando cualquier situación que pueda comprometer la objetividad exigible en la adopción de decisiones respecto a los mismos.

En esa línea, MAPFRE se ha adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) y al Protocolo de UNEP (United Nations Environment Programme), y asume de forma efectiva los compromisos con los derechos humanos y el desarrollo sostenible que dichos pactos implican.

(Código de Buen Gobierno de MAPFRE. Principios Institucionales. www.mapfre.com).

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

8. Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la responsabilidad social.

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.

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

Por otra parte, este principio institucional, define la forma en la que el Grupo desarrolla sus actividades y negocios y que se 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, y por ende aplicado en MAPFRE COLOMBIA, sienta las normas de conducta que deben regir el comportamiento y actuación entre los empleados y su relación con terceros, y que debe estar basada en el respeto mutuo entre todas las personas con las que se relacionan, el compromiso con su trabajo y con la empresa, la responsabilidad, la solidaridad y la cooperación, la integridad y el respeto a la legalidad, de forma que en el entorno laboral exista un ambiente de confianza que permita el desarrollo personal y profesional, y esté libre de explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación.

Si bien este Código no puede contemplar todas las situaciones que pueden surgir en el desarrollo de la actividad laboral, establece unas pautas mínimas que permiten orientar a los empleados en sus actuaciones profesionales.

Además, 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.

— **Control Interno.** MAPFRE cuenta con una 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, y 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.

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.

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 de 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.

— **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.

Durante 2011, 1.034 empleados han recibido un total de 2.068 horas de formación en esta materia. Asimismo, MAPFRE le ha facilitado formación a intermediarios de seguros mediante la realización de jornadas sobre la normativa vigente en Colombia sobre prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo, con un total de 400 horas impartidas.

— **Lucha contra el Fraude.** 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.

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

Durante 2011, 1.034 empleados han recibido un total de 2.068 horas de formación en Prevención del Blanqueamiento de Capitales.

fraude a través de políticas internas, lo que se traduce en eficiencia y rentabilidad.

— **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 V.I.G.I.A., 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. 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.

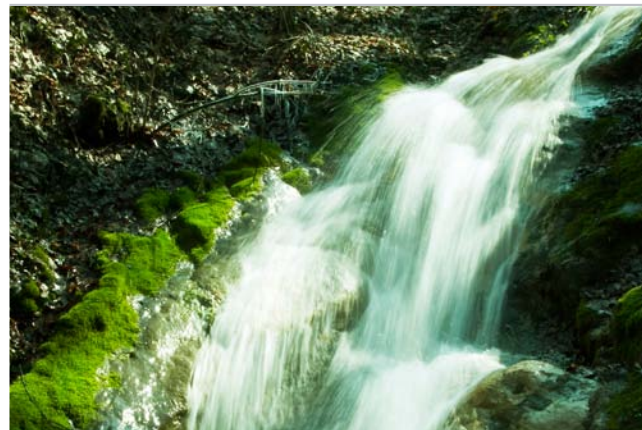
— **Auditorías de Responsabilidad Social.** La Dirección General de Auditoría de MAPFRE ha realizado 274 trabajos especiales en 2011 sobre diferentes aspectos vinculados a la Responsabilidad Social en el conjunto del Grupo. Dichos trabajos versan sobre aspectos tales como recursos humanos, control interno, 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.

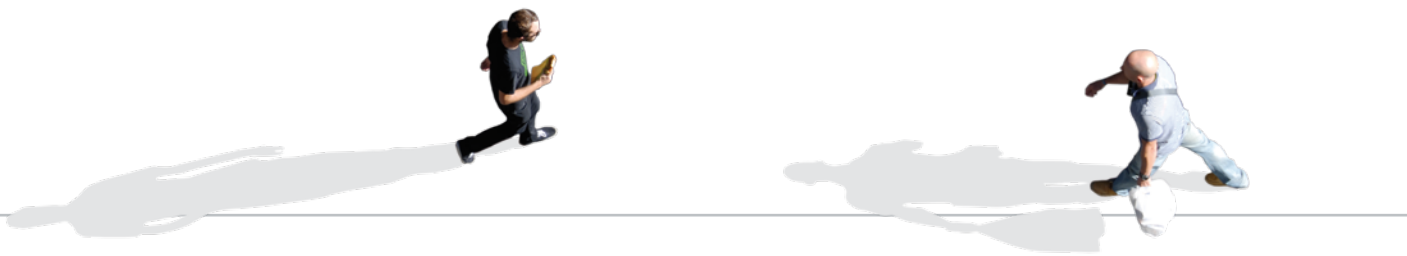
— **Formación en Responsabilidad Social.** MAPFRE ha diseñado y puesto en marcha en diciembre de 2011 un curso on-line corporativo de Responsabilidad Social, cuya implantación está prevista en todo el Grupo, y permite identificar la actividad diaria de quienes trabajan en la empresa con los principios y políticas de MAPFRE en este ámbito. Durante su primer mes de vigencia un total de 507 empleados han cursado esta formación.

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 ESG)¹ están incluidos en parte en los riesgos operacionales, y en parte en los estratégicos y de gobierno corporativo.

LOS RIESGOS ESG 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 (páginas 57-59 del Volumen 1-Cuentas Anuales).

En relación con el riesgo medioambiental, MAPFRE tiene definida una Política Medioambiental y Energética y cuenta con un Comité de Seguridad y Medio Ambiente, encargado de su aplicación. Además, contribuye 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 estratégicos y de gobierno corporativo, además del Código de Buen Gobierno, MAPFRE dispone de un Código Ético y de Conducta que 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, lo que contribuye a minimizar los riesgos en este ámbito.

MAPFRE y el Pacto Mundial

En 2004 MAPFRE se adhiere al Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)², iniciativa voluntaria, cuyo objetivo es conseguir que las empresas se comprometan a alinear sus estrategias y operaciones a diez principios universales en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción. Además, forma parte desde su constitución de la Red Española del Pacto Mundial.

PACTO MUNDIAL

Derechos humanos	Principio 1: Protección de los Derechos Humanos fundamentales. Principio 2: No vulneración de los Derechos Humanos.
Derechos laborales	Principio 3: Libertad de afiliación y negociación colectiva. Principio 4: Eliminación del trabajo forzoso y bajo coacción. Principio 5: Erradicación del trabajo infantil. Principio 6: Abolición de la discriminación en el empleo y la ocupación.
Medio ambiente	Principio 7: Enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Principio 8: Iniciativas para el respeto medioambiental. Principio 9: Difusión de tecnologías ecológica.
Anti-corrupción	Principio 10: Lucha contra la corrupción, la extorsión y el soborno.

Fuente www.pactomundial.org.

En 2008 MAPFRE incorporó en su principio institucional de Actuación ética y socialmente responsable, la referencia expresa a esta iniciativa de Naciones Unidas, y asumió de forma efectiva los compromisos con los derechos humanos y el desarrollo sostenible que dicho pacto implica³. Además, reformula la Política de actuación de Responsabilidad Social del Grupo, integrando las cuatro áreas temáticas de actuación del Pacto y en 2009, con la aprobación del Código de Ética y Conducta, reforzó el compromiso de la organización con la defensa, respeto y protección de los derechos laborales básicos, y de los derechos humanos y libertades públicas reconocidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos⁴.

MAPFRE reporta anualmente, a través del Informe de Progreso⁵, los avances y las actividades que realiza para integrar en su actividad los diez principios del Pacto Mundial. Además, en el apartado de información complementaria se ha

² Con carácter excepcional la filial de MAPFRE en Brasil esta adherida a esta iniciativa desde 2008 y publica su correspondiente informe de progreso.

³ MAPFRE también está adherida a UNEP FI de Naciones Unidas.

⁴ Art. 3.1.1 del Código de Ética y Conducta de MAPFRE.

⁵ www.globalcompact.com.

¹ Riesgos ESG: Environmental, Social and Governance (Medioambientales, Sociales y de Gobierno).

incluido una tabla que muestra la correlación entre Principios del Pacto Mundial, indicadores de desempeño del GRI V3.1 y los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Premios y reconocimientos

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

RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

– MAPFRE COLOMBIA, entre las 70 mejores empresas del país en el informe MERCO Empresas, manteniendo la tercera posición por sectores.

RECONOCIMIENTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA MAPFRE

– MAPFRE COLOMBIA, cuarta marca aseguradora más recordada del país, según el estudio Top of Mind de Gallup Colombia y Revista Dinero.

RECONOCIMIENTO A LA GESTIÓN DE PERSONAS EN MAPFRE

- MAPFRE COLOMBIA, entre las 25 mejores empresas para trabajar en Colombia, según Great Place to Work® Institute.
- MAPFRE COLOMBIA, en conjunto con MAPFRE BRASIL y MAPFRE MÉXICO, puesto 13 dentro de las mejores empresas para trabajar en América Latina en la categoría multinacionales del Great Place to Work® Institute.
- MAPFRE COLOMBIA, entre las 100 mejores empresas para trabajar en el país en el informe MERCO Personas, y ubicándose entre las tres aseguradoras preferidas por los colombianos para trabajar.

Principales asociaciones

- ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE TÉCNICOS EN REASEGUROS (ACTER).
- ASOCIACIÓN DE ACTUARIOS.
- CÁMARA DE COMERCIO BOGOTÁ (CCB) Y CÁMARAS A NIVEL NACIONAL.
- CÁMARA DE COMERCIO HISPANO COLOMBIANA.
- CASA ESPAÑA.
- CENTRO DE EXPERIMENTACIÓN Y SEGURIDAD VIAL COLOMBIA (CESVI COLOMBIA).
- 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).



Altos ejecutivos recibiendo el premio Great Place to Work®.

4



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 Comité de Ética, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código Ético y de Conducta.

Estructura del recurso humano

A 31 de diciembre de 2011, la nómina de MAPFRE COLOMBIA estaba integrada por 754 personas, lo que representa un incremento de 180 empleados, 31,5% más que en 2010, incremento representado en la inclusión de los empleados de CESVI COLOMBIA S.A.

CONFORMACIÓN DE LA NÓMINA POR CATEGORÍA

Categoría	HOMBRES			MUJERES			TOTAL		
	2010	2011	Var.	2010	2011	Var.	2010	2011	Var.
Directivos	28	35	25%	17	23	35%	45	58	29%
Jefes	31	51	65%	42	57	36%	73	108	48%
Técnicos	172	212	23%	236	281	19%	408	493	21%
Administrativos	21	72	243%	27	23	-15%	48	95	98%
TOTAL	252	370	47%	322	384	19%	574	754	31%

La edad media de los empleados se situaba al cierre del ejercicio en 35 años, y su antigüedad media en 5. La rotación de empleados fue del 7,14%.

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 2011 el 0,05% del total.

CONTRATACIÓN EN MAPFRE COLOMBIA

	2010	2011	Var.
CONTRATO FIJO			
Hombres	252	338	34%
Mujeres	322	379	18%
CONTRATO TEMPORAL			
Hombres	0	32	100%
Mujeres	0	5	100%
TOTAL	574	754	31%



El siguiente cuadro refleja las altas y bajas producidas durante 2011, clasificadas por los motivos que las han originado:

ALTAS EN MAPFRE COLOMBIA

TIPO	HOMBRES		MUJERES	
	2010	2011	2010	2011
Fusión o adquisición	0	92	0	35
Captación externa	48	97	41	87
TOTAL	48	189	41	122

BAJAS EN MAPFRE COLOMBIA

TIPO	HOMBRES		MUJERES	
	2010	2011	2010	2011
Enajenaciones	0	0	0	0
Voluntarias	14	55	11	36
Despidos	17	14	11	26
Jubilaciones	0	0	2	0
TOTAL	31	69	24	62

Empleados con discapacidad

En el Grupo MAPFRE trabajan 329 empleados con discapacidad y muchos de los países cuentan con programas específicos orientados a la integración de los discapacitados y su accesibilidad.

En Colombia no existe obligación legal de tener empleados en estado de discapacidad, sin embargo la compañía tiene el programa PILMAP, que nos permite contar con 5 personas discapacitadas.

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 2011 se gestionaron 184 procesos de selección en MAPFRE COLOMBIA.

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.

Desde las Áreas de Recursos Humanos se fomenta la movilidad interna mediante la comunicación detallada de las vacantes existentes, con el fin de favorecer la adecuación empleado - puesto.

Existen procedimientos automatizados que permiten que los empleados tengan información diaria de las vacantes y puestos de nueva creación que surgen en la empresa.

De las vacantes publicadas en el año 2011, 81 han sido cubiertas por movilidad interna, aproximadamente el 44%. En torno a un 56% de las mismas suponen una promoción.

Evaluación y desarrollo profesional.

En el año 2011, el 72% 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.



*Jornada de formación
Plan Líderes.*

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 2011 MAPFRE COLOMBIA invirtió \$478.754.000 en formación, 100 horas de formación por empleado.

FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL

CATEGORÍA	HORAS		ASISTENTES	
	2010	2011	2010	2011
Directivos	2.316	4.272	73	126
Jefes	490	1.491	129	106
Técnicos	14.413	14.616	709	634
Administrativos	2.216	54.856	101	940
TOTAL	19.435	75.235	1.012	1.807

FORMACIÓN POR METODOLOGÍA

METODOLOGÍA	HORAS		ASISTENTES	
	2010	2011	2010	2011
Presencial	18.901	73862	440	434
E- learning	534	1373	572	1373
TOTAL	19.435	75.235	1.012	1.807

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, 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, que transmiten los conocimientos técnicos y operativos que los empleados necesitan en función de su actividad específica.

FORMACIÓN POR CONTENIDO

CONTENIDO	HORAS		ASISTENTES ⁶	
	2010	2011	2010	2011
Técnica	0	23.187	0	557
Comercial	0	48.640	0	1.168
Corporativa	19.435	3.408	1.012	82
TOTAL	19.435	75.235	1.012	1.807

Política de retribuciones y compensaciones

En el ejercicio 2011, en MAPFRE COLOMBIA se pagaron retribuciones por valor de \$44.244.965.000.

CUADRO DE RETRIBUCIONES 2011

TIPO	MONTO	PESO
Retribuciones fijas	19.316.290.000	44%
Retribuciones variables	4.165.012.000	9%
Seguros sociales	6.278.872.000	14%
Beneficios Sociales	8.051.309.000	18%
Indemnizaciones	270.924.000	1%
Otros complementos	6.162.558.000	14%
Total	44.244.965.000	100%

El salario en MAPFRE COLOMBIA es significativamente superior al salario mínimo del país. El salario mínimo legal del país en 2011 fue de \$535.600. El salario mínimo de entrada en MAPFRE COLOMBIA fue de \$676.000.

SALARIOS PROMEDIO

CARGO	HOMBRES		MUJERES	
	2010	2011	2010	2011
Directivos	10.342.140	13.772.464	9.073.060	12.903.932
Jefes	3.914.320	5.355.439	3.787.350	5.068.118
Técnicos	2.150.980	2.431.900	1.656.390	2.038.877
Administrativos	1.026.050	1.323.294	970.710	1.372.167

⁶ Número de participaciones en acciones formativas. Algunos empleados han participado en más de una acción.

MAPFRE siempre ha contado con una amplia tipología de beneficios sociales. En el año 2011 los tipos de beneficios sociales y los empleados con derecho a ellos eran los siguientes:

BENEFICIOS SOCIALES

TIPO DE BENEFICIO	Nº EMPLEADOS CON DERECHO	
	2010	2011
Seguro de Vida	572	754
Seguro de Salud	572	754
Descuentos en seguros de la compañía	572	754
Premios de natalidad nupcialidad	572	754
Premio de permanencia	572	754
Ayuda escolar para hijos	541	0
Préstamos a través de FEMAP	541	754
Otros (plan beca -auxilio educativo para empleados-, 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.)	572	754

En general, todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2011 a beneficios sociales fue de \$8.051 millones, que representan el 18% de la retribución total del personal.

Los empleados de MAPFRE COLOMBIA pueden asociarse a FEMAP (Fondo de Empleados de MAPFRE), persona jurídica de derecho privado, reconocida mediante resolución No. 00640 del 26 de Noviembre de 1979, emanada por el departamento administrativo nacional de Cooperativas DANCOOP, inscrita en la Cámara de Comercio el día 9 de Julio de 1998, bajo el número 00015680 del libro 1 de las entidades sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es fomentar el ahorro entre los asociados, suministrar créditos y prestar diversos servicios sin ánimo de lucro, en la permanente búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida de los empleados asociados y sus familias.

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 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.

La política de MAPFRE, la cual aplica MAPFRE COLOMBIA, 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”.

Igualdad de oportunidades

Para 2011, la nómina de 754 personas en MAPFRE COLOMBIA se conformaba en un 50 por ciento por mujeres y un 50 por ciento por hombres. El 22 por ciento de la nómina corresponde a Directivos y Jefes, del cual 10 por ciento (80 personas) son mujeres y 12 por ciento (86 personas) son hombres. Estas relaciones porcentuales reflejan claramente el trato equitativo que se concede a las personas en la Compañía, primando para la contratación a cualquier cargo las calidades y cualidades profesionales y humanas.

CONFORMACIÓN DE LA NÓMINA POR GÉNERO

CATEGORÍA	HOMBRES			MUJERES			TOTAL		
	2010	2011	Var.	2010	2011	Var.	2010	2011	Var.
Directivos	5%	5%	0%	3%	3%	0%	8%	8%	0%
Jefes	5%	7%	40%	7%	8%	14%	13%	14%	8%
Técnicos	30%	28%	-7%	41%	37%	-10%	71%	65%	-8%
Administrativos	4%	10%	150%	5%	3%	-40%	8%	13%	63%
Total	40%	50%	11%	56%	51%	-9%	100%	100%	

MAPFRE COLOMBIA ocupó el lugar 23 de las mejores empresas para trabajar en Colombia. MAPFRE BRASIL, MAPFRE MÉXICO, y MAPFRE COLOMBIA en conjunto, ocuparon el puesto 13 dentro de las mejores empresas para trabajar en América Latina en la categoría multinacionales.

Acoso moral y sexual en el trabajo

MAPFRE cuenta con un Protocolo de Actuación para la Prevención y Tratamiento del Acoso en la Empresa, que está a disposición de todos los empleados, 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 34 países, incluido Colombia.

Durante 2011 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 la vida personal y laboral como la implementación del teletrabajo en una prueba piloto con la ayuda de la plataforma de virtualización de escritorios y aplicaciones VEA, que le permite a los colaboradores trabajar desde sus casas. El siguiente cuadro refleja el número de empleados que se han beneficiado de alguna de estas medidas en 2011:

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL

TIPO DE MEDIDA	Nº EMPLEADOS	
	2010	2011
Horario laboral flexible.	574	0
Teletrabajo.	0	41
Permisos retribuidos y no retribuidos.	574	0
Excedencia por motivos personales o estudios.	2	0
Programas de formación relacionados con la conciliación (gestión del tiempo, gestión de reuniones, uso del correo electrónico).	60	0

Comunicación con los empleados y relación empresa-trabajadores

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

- SerH MAPFRE (Intranet): portal del recurso humano de MAPFRE que brinda información para todos los colaboradores y acceso a links de interés.
- El Mundo de MAPFRE COLOMBIA: revista 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.

Clima Laboral

Se realizó la tercera 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 tuvo un porcentaje de participación del 94% sobre el total de la población, con un resultado que cumplió la meta propuesta, pasando del 73,5 en 2010 al 77 en 2011 como índice de ambiente laboral (IAL) que se encuentra en el rango muy satisfactorio.

MAPFRE COLOMBIA ocupó el lugar 23 de las mejores empresas para trabajar en Colombia. MAPFRE BRASIL, MAPFRE MÉXICO, y MAPFRE COLOMBIA en conjunto, ocuparon el puesto 13 dentro de las mejores empresas para trabajar en América Latina en la categoría multinacionales.

Esta valoración se cimenta en dimensiones determinantes como la 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 las cuales fueron implementados por los líderes responsables. El estudio concluye que los colaboradores valoran el plan de beneficios otorgado por la Compañía y la equidad en el trato que se tiene a las personas independientemente del cargo que ocupen.

RESULTADOS MEDICIÓN 2011 CLIMA LABORAL

DIMENSIÓN	ACEPTACIÓN	INC. / IND.	VALORACIÓN
Credibilidad	87%	9%	Alta
Respeto	80%	14%	Media Alta
Imparcialidad	71%	20%	Media Alta
Camaradería	82%	15%	Media Alta
Orgullo	90%	8%	Media Alta
Gestalt	91%	7%	Media Alta
Índice del ambiente laboral			77
Brecha frente a la excelencia			19,1
Valoración del ambiente laboral			Muy Satisfactorio

Salud y seguridad en el trabajo

Prevención

MAPFRE COLOMBIA ha asumido a través del 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 Ético y de Conducta y dando cumplimiento con lo ordenado en la legislación colombiana por la resolución 2013 de 1986, por medio de la cual 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 directo 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.

TASA DE ABSENTISMO

	2010			2011		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Nº de accidentes laborales.	1	0	1	3	0	3
Nº total de horas perdidas por accidentes laborales.	408	0	408	224	0	224
Nº total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común.	2.744	6.488	9.232	57.828	5.416	63.244
Nº total de horas teóricas de todos los empleados.	121.440	150.720	272.160	487.520	616.000	1.103.520

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.



Pausas activas durante la jornada laboral.

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

ACTIVIDAD	ASISTENTES	
	2010	2011
Higiene postural / sensibilización mail	500	15
Formación de líderes de salud ocupacional	28	73
Pausas activas en sitio	420	14
Audiometría y cuidado del oído	70	58
Elaboración panorama factor de riesgo	754	754
Simulacro de evacuación	420	46
Vacunación influenza*	120	140
Conservación visual y audiometrías	250	0
Donación de sangre	70	70
Auto examen de seno	16	33
Prevención SIDA	15	0
Citologías	25	0

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

Hay una serie de actividades obligatorias en salud ocupacional que son:

- 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 formación integrantes plan de emergencia.
- Programa formación brigadistas.
- Plan de sensibilización para conformación de brigadas Dirección General y CISMAR.
- Graduación de brigadas de emergencias.
- Actualización del plan de emergencias.
- Dotación de botiquines.
- Recarga extintores.
- Señalización diferentes sedes.
- Estudio de disconfort térmico.
- Dotación elementos para brigadas de emergencias.
- Capacitación del uso de elementos de protección personal.

Actividades sociales y de bienestar

Programa de bienestar

El programa de bienestar estructurado para el año 2011 estuvo direccionado hacia actividades de recreación y mejora de la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias, porque 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.

A lo largo de 2011 se realizaron las siguientes actividades sociales en las que han participado tanto empleados como familiares:

- **Regalos de cumpleaños para los colaboradores de la Compañía:** Este año, la Compañía obsequió a todos sus colaboradores una deliciosa torta. Este obsequio corporativo fue enviado a cada uno de los colaboradores en la fecha de su cumpleaños con cobertura a nivel nacional.
- **Día Internacional de la mujer:** Una fecha importante para la Compañía y la oportunidad de que la empresa pueda homenajear a las mujeres que hacen parte de la familia MAPFRE; se seleccionó un estuche de Manicure para el cuidado personal de cada una de ellas.
- **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 10 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.

— **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 380 colaboradores quienes conformaron más de 95 equipos. Se entregan premios en todas las categorías y modalidades 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.

— **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, las actividades se enfocaron a incentivar la cultura del seguro, mejorar las características individuales como autoestima, autonomía, auto confianza, valores y cuidados con el medio ambiente, humor, aventura extrema y mucha diversión. 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 colaboradores:** 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, los pequeños y sus padres disfrutaron de un día en Multiparque. En las principales ciudades del país se coordinó una actividad similar.

— **Participación torneo FASECOLDA:** Para MAPFRE COLOMBIA es un orgullo contar con deportistas en este importante evento que integra a todo el sector



Vacaciones recreativas para hijos de colaboradores.



Fiesta de brujitos.

asegurador en torno al deporte y la cultura. Las expectativas en cuanto a resultados fueron superadas toda vez que en las diferentes ciudades y disciplinas deportivas se obtuvo reconocimiento en las modalidades en las cuales fueron inscritos deportistas como: baloncesto, voleibol, tenis de campo, tejo y mini tejo, squash: ajedrez, natación, billar bolos y tenis de mesa.

— **Regalos de navidad para hijos de colaboradores de la Compañía:** Se seleccionaron más de 22 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 2011 quisimos dejar un mensaje de reflexión para cada uno de los colaboradores pertenecientes a la familia MAPFRE, una emotiva charla con el famoso conferencista Yokoi Kenji. 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.

— **Programa de inclusión laboral en MAPFRE:** Dando continuidad a este importante programa, 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. El grupo de colaboradores actualmente está conformado por 5 personas.

— **Consultorio médico:** Este importante servicio se encuentra ubicado en el primer piso de dirección general con una intensidad horaria de 35 hs 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.

— **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 42 colaboradores quienes compartieron un momento muy especial en compañía de los altos directivos.

Voluntariado corporativo

MAPFRE promueve el Voluntariado Corporativo de sus empleados, y colabora con FUNDACIÓN MAPFRE en el desarrollo de las actividades de voluntariado que ésta diseña, organiza y lleva a cabo.

En el año 2011 se han desarrollado actividades en las que han participado 86 personas entre empleados, clientes, red comercial y familiares. Estas actividades son de diversa naturaleza (ocio y deporte con personas con discapacidad; campañas solidarias de recogida de materiales escolares, juguetes, ropa, alimentos y donación de sangre; actividades en hospitales y en comedores de personas sin hogar; apoyo escolar para niños en situación de exclusión social; cuidado del medio ambiente, etc.) y tienen como beneficiarios a familias sin recursos, personas con discapacidad o niños y jóvenes en situación de riesgo de exclusión.

Las actividades de voluntariado se han desarrollado fundamentalmente a través del programa "Formando Comunidad", que agrupa los diferentes proyectos y actividades en los que esta entidad participa.



*Equipo de fútbol de
MAPFRE COLOMBIA*



MAPFRE COLOMBIA y sus clientes

Uno de los principales objetivos de las entidades del Grupo es procurar la satisfacción de las necesidades de sus más de 23 millones de clientes, ofreciéndoles servicios y prestaciones de alta calidad. Este compromiso se articula a través de la oferta conjunta de productos y servicios, tanto para particulares como para empresas; de la profesionalización de Red MAPFRE y de todos los intermediarios; y de 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 2011 cerró para MAPFRE COLOMBIA con un total de 503.806 clientes:

MAPA DEL CLIENTE - ASEGURADO DE MAPFRE COLOMBIA 2011

AUTOMÓVILES	
Nº automóviles asegurados	152.360
Nº clientes de automóviles	74.422
HOGAR	
Nº clientes hogar	47.374
Nº hogares asegurados	52.542
SALUD Y ENFERMEDAD	
Nº personas con seguros y contratos de salud y enfermedad	19.315
Nº pólizas y contratos de salud y enfermedad	2.301
COMUNIDADES	
Nº clientes comunidades	20.872
Nº comunidades aseguradas	46.869
EMPRESAS PYME Y NEGOCIOS AGROPECUARIOS	
Nº clientes empresas, PYME y negocios agropecuarios	59.481
Nº empresas, PYME y negocios agropecuarios asegurados	80.018
DECESOS Y SERVICIOS FUNERARIOS	
Nº de clientes de decesos	207.635
Nº de personas aseguradas en decesos	629.300
VIDA (VIDA INDIVIDUAL, ACCIDENTES PERSONALES, DESGRAVAMEN, VIDA COLECTIVOS, RENTAS VITALICIAS, ACCIDENTES DE TRABAJO, FONDOS DE INVERSIÓN Y PENSIONES)	
Nº de clientes de vida	229.327
Nº de partícipes en fondos de inversión y planes de pensiones	3.575.497
Nº de pólizas en seguros de vida	473.854

Canales de atención al cliente

La comunicación entre MAPFRE COLOMBIA 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, pone a disposición del visitante herramientas y contenidos útiles y relevantes para cada usuario. Está adaptado a los estándares actuales en donde la navegación se enfoca por perfiles.

— Oficina virtual, un sitio pensado para brindar cercanía e interacción donde el cliente puede gestionar su portafolio de productos MAPFRE, hacer pagos, cotizaciones y además recibir información corporativa y del portafolio.

— Redes sociales corporativas, en operación desde finales de 2011 (Facebook: /mapfrecolombia - Twitter: @mapfrecol), nos permiten construir comunidad y al cliente interactuar con nuestros productos y servicios. Nos conectamos con clientes actuales y potenciales, escuchamos necesidades e intereses. Generamos visibilidad y posicionamiento de marca.

— Plataforma telefónica MAPFRE Si 24, que proporcionan una atención permanente durante las veinticuatro horas todos los días del año, para consultas, gestiones y obtención de servicios.

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

SERVICIOS PRESTADOS EN 2011 EN MAPFRE SI 24

NIVEL DE SERVICIO	
Llamadas entrantes de atención a clientes	252.327
Llamadas contestadas de atención a clientes	238.820
% de llamadas de atención a clientes contestadas	94,65%
Llamadas entrantes de prestación de servicios	252.327
Llamadas contestadas de prestación de servicios	238.820
% de llamadas de prestación de servicios contestadas	94,65%
TIPO DE SERVICIO	
Llamadas atendidas en 2011	465.678
% de llamadas para solicitar información	56,88%
% de llamadas para tramitar siniestros	3,49%
% de llamadas para cambiar datos	0,03%
% de llamadas para Otros tramites	8,05%



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 y servicios de MAPFRE COLOMBIA está conformado de la siguiente manera:

Vehículos

- **Seguro de Automóviles Elite:** póliza superior, que asegura el más exclusivo nivel de tranquilidad para quienes poseen vehículos considerados de gama alta.
- **Seguro de Automóviles Familiar:** protecciones especiales para el vehículo y sus ocupantes, cuando este es utilizado por varios miembros de la familia.
- **Seguro de Automóviles 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.
- **Seguro de Automóviles 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.
- **Seguro de 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.
- **Seguro de 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.



Seguro de arrendamientos.

Todo Riesgo

- **Seguro de Copropiedades:** producto que cumpliendo con los requisitos establecidos en la Ley 675 de copropiedades, ampara las áreas y bienes comunes.
- **Seguro del Hogar Plus:** seguro para el hogar con excelentes amparos básicos y adicionales, bajo la modalidad multirriesgo.
- **Seguro del Hogar Trébol:** extiende la protección a valores globalizados y da la posibilidad de amparar sólo contenidos o contenidos y construcción.
- **Seguro de Mascotas:** póliza de riesgos diseñada para brindarle protección a la mascota y tranquilidad al propietario.
- **Seguro de 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.
- **Seguro de Hoteles:** es la póliza Todo Riesgo PYME ampliada y estructurada a las necesidades específicas del negocio hotelero.
- **Seguro de Restaurantes:** estructurada exclusivamente para negocios como cafeterías, pizzerías, asaderos, fruterías, comidas rápidas y restaurantes.
- **Seguro de PYMEs:** es la póliza con la más completa gama de coberturas para pequeños y medianos negocios industriales, comerciales y de prestación de servicios.

Empresariales

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



— **Seguro 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.

— **Seguro de 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.

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

— **MAPFRE ARP (Administración de Riesgos Profesionales):** capacitación, servicios de prevención y asistencia técnica óptimos, en todo lo relacionado con programas de prevención y control de riesgos profesionales, concebidos como una cadena de valor que se integra a lo previsto en la legislación.

Patrimoniales

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

— **Seguro de 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.

— **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.

— **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.

— **Seguro Entidades Estatales:** (Ley 80 de 1993 - Estatuto General de Contratación de la Administración Pública).

— **Seguro 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.

— **Seguro Entidades Particulares.**

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

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

— **Seguro Global Bancario.**

— **Seguro Global Comercial.**

— **Seguro Global de Entidades Oficiales.**

— **Seguro Individual.**

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

— **Seguro de 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.

— **Seguro de Responsabilidad 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.

— **Seguro de Responsabilidad Civil Extracontractual.**

— **Seguro de Responsabilidad Profesional para 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.

— **Seguro de Responsabilidad para 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.

— **Seguro de Responsabilidad para 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.

Vida Individual

- **Seguro de Accidentes Personales:** los accidentes generan muchas consecuencias económicas ante las cuales este producto brinda protecciones con renovación anual.
- **Central Médica:** 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.
- **Seguro Millón Vida:** cuando se tiene el capital y se quiere consolidar, se requiere de un sistema de inversión que contenga un seguro de vida.
- **Seguro Plan 4x1:** la formación de un capital para cubrir necesidades a futuro es una prioridad de las familias y más aún cuando se requiere al mismo tiempo brindarles una protección muy alta en el eventual fallecimiento prematuro del cabeza de familia.
- **Seguro Plan Capital Futuro (antes Plan Seguro de Ahorro):** permite que el asegurado forme el capital que desea, en el tiempo que quiera y a la vez esté protegido con un seguro de vida. Se cambió su nombre a finales de 2011, luego de haber identificado que los clientes percibían este producto como una cuenta de ahorro programado, generando en muchos casos insatisfacción, deserción y quejas. Lo anterior de acuerdo con la normativa del SAC (Sistema de Atención al Consumidor Financiero) que señala la importancia de que los nombres, descripción y argumentos del producto estén en la mayor concordancia y relación con la naturaleza y estructura del mismo.
- **Seguro de Rentas Vitalicias:** para quien está próximo a jubilarse, le proponemos tomar su pensión y convertirla en una renta manejada por MAPFRE con rentabilidad garantizada, mayor seguridad, flexibilidad y liquidez, garantizándole además de recibir una suma para sustentar cómodamente sus gastos, un seguro de vida vitalicio con muy buenas coberturas.
- **Seguro Exequial 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, incluyendo un seguro de vida para el asegurado principal.
- **Seguro Su Futuro Seguro:** el seguro educativo que permite desde hoy garantizar la educación superior de los hijos o beneficiarios, despreocupándose de lo que pueda ocurrir con los costos futuros y disfrutando en vida de su desarrollo y éxitos profesionales.
- **Seguro Temporal al IPC Beneficiario Oneroso:** un seguro de vida mediante el cual se cubre el fallecimiento o invalidez total y permanente del asegurado durante la vigencia del contrato. Se utiliza para respaldar obligaciones crediticias con entidades jurídicas establecidas en Colombia y que en su razón social tengan definida esta línea de negocio, indemnizando a la entidad hasta por el saldo de la deuda, cuando el asegurado fallezca o quede inválido.



PSA es ahora PCF (Plan Capital Futuro).

- **Seguro Temporal Anual Revalorizable al IPC:** producto ideal para brindar a la familia soporte económico ante la eventualidad del fallecimiento del asegurado.
- **Seguro Temporal Revalorizable:** producto muy económico que brinda los beneficios de la protección para la familia del asegurado ante el fallecimiento por cualquier causa.
- **Seguro de Vida Plena:** ¿qué pasará cuando se llegue a la edad de 70 años y la protección de la familia?, son preocupaciones que se satisfacen con este producto, donde el asegurado tendrá un capital para disfrutarlo cuando más lo necesita.
- **Seguro de 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 al presentarse el fallecimiento.
- **Seguro de Vida Premium:** los seguros en dólares son los más adecuados para quienes buscan altos niveles de protección con la estabilidad de una moneda extranjera. Para quienes desean formar un capital el Vida Premium Gold, y la opción de Vida Premium Platinum para quienes requieren protección hasta la edad de 70 años, ambas con la protección completa de un seguro de vida.
- **Seguro Vive MAPFRE 80:** producto diseñado pensando en brindar protección a la vida del asegurado hasta edad 80 con una tasa diferencial y nivelada por quinquenios.

Vida Colectivos

- **Seguro de Accidentes Personales en Vuelo:** seguro de accidentes que cubre las repercusiones económicas que pueden surgir a consecuencia de un accidente aéreo.
- **Seguro de Accidentes Personales Colectivos AP, 5 y 10:** la protección es total a muy bajo costo, frente a las consecuencias económicas derivadas de un accidente. Las modalidades 5 y 10 se pagan con una prima anual muy baja y dan protección por 5 o 10 años, según la contratada.

— **Seguro 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 por parte del asegurado.

— **Seguro de Accidentes Escolares:** el establecimiento educativo, llámese jardín, colegio, universidad, etc., mediante el pago a muy bajo costo, ampara a los estudiantes frente a las consecuencias económicas derivadas de un accidente.

— **Asistencia Médica Inmediata:** 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 a una entidad hospitalaria, con el respaldo de una entidad especializada en este tipo de asistencia.

— **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.

— **Seguro de 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, a partir de los treinta (30) días de tomada la póliza, en instituciones debidamente autorizadas por el estado colombiano, siempre y cuando dicha complicación no se derive de la Responsabilidad Civil del médico cirujano o de la clínica.

— **Seguro 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 asegurado.

— **Seguro de Enfermedades Graves:** la compañía indemnizará en forma de renta mensual por doce meses la suma establecida al asegurado, cuando le sea diagnosticada por primera vez alguna de las enfermedades consideradas en las condiciones de la póliza.

— **Seguro de Vida Grupo:** protección a las familias de los empleados ante el fallecimiento del asegurado por cualquier causa. El empresario, puede elegir los amparos que sus empleados requieran, dándoles la facilidad para el pago de las primas con descuento por nómina.

— **Seguro de 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.

— **Seguro de 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.



Seguros de salud.

— **Rentas Clínicas:** como consecuencia de accidente o enfermedad el asegurado podrá recibir una renta.

— **Seguro Exequial 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, indemnizando a la red de servicio de MAPFRE que preste el servicio de acuerdo con la designación del asegurado.

— **Segurviaje:** la compañía garantiza la puesta a disposición del asegurado de una ayuda material inmediata, en forma de prestación de servicios, cuando éste se encuentre en dificultades como consecuencia de un accidente, ocurrido durante el transcurso del viaje y durante la vigencia de la tarjeta, por hechos derivados de los riesgos especificados en el mismo. La prestación de servicios la hará la compañía por medio de ANDIASISTENCIA S.A. y su red mundial MAPFRE ASISTENCIA.

— **Seguro Taxi Vida Plus:** póliza paquete, a muy bajo costo, que brinda la protección para los profesionales del volante del servicio público.

— **Seguro de Vida Educadores:** este seguro está dirigido a proteger al profesor o educador del sector público, oficial y privado de Colombia.

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

— **Seguro Vive País:** este seguro está dirigido a proteger a Gobernadores, Alcaldes, Concejales, Diputados, Personeros y Tesoreros de los Municipios.

Salud

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

— **Seguro Más Salud Platino:** póliza en dólares que brinda cobertura a nivel

mundial con los mejores especialistas médicos, para todo evento de enfermedad y accidente, hasta por un valor asegurado de USD \$1.2000.000 por vigencia anual.

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

— **Más Salud 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.

Servicios

— **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.

— **MAPFRE Si 24:** línea de contacto que durante 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año, ofrece servicio al cliente; coordinación de asistencia exequial, asistencia al vehículo 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:** servicio en el sitio de un accidente que brinda acompañamiento y asesoría; evaluación de los daños del vehículo asegurado y del tercero; trámite del siniestro ante la Compañía; coordinación de envío de grúa (de ser necesario).

— **Sistema 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.

Novedades 2011

MAPFRE desarrolla una permanente labor de investigación para diseñar nuevos productos y servicios. En el siguiente cuadro se incorporan los productos lanzados al mercado en 2011:

— Se incorporaron en las pólizas de Automóviles coberturas relacionadas con el Hogar y la Salud.

— Se incorporó en algunas pólizas de Automóviles la Asistencia Exequial, cuando el fallecimiento se produce como consecuencia de un accidente de tráfico.

— Se incorporó en algunas pólizas de Automóviles la Asistencia Odontológica, requerida consecuencia de una emergencia odontológica.

— Se lanzó el Seguro de Vida Temporal a 5 años, para riesgos normales por salud, con posibilidad de extra prima por ubicación, ocupación y hábitos. Planes predefinidos en suma asegurada.

— Se renovó la gama de seguros para Transportes, incluidos mercancías peligrosas e hidrocarburos.

— Se lanzó la Póliza de Responsabilidad Civil Aeroportuaria.

— Se lanzó el Seguro Vive MAPFRE 80 Express, un producto diseñado para comercialización exclusiva en las oficinas delegadas.

— Incursionamos en el e-commerce con una estrategia de comercialización del Seguro de Mascotas a través de las principales redes sociales, siendo estas el nuevo campo de actuación comercial.

— Se culminó la implementación del servicio de Registro Fotográfico, por medio del cual el cliente puede conocer el Estado de la Reparación de su Vehículo, sin moverse de su casa, por medio de un registro fotográfico donde el equipo técnico de MAPFRE le muestra paso a paso el proceso a través de la oficina virtual.

— Luego de un diagnóstico en profundidad y un arduo trabajo de varios meses, implementamos el nuevo portal corporativo, adaptado a los estándares actuales, en donde la navegación se enfoca por perfiles, creando contenidos útiles y relevantes para cada usuario. El nuevo portal está desarrollado con programación de alto nivel bajo la versatilidad, eficiencia, potencia y elegancia del lenguaje Java, que además de una gráfica moderna y renovada, pone a disposición del visitante nuevas herramientas que harán su experiencia virtual más fácil, agradable y provechosa.



Nacional: **018000 519 991**
Bogotá: **307 7024** Celular: **#624**



— Se renovó también la oficina virtual, que es ahora un sitio pensado para brindarle cercanía e interacción a cada tipo de usuario. De un espacio exclusivamente transaccional, se ha convertido en un sitio filtrado según el perfil del visitante, con más herramientas y mejores servicios. A través de una navegación simplificada y más intuitiva, los clientes, tanto personas como empresas encontrarán, entre otras cosas, gestión de productos, pagos, informes y cotizaciones, información corporativa y de portafolio.

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.

PRODUCTOS DESARROLLADOS

	Microseguro	Descripción
Accidentes		Seguro de Accidentes Personales con Incapacidad Temporal.
Asistencia Domiciliaria		Atención de emergencias en el hogar.
Asistencia Médica		Atención a domicilio en caso de emergencia médica.
Asistencia Odontológica		Atención a domicilio en caso de emergencia odontológica.
Automóviles		Seguro de Automóviles modular.
Batería de Vida		Seguro de Accidentes Personales para taxistas.
Climático de Cosecha		Seguro Agrícola que, bajo el esquema de seguro subsidiado del Gobierno, incentiva y protege la producción agrícola, mejora económicamente a las familias y empresas del sector rural, promueve el ordenamiento económico del sector agropecuario y coadyuva al desarrollo del país, al disminuir el peso de los desastres climáticos.
Cuenta Protegida		Seguro del Hogar, que además cubre la factura energética en caso de desempleo o incapacidad temporal.
Desempleo e Incapacidad Temporal		Seguro de Vida modular con indemnización en caso de desempleo o incapacidad temporal.
Exequías		Seguro de Vida que cubre gastos de decesos.
Futurex Daños		Seguro del Hogar y PYME que ampara hogar y microempresa, tanto la edificación como sus contenidos, sin importar su ubicación geográfica a nivel nacional, ni el tipo de materiales utilizados en la construcción, beneficiando así a un mayor número de personas de los sectores más vulnerables.
Garantía Extendida		Seguro que extiende la garantía de fábrica de un producto amparando mano de obra y repuestos que sean necesarios para restablecer las condiciones normales de funcionamiento del mismo.
Hogar		Seguro del Hogar modular, que cubre tanto el contenido como el continente, incluso en caso de catástrofes naturales.
Vida con Periodos 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.

Reclamaciones

Sistema de Atención a los Consumidores Financieros (SAC)

MAPFRE COLOMBIA, de acuerdo con la Ley 1328 de 2009, y siendo una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, implementó el Sistema de Atención a los Consumidores Financieros (SAC).

El SAC propende porque:

- Se consolide al interior de cada entidad una cultura de atención, respeto y servicio a los consumidores financieros.
- Se adopten sistemas para suministrarles información adecuada a los clientes.
- Se fortalezcan los procedimientos para la atención de sus quejas, peticiones y reclamos.

— Se propicie la protección de los derechos del consumidor financiero, así como la educación financiera de éstos.

Dentro del SAC existe el Sistema PQR, herramienta para que el cliente pueda reportar directamente a la entidad las Peticiones, Quejas y Reclamos que tenga acerca de productos y servicios.

QUEJAS Y RECLAMACIONES RECIBIDAS Y TRAMITADAS POR LA ENTIDAD

Recibidas	2.725
Admitidas	1.485
Resueltas	2.558
Con contenido económico	1.962
Respecto de incidencias en la operativa	1.926

Defensoría del Consumidor Financiero

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.

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 RECLAMACIONES RECIBIDAS Y TRAMITADAS POR LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

Recibidas	78
Admitidas	69
Resueltas	71
Con contenido económico	21
Respecto de incidencias en la operativa	43

La calidad en MAPFRE COLOMBIA

Las entidades del Grupo trabajan de forma permanente para conseguir elevados niveles de calidad en el servicio que presta a sus asegurados y clientes especialmente para la rápida, eficaz y equitativa atención y liquidación de los siniestros. Este compromiso de calidad es una constante en todos los países en los que MAPFRE opera. Además de los sistemas internos de seguimiento de la calidad, MAPFRE utiliza los establecidos por diferentes organismos acreditados del sector sobre calidad de los procesos, tanto en la contratación como en la prestación de los servicios.

Política general de calidad

Trabajamos bajo la filosofía de calidad y orientados por nuestros principios institucionales. Así nos proponemos la satisfacción del cliente comprometiéndonos a cumplir los requisitos de los servicios ofrecidos, su legislación y su constante mejoramiento a través del Sistema de Gestión de Calidad.

Sistema de gestión de calidad

El sistema de gestión de calidad garantiza un servicio de alto nivel, oportuno, confiable y capaz, permitiéndonos optimizar nuestros procesos, el diseño y mejoramiento continuo de los mismos. También nos ayuda a seleccionar el personal idóneo y altamente capacitado para satisfacer las necesidades de nuestros asegurados, proveedores e intermediarios. Así mismo, facilita el ordenamiento metódico y la planificación de nuestras actividades, avalando la detección y atención de las exigencias de nuestros clientes y eliminando las causas de potenciales problemas.

Certificaciones

MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A. recibió del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC, agencia nacional de la Organización Internacional de Normalización ISO, e IQNet Certificado de Gestión de Calidad NTC-ISO 9001:2008 e IQNet en las siguientes actividades:

- Servicio de atención de siniestros, recaudo, cobranza y pago a asegurados con pólizas de seguros de Automóviles y seguros Generales, a nivel nacional
- Liquidación y pago de comisiones a intermediarios.
- Comercialización de productos y prestación de servicios contratados en las pólizas de seguros de los ramos de Automóviles y Generales a nivel nacional.
- El Certificado obtenido en 2003, fue renovado por última vez en diciembre de 2009 con vencimiento en diciembre 2012.

Satisfacción del cliente

Hacemos un seguimiento especial de la calidad del servicio mediante la realización de encuestas de percepción del servicio, físicas, telefónicas y en línea, en las que se miden entre otros los siguientes parámetros: nivel de resolución de solicitudes; calidad percibida y calidad ofrecida, oportunidad en la atención, claridad de la información entregada, actitud de servicio, rapidez de respuesta, satisfacción con la indemnización. Durante 2011 se realizaron más de 45.000 mediciones por diferentes canales a diferentes procesos.

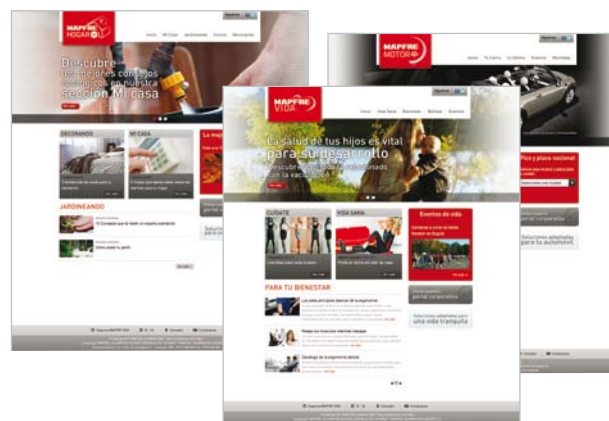
RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

ÁREA	ENE - DIC 2010	ENE - DIC 2011
Autos	91,00%	94,34%
Generales	90,00%	95,52%
Arrendamiento	-	90,32%
Atención telefónica	95,00%	93,47%
Asistencia	99,00%	98,87%
ACTUAL	93,75%	94,51%
META	95,00%	95,00%

Fidelización

Micrositios de fidelización

Se desarrollaron los micrositios de fidelización, porque MAPFRE conoce, entiende y quiere convertirse en algo que más que una aseguradora para sus clientes. Cuentan con promociones y beneficios especiales y tratan temas de la categoría de cada producto pero cercanos a la cotidianidad. Hogar: decoración, cocina, jardinería, recetas. Vida: salud, bienestar, belleza, eventos deportivos y culturales. Automóviles: tecnología, seguridad, eventos automovilísticos, Pico y Placa.



Micrositios de fidelización.

Campañas de fidelización

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vinculación, en MAPFRE COLOMBIA se llevaron a cabo diferentes acciones de fidelización y estrategias de mercadeo en 2011:

- **Venta cruzada:** con clientes vigentes de pólizas individuales, ofreciéndoles, por su perfil, permanencia y siniestralidad, un obsequio a la compra de otras pólizas que complementarán su portafolio de seguros con MAPFRE.
- **Estacional mes de la madre:** se llevó a cabo la campaña estacional con motivo del mes de la madre (mayo), ofreciéndoles a las nuevas clientes individuales un descuento del 20% en la Póliza de Automóviles Mujer y un obsequio en las pólizas de Vida Individual.
- **Estacional mes del padre:** se llevó a cabo la campaña estacional con motivo del mes del padre (junio), ofreciéndoles a los nuevos clientes individuales un descuento del 20% en la Póliza de Automóviles Familiar y un obsequio en las pólizas de Vida Individual.



Estacional mes de la madre.

— **Estacional pasión y encanto:** se llevó a cabo la campaña estacional con motivo de los meses de amor y amistad (septiembre) y halloween (octubre), ofreciéndoles a los nuevos clientes individuales un descuento del 10% en las pólizas de Automóviles, obsequios en las pólizas de Salud, y descuento hasta del 20%, más obsequio de una Póliza de Exequias por 6 meses para el grupo familiar básico, por la compra de un Seguro del Hogar.

— **Estacional fin de año:** se llevó a cabo la campaña estacional con motivo de fin de año (noviembre y diciembre), ofreciéndoles a los nuevos clientes de Vida Individual un obsequio de Póliza de Cáncer de Seno o de Próstata por \$30.000.000 de valor asegurado, durante un año, a los de Automóviles un descuento del 10%, y a los de Salud un obsequio.

— **Plan de referidos:** se llevó a cabo la campaña plan de referidos, en la que invitamos a los clientes individuales a ser multiplicadores de bienestar y protección refiriéndonos un cliente nuevo. Entregamos un obsequio de catálogo, previa confirmación relación con el referido y condicionamos la entrega a la firma de la Póliza por el referido y a la recaudación de la prima.

— **Plan de fidelización de automóviles:** segmentamos clientes vigentes según siniestralidad y antigüedad en tres categorías (Tradicional, Oro, Platino), y les otorgamos un plan de beneficios automáticamente, así:

Plan de referidos.

TRADICIONAL:	ORO:	PLATINO
Deducible de pérdida total del 10%.	Deducible de pérdida total del 0%.	Deducible de pérdida total del 0%.
Deducible de pérdida parcial del 10%.	Deducible de pérdida parcial del 10%.	Deducible de pérdida parcial del 5%.
Disminución de descuento por no reclamación del 20%.	Disminución de descuento por no reclamación del 10%.	Disminución de descuento por no reclamación del 10%.
Vehículo de reemplazo.	Vehículo de reemplazo.	Vehículo de reemplazo.
Asistencia Exequial.	Asistencia Exequial.	Asistencia Exequial.
Asistencia al Hogar.	Asistencia al Hogar.	Asistencia al Hogar.
Descuento en revisión técnico mecánica del 50%.	Descuento en revisión técnico mecánica del 75%.	Descuento en revisión técnico mecánica del 100%.
	Descuento examen médico licencia conducción del 50%.	Descuento examen médico licencia conducción del 50%.
	Accidentes Personales (5 millones).	Accidentes Personales (10 millones).
	Descuento para siguientes vehículos del 20%.	Descuento para siguientes vehículos del 30%.
	Asesoría en la compra de vehículo usado.	Asesoría en la compra de vehículo usado.
	Gestión en pérdida de documentos.	Gestión en pérdida de documentos.
	Soporte informático.	Soporte informático.
		Pequeños accesorios.
		Estallidos de llantas.
		No afectación de descuento por no reclamación por PTH.

Extendimos la estrategia a nuevos clientes y ex clientes: en la vinculación por traslado desde otra Compañía y en el reintegro sin siniestro con aumento de descuento técnico.

Adicionalmente, durante 2011 se realizaron otras acciones de fidelización para clientes, con su respectivo apoyo en comunicaciones:

- Se efectuaron 5.250 llamadas de bienvenida a clientes con nuevas pólizas.
- Se enviaron 6.024 tarjetas de cumpleaños a clientes Vida Individual y Generales, acompañadas con llamada de felicitación efectuada desde el MAPFRE Si 24.
- Se enviaron semestralmente de 20.000 unidades del Boletín Cliente MAPFRE, con las principales noticias y novedades de la compañía.
- El 14 y 15 de julio se realizó el IX Seminario Gerencia de Riesgos, evento anual dirigido a los clientes corporativos más importantes donde a través de invitados internacionales se tratan temas de interés que buscan brindar formación especializada; en esta versión trató la importancia de la valoración de riesgos de incendio en la gerencia de riesgos.
- Se envió bimestralmente la publicación electrónica Boletín Control de Riesgos, dirigida a los clientes empresariales que en diciembre 2011 llegó a la edición N° 47.
- Se enviaron 8.000 tarjetas de navidad corporativas, para acercarnos a nuestros clientes en una época importante del año generando proximidad y recordación de marca.
- Se enviaron 4.060 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 los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos

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.

Así, la red comercial de MAPFRE COLOMBIA está compuesta por 51 oficinas directas y 110 oficinas externas entre oficinas delegadas, oficinas exclusivas y oficinas franquiciadas. El conjunto de estas 161 oficinas lo manejan 12 oficinas regionales que dirigen y coordinan la actuación comercial en áreas geográficas determinadas; las regionales a su vez le responden a la oficina central (Dirección General - Vicepresidencia Comercial) sumando en total así 174 oficinas a nivel nacional.

ESTRUCTURA TERRITORIAL

TIPO OFICINA	2010	2011
Directa	48	51
Externa	109	110
— Delegada	81	84
— Exclusiva	3	2
— Franquicia	25	24
Regional	12	12
Oficina Central	1	1
Total Estructura	170	174

Profesionales de la intermediación

Información general

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, 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

TIPO	CANTIDAD
Agentes	1.121
Delegados	81
Corredores	29
Redes propias	292
TOTAL	1.523

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 la red 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 y, por otro, con la vocación multicanal de MAPFRE, que se adapta a las particularidades de cada canal de distribución para conseguir una relación profesional óptima.

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 COLOMBIA y del programa habitual de visitas para incentivar la oferta comercial.

Estos contactos personales se complementan con:

— **Portal de Intermediarios:** desde su renovación en 2011, es más que una oficina virtual. Es un nuevo mundo de servicios y contenidos online desarrollados exclusivamente para nuestros asesores, en el cual diversas utilidades complementan los canales tradicionales de acceso a información y prestación de servicios. Los intermediarios encuentran herramientas de gestión, indicadores, cumplimiento de metas, información general, consulta por clientes, noticias,



comunicación directa, fidelización, enlace directo con redes sociales, blogs y todo lo relativo a la familia MAPFRE.

- **Centro de Conservación de Cartera:** contacto a través de las plataformas operativas y telefónicas que cuenta con áreas para la atención de los intermediarios, donde pueden realizar todo tipo de consultas y recibir orientación técnica y comercial.
- **Boletín Agente MAPFRE:** boletín electrónico de carácter mensual que se envía a todo el cuerpo de intermediarios de la Compañía.
- **Boletín CIMA Comercial:** boletín electrónico de carácter mensual que se envía a la estructura comercial de la Compañía.
- **El Mundo de MAPFRE COLOMBIA:** revista de la Compañía que involucra temas de interés para la red comercial y cuenta con secciones enfocadas al entretenimiento y la calidad de vida de todos.
- **Focus CRM:** una solución de software CRM, complementaria a la plataforma existente, que le permitirá a la MAPFRE COLOMBIA pasar de manera homogénea y eficaz, del nivel operativo a un nivel más estratégico, habilitando a la red comercial para realizar el registro y seguimiento de sus gestiones desde cualquier lugar a través de la Web.
- **E-mailing:** servicio de mensajería a través del correo electrónico sobre las últimas noticias de la empresa y el Grupo.

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 su red comercial es la importancia concedida a la formación. Con el objetivo de desarrollar, potencializar y fidelizar a la fuerza de ventas a través de programas y herramientas que permitan incrementar los estándares de productividad y rentabilidad, la gestión de formación durante 2011 se enfocó en:

- **Intermediarios:** conocimientos básicos y específicos de productos, habilidades comerciales, desarrollo de la visión y la gestión empresarial, y sentido de pertenencia con la organización.



Boletín CIMA Comercial.

- **Gerentes comerciales (empleados - red comercial):** el mantenimiento de altos estándares de productividad y el desarrollo, crecimiento y optimización de la gestión comercial a través del desarrollo de habilidades gerenciales.
- **Directores comerciales (empleados - red comercial):** el desarrollo de las competencias del cargo, y fortalecimiento de las habilidades que les permitan apoyar, motivar, instruir y proporcionar los conocimientos necesarios a sus equipos de trabajo.



Revista El Mundo de MAPFRE COLOMBIA.

FORMACIÓN INTERMEDIARIOS

TIPO	MODALIDAD	ASISTENTES	HORAS
Comercial	Presencial	1.600	5.028
	Multimedia	205	410
Corporativa	Presencial	n/a	n/a
	Multimedia	n/a	n/a
Técnica	Presencial	n/a	n/a
	Multimedia	n/a	n/a

FORMACIÓN EMPLEADOS (RED COMERCIAL)

TIPO	MODALIDAD	ASISTENTES	HORAS
Comercial	Presencial	424	82
	Multimedia	n/a	n/a
Corporativa	Presencial	n/a	n/a
	Multimedia	n/a	n/a
Técnica	Presencial	520	126
	Multimedia	n/a	n/a

Cabe mencionar además la formación impartida a los nuevos intermediarios. A lo largo de 2011 se han formado 448 nuevos intermediarios con una inversión de 3.300 horas de formación en los aspectos básicos de seguros y en todo lo referente a productos, en combinación con talleres de venta consultiva, a fin de desarrollar las competencias comerciales, aumentando así su efectividad comercial.

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 la organización:

- Participando de programas de capacitación continuada de alta calidad.
- Recibiendo asesoría 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.

Incentivos y fidelización

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

— **Convención de Ventas:** es el incentivo comercial más importante de la Compañía. Participan todos los intermediarios y, dependiendo de su clase, acceden a un cupo por cumplimiento de metas de producción, crecimiento, siniestralidad y número de negocios nuevos.

— **Top 10 Clave Maestra:** el ranking de intermediarios que reconoce a los 10 mejores asesores en 4 categorías (agencias, agentes independientes, redes propias, delegados), teniendo en cuenta producción, rentabilidad, siniestralidad y crecimiento.

— **Círculo Dorado:** programa que premia a los asesores convencionalistas, ganadores de ranking por categorías y zonas, con base en los principios de la Compañía en producción y siniestralidad.

— **Renta Red:** programa que premia a los asesores más rentables de la Compañía, con base en los principios de producción y siniestralidad.

— **Club Trébol:** programa que premia a los asesores productivos de la Compañía, con base en los principios de cumplimiento de metas por nivel de asesor.

Asociación de intermediarios

La Corporación de Intermediarios de MAPFRE - INTERMAP, es una persona jurídica de derecho privado, empresa asociativa, sin ánimo de lucro, regida por la ley, que tiene como objetivo general promover los vínculos de solidaridad y compañerismo entre sus asociados, desarrollando programas de beneficio social y aquellas actividades que conduzcan al mejoramiento social, económico y cultural del asociado, su familia y de la comunidad en general, a través de las siguientes secciones: sección aportes y crédito, sección bienestar social y sección mercadeo.

Para asociarse además de algunos requisitos, se debe tener vigente el registro como intermediario en MAPFRE COLOMBIA o cualquier otra compañía del Grupo MAPFRE.

Acuerdos de distribución

Para la distribución de sus productos de seguro y microseguro, ofrecer una atención especializada y complementar la capacidad de distribución de su red comercial, MAPFRE COLOMBIA mantiene acuerdos de distribución con diferentes entidades tales como bancos, financieras, cajas de compensación, empresas de servicios públicos, ONG, supermercados, concesionarios de automóviles, entre otras. En 2011 se firmaron nuevos acuerdos de distribución con el Banco Santander y con Multiservicios. De los acuerdos firmados en años anteriores el más importante es el de microseguros con Codensa, el cual está vigente desde el año 2003 y a cierre de 2011 ya registraba casi un millón de clientes asegurados.

En MAPFRE COLOMBIA existe el Manual Logístico, en cuyos capítulos I y II se consideran las pautas para el registro y evaluación de proveedores, así como todo lo relacionado con la contratación y el seguimiento de proveedores.

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.

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 2011 con 1.012 proveedores y el coste total facturado por los proveedores se presenta en el siguiente desglose:

TIPO	2010		2011	
	Nº	FACTURACIÓN	Nº	FACTURACIÓN
Bienes y servicios de carácter general	411	7.077.029.905	574	2.351.292.681
Bienes y servicios específicos	1.447	22.708.835.557	401	13.169.496.749
Bienes y servicios tecnológicos	102	10.245.865.768	37	10.484.979,00

Canales de relación y sistemas de apoyo

Con carácter general, la relación con los proveedores se articula a través de la Web (oficina virtual) y la plataforma telefónica, 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.

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.

Además de estos criterios generales, en MAPFRE COLOMBIA existe el Manual Logístico, en cuyos capítulos I y II se consideran las pautas para el registro y evaluación de proveedores, así como todo lo relacionado con la contratación y el seguimiento de proveedores.

Así mismo, MAPFRE COLOMBIA cuenta con el documento de Política de Proveedores de Salud, para la selección de proveedores sanitarios.

Fidelización

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE COLOMBIA es alta. Para determinar el grado de satisfacción de los proveedores, se aplica la encuesta de satisfacción de proveedores, que arrojó los siguientes resultados:

RESULTADOS ENCUESTA PROVEEDORES 2011

Antigüedad	94,9 % trabajan con MAPFRE hace más de 1 año.
Satisfacción	96,9% está satisfecho o completamente satisfecho de trabajar con MAPFRE.
Herramienta de pagos	60,2% de los proveedores conoce la herramienta para consulta de pagos.
Recomienda la compañía	97% de los proveedores recomienda a MAPFRE COLOMBIA como cliente.

Un aspecto a destacar es que la rotación de los proveedores que colaboran con MAPFRE COLOMBIA es en general reducida y siendo la rapidez en el pago uno de los factores más valorados.

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 siguientes acciones formativas realizadas en 2011:

- Capacitación para brigadas.
- Capacitación en calidad de servicio al cliente, efectividad de los procesos y control de proveedores subcontratados.
- Cursos de trabajo seguro en las alturas.
- Curso de tipos de contratos.
- Curso de responsabilidad civil.
- Capacitación SAC para proveedores funerarios.



*Sede Dirección General de
MAPFRE COLOMBIA.*

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.

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.

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 añadido: 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.

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:

- 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.

Es de destacar que 15 proveedores de MAPFRE COLOMBIA cuentan con certificaciones de calidad.



5



5

Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA

La actual 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.

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 medioambiental, 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.

La actual 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.



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 se alinea con la norma ISO 14001, en la cual se especifican los requisitos de un SGA aplicable a todo tipo de organización. 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.



Procesos de control y evaluación de impacto ambiental directo

Se ha continuado avanzando en el cumplimiento de los objetivos establecidos en relación al impacto ambiental realizándose Diagnóstico Medioambiental del edificio de la Dirección General de MAPFRE COLOMBIA en Bogotá, en el que se han identificado y evaluado los aspectos ambientales, así como los procedimientos para el control y minimización de su impacto. Como resultado, se han elaborado planes de acción que contienen propuestas de mejora.

Gestión de recursos y residuos en MAPFRE COLOMBIA

- El edificio de la Dirección General en Bogotá, cuenta con sistema de sensores para activación de iluminación lo que permite tener control sobre este recurso. En momento de desocupación las zonas establecidas para oficina permanecen apagadas.
- Los sistemas de ventilación mecánica y extracción de baños y sótano no son permanentes, se encienden en horas establecidas durante el día.
- Los baños tienen sistemas de push en lavamanos y sanitarios lo cual evita pérdida de agua por apertura prolongada de estas salidas.
- Se realizan campañas de concientización a los ocupantes del edificio mediante mensajes que se colocan en zonas comunes (baños y cafetería) que invitan al buen uso de los recursos.
- Adicionalmente se ha sostenido la campaña de cambio de los vasos de plástico y de poliestireno expandido por mugs institucionales y vasos de cartón biodegradable. Los mugs institucionales son para uso en el puesto de trabajo. Al realizar las rondas de servicio, el personal de cafetería no tiene a disposición vasos de cartón para empleados y colaboradores. Los vasos de cartón son para uso exclusivo de visitantes tales como intermediarios, clientes y proveedores.

Promoción de la responsabilidad medioambiental

Organismos y administraciones públicas

A nivel global MAPFRE participa en foros medioambientales como el Pacto Mundial y el Programa Medioambiental de las Naciones Unidas para Entidades Financieras y Sector Seguros (UNEP FI).

Los trabajos que la Comisión de Seguros de UNEP FI, con la participación de

MAPFRE, está realizando sobre la contribución a la sostenibilidad del negocio asegurador han dado como fruto el documento sobre Principios de Aseguramiento Sostenible, que establece criterios de comportamiento y compromisos de las entidades aseguradoras para encarar los retos medioambientales, además de los sociales y de gobierno corporativo, que también se encuentran afectados por los Principios.

Asimismo, MAPFRE participa en grupos de trabajo, congresos y otros foros relacionados con el análisis y evaluación de riesgos medioambientales, el cambio climático y los gases de efecto invernadero, y la gestión de residuos; y ha firmado acuerdos de colaboración con organismos públicos relevantes en relación al ahorro de agua y a la eficiencia energética.

MAPFRE ha suscrito la declaración de Kyoto de la Asociación de Ginebra, que establece compromisos de Impulso a la Investigación para la evaluación y gestión de los riesgos relacionados con el clima; desarrollo de productos que incentiven la compensación o la reducción de los niveles de emisión de gases de efecto invernadero; desarrollo de proyectos de energía de bajas emisiones; mejora de la información a los clientes acerca de sus niveles de riesgo relacionados con el clima; estrategias de mitigación y adaptación y de beneficios financieros que éstas suponen; y reducción la "huella de carbono" de la propia industria aseguradora.

También colabora en aquellas iniciativas que pretenden la concienciación de la sociedad ante los retos de sostenibilidad y los riesgos asociados al Cambio Climático.

Por lo que se refiere al desempeño medioambiental global, MAPFRE mantiene su compromiso de transparencia, respaldado por la divulgación de sus metas, procedimientos e indicadores medioambientales y energéticos en encuestas de sostenibilidad como la del Dow Jones Sustainability Index, en el que figura desde 2010. Además, el Grupo respalda programas medioambientales de difusión mundial como el Carbon Disclosure Project, al que se ha adherido en 2011.

MAPFRE figura en los Informes "Europa 300" e "Iberia 125" del Carbon Disclosure Project 2011.

Proveedores

MAPFRE contribuye al desempeño ambiental de sus proveedores. Las cláusulas medioambientales figuran de forma sistemática en los pliegos de contratación, lo mismo que los criterios de sostenibilidad en las especificaciones de compra y en las matrices utilizadas para las comparaciones de ofertas, con especial atención a los suministros corporativos de gran envergadura.

Además, se proporcionan procedimientos de actuación a los proveedores de actividades o servicios con impacto en el entorno que operen en centros de trabajo con certificado ambiental, con el objetivo de informarles sobre buenas prácticas en el desarrollo de su actividad.

MAPFRE COLOMBIA tiene 3 proveedores que cuentan con certificaciones medioambientales en Trabajo en Alturas y en Manejo de Cadáveres y Residuos.

Empleados

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

- Puesto de trabajo más saludable (mejor uso del espacio, reducción de calor).
- Ahorro en el consumo de energía (90%).
- Acceso remoto desde cualquier lugar del mundo mediante un computador y una conexión a Internet, a las aplicaciones e información asignada a cada usuario, evitando el desplazamiento (uso de medios de transporte contaminantes tales como bus y carro) hasta la oficina para cumplir estas funciones.

Indicadores de desempeño medioambiental de MAPFRE COLOMBIA

INDICADORES 2011 EDIFICIO D.G. MAPFRE BOGOTÁ	
CONSUMO DE RECURSOS	
Consumo energía eléctrica (MWh)	763,9
Total energía consumida (MWh)	763,9
Consumo de agua (m3)	2.664,0
Consumo de papel (Tm)	18,5
Emisiones directas (Tm CO2)	0,0
Emisiones indirectas consumo eléctrico. (Tm CO2)	207,8
GESTIÓN DE RESIDUOS	
Papel reciclado* (Tm)	18,5
Tóner reciclado (kg)	308,8(4)
Ordenadores y Equipos electrónicos (Kg) ⁷	0,0
Pilas (kg)	0,0
Residuos sanitarios (Kg) ⁸	25
Fluorescentes (Kg)	0,0
Residuos peligrosos totales (Tm)	0,03
Total residuos gestionados (Tm) ⁹	0,3

⁷ Los ordenadores o equipos electrónicos fuera de uso se devuelven al proveedor de leasing en su gran mayoría, hay un muy bajo porcentaje que son propiedad de la Compañía y estos se venden.

⁸ Residuos provenientes del consultorio médico que se almacenan en un cuarto aislado que cumple con los requerimientos de la Secretaría de Salud del Distrito Capital, y que son recogidos semanalmente por ECOCAPITAL, empresa prestadora de este servicio.

⁹ No se incluyen teléfonos móviles.

6



6

Información complementaria

Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social

Alcance y perfil

Como en años anteriores, MAPFRE COLOMBIA ha elaborado su Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3.1, tanto las relativas a indicadores generales, centrales y adicionales, como las correspondientes al Sector Financiero aplicables a las entidades aseguradoras¹⁰. El Informe da cobertura a las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador, en el que MAPFRE COLOMBIA desarrolla fundamentalmente sus actividades.

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 nueva herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social implantada en el Grupo durante 2011.

Claridad, precisión y exhaustividad

La información se expone de forma sistemática, incluyendo un índice general que facilita su lectura (página 1), y un índice global de indicadores GRI 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 tres ejercicios de MAPFRE COLOMBIA se encuentran disponibles para su consulta en la página web www.mapfre.com.co. Los informes del Grupo correspondientes a los últimos ocho ejercicios se encuentran disponibles para su consulta en la página web del Grupo (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 inclusividad¹¹

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

¹⁰ Además 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.

¹¹ El 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."

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.

Nivel de aplicación de los indicadores GRI v3.1

El presente Informe de Responsabilidad Social se ha realizado conforme a los requisitos exigidos por el nivel de aplicación B+ de la Guía de Elaboración de Memorias de Responsabilidad Social G3.1 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 MAPFRE 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 MAPFRE COLOMBIA a través de:

- La Gerencia de Recursos Humanos: mhenaop@mapfre.com.co
- La Gerencia de Procesos y Proyectos Especiales: dromero@mapfre.com.co
- La Gerencia de Mercadeo y Publicidad: 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) 6503300; Fax: (+57) (+1) 650 3400; Bogotá, D.C. - Colombia.



Índice de indicadores GRI 2011

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	✓	— Pags.: 4-5; 15-21
1.2	✓	— Pags.: 4-5; 19-20
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1	✓	MAPFRE COLOMBIA
2.2	✓	— Pags.: 31-41
2.3	✓	— Pags.: 7-11; 53
2.4	✓	Carrera 14 N° 96-34 Bogotá, D. C. – Colombia
2.5	✓	— Pag.: 11
2.6	✓	— Pag.: 7
2.7	✓	— Pags.: 31-41
2.8	✓	— Pag.: 12
2.9	✓	No se han producido en MAPFRE COLOMBIA cambios significativos durante el 2011.
2.10	✓	— Pag. 21
PARÁMETROS DE LA MEMORIA		
3.1	✓	2011
3.2	✓	Informe Anual 2010 Responsabilidad Social MAPFRE COLOMBIA
PERFIL DE LA MEMORIA		
3.3	✓	Anual
3.4	✓	— Pag.: 56

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5	✓	— El Informe da cobertura a todas las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador en el que MAPFRE COLOMBIA desarrolla sus principales actividades.
3.6	✓	— Pags.: 4-5; 67-69
3.7	✓	
3.8	✓	
3.9	✓	
3.10	N.A.	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.
3.11	N.A.	
ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI		
3.12	✓	— Pags.: 56-63
VERIFICACIÓN		
3.13	✓	— Pags.: 4-5; 67-69
GOBIERNO		
4.1	✓	El Comité de Dirección de MAPFRE COLOMBIA está dirigido 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	✓	— Pag.: 13
4.3	✓	



Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
4.4	✓	— Pags.: 17, 27 — Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com)
4.5	✓	— Pags.: 23-30 — Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com)
4.6	✓	— Pags.: 13; 16-19 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com)
4.7	✓	
4.8	✓	— Pags.: 4-5; 15-21; 23-41; 49-51 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com)
4.9	✓	— Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Pags.: 4-5; 20; 53-54; 23-30
4.10	✓	— Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com)

COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS

4.11	✓	— Pag.: 20
4.12	✓	— Pags.: 4-5; 21 — 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 — Participación a nivel Grupo en el Informe del Carbon Disclosure Project y patrocinio como entidad colaboradora del Carbon Disclosure Project Iberia (www.cdproject.net) — Pags.: 64-65

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
4.13	✓	— Pag.: 20

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.14	✓	— Pag.: 15 — La estructura del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE COLOMBIA, dedica un capítulo a los siguientes partes interesadas: empleados, clientes, profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos y proveedores. Además, MAPFRE dedica un capítulo a su Dimensión Medioambiental. — En cada uno de estos capítulos, dedicados a las partes interesadas, se trata de forma específica los canales de relación o atención que MAPFRE tiene establecidos
4.15	✓	— Pag.: 15
4.16	✓	— Pags.: 4-5; 53-54 — Ver indicador 4.14
4.17	✓	

Indicadores de desempeño económico

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

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
DESEMPEÑO ECONÓMICO		
EC1	✓	— Pags.: 25-26
EC2	✓	— Pags.: 19-20
EC3	✓	— Pags.: 23-30
EC4	N.D.	
PRESENCIA EN EL MERCADO		
EC5	✓	— En MAPFRE COLOMBIA se cumple lo dispuesto en la legislación laboral vigente. — Pags.: 25-26
EC6	✓	— Código Ético y de Conducta: epígrafe 3.2.3 — Pags.: 15-21
EC7	✓	— En MAPFRE COLOMBIA, la mayoría de altos directivos son de origen local. — 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."
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS		
EC8	N.A.	
EC9	N.A.	

Indicadores de desempeño ambiental

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
MATERIALES		
EN1	✓	Ver punto 5.5 Indicadores de desempeño medioambiental de MAPFRE COLOMBIA
EN2	N.D.	
ENERGÍA		
EN3	✓	— Pag.: 50
EN4	N.D.	
EN5	N.D.	
EN6	✓	— Pag.: 50
EN7	✓	— Pag.: 50
AGUA		
EN8	N.D.	
EN9	N.A.	
EN10	N.A.	

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
BIODIVERSIDAD		
EN11	N.A.	Las instalaciones de MAPFRE COLOMBIA no se encuentran ubicadas en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.
EN12	N.A.	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.
EN13	N.A.	Hábitats protegidos o restaurados.
EN14	N.A.	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.
EN15	N.A.	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitat se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
EN16	N.D.	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.
EN17	N.D.	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.
EN18	N.D.	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.
EN19	N.D.	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.
EN20	N.A.	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.
EN21	N.A.	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.
EN22	✓	— Pag.: 50
EN23	✓	No tenemos constancia de que se hayan producido en 2011 derrames significativos en los establecimientos e instalaciones gestionadas por MAPFRE COLOMBIA, ni de que se hayan activado, por tanto, planes de actuación de emergencia ambiental en dicho sentido.
EN24	N.A.	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
EN25	✓	Las instalaciones de MAPFRE COLOMBIA no se encuentran ubicadas en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.
PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN26	N.A.	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.
EN27	N.A.	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.
CUPLIMIENTO NORMATIVO		
EN28	✓	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, durante el ejercicio 2011.
TRANSPORTE		
EN29	N.A.	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.
GENERAL		
EN30	N.D.	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.

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
EMPLEO		
LA1	✓	— Pag.: 23
LA2	✓	
LA3	✓	— Pags.: 25-26
LA15	N.D.	
RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES		
LA4	✓	
LA5	✓	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	✓	— Pags.: 27-28
LA7	✓	— Pags.: 27-28
LA8	✓	— Pags.: 27-28
LA9	✓	— Pags.: 27-28 Ver indicador LA6
LA10	✓	— Pag.: 25
LA11	✓	— Pag.: 25
LA12	✓	— Pag.: 24

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13	✓	— Pag.: 23
LA14	✓	— Pags.: 25-26
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		
HR1	✓	— Pags.: 23-30 — Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com) — Código Ético y de Conducta. (Art. 3.2.3)
HR2		
HR3	✓	— Pags.: 25-27 — Ver indicador S03
NO DISCRIMINACIÓN		
HR4	✓	En 2011 no consta ninguna demanda laboral vigente relativa a situaciones o actuaciones discriminatorias.
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
HR5	✓	No existen actividades que pongan en riesgo el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos. — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Código Ético y de Conducta.
HR6	✓	
TRABAJOS FORZADOS		
HR7	✓	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.
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD		
HR8	✓	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.



Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
DERECHOS DE LOS INDÍGENAS		
HR9	✓	No se tiene constancia de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas. — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com) — Código Ético y de Conducta.
HR10	✓	— Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) — Pertenencia de MAPFRE al FOOTSE4Good y FOOTSE4Good IBEX Pacto Mundial; DJSI
MEDIDAS CORRECTORAS		
HR11		— Relacionado con indicadores HR5, HR6 y HR7 — Ver Código de Ética y Conducta.
COMUNIDAD LOCAL		
S01	✓	El tipo de actividad que desarrolla MAPFRE COLOMBIA no tiene un impacto significativo en las comunidades. Por otra parte, existe un procedimiento para la apertura de nuevas oficinas comerciales que, entre otros aspectos, analiza la viabilidad económica de la misma, con el objetivo de que perdure en el tiempo y sea rentable, beneficiando a la comunidad en la que se implanta. — Pags.: 4-5; 15-21
S09	✓	— Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) — Pertenencia de MAPFRE al FOOTSE4Good y FOOTSE4Good IBEX; DJSI
S10	✓	— Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) — Pertenencia de MAPFRE al FOOTSE4Good y FOOTSE4Good IBEX; DJSI
CORRUPCIÓN		
S02	✓	— Pags.: 16-19; 25 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).
S03	✓	
S04	✓	No se ha producido ningún incidente significativo de corrupción durante 2011. MAPFRE COLOMBIA dispone de mecanismos de control para evitar este tipo de comportamientos dentro de la organización.
POLÍTICA PÚBLICA		
S05	N.A.	El Código de Buen Gobierno de MAPFRE publicado en la Web corporativa. www.mapfre.com, no permite este tipo de prácticas.
S06	N.A.	Código Ético y de Conducta.

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL		
S07	✓	No tenemos constancia de que en MAPFRE COLOMBIA, se hayan producido acciones respecto a estas causas.
CUMPLIMIENTO		
S08	✓	No se han producido multas ni sanciones significativas derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.
SAUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
PR1	N.A.	Los productos y servicios aseguradores de MAPFRE COLOMBIA no afectan a la salud y seguridad de los clientes. 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.
PR2	N.A.	
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
PR3	✓	MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en la Ley. Además, aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. — Pags.: 15-21; 23-30 — Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com)
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.
PR5	✓	Pags.: 31-41

Indicadores de desempeño social

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
MARKETING		
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	✓	<ul style="list-style-type: none"> – MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto por el Grupo en la Guía de Buenas prácticas en materia de transparencia y publicidad. – Asimismo, 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. – Pags.: 37-38
PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	✓	No tenemos constancia de que se encuentren pendientes de tramitación multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos de las regulaciones relativas a comunicaciones de marketing, publicidad, la promoción y el patrocinio.
PRIVACIDAD DEL CLIENTE		
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	✓	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 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	✓	No se han producido multas significativas en relación a este tema durante el 2011.

Indicadores GRI Suplemento Financiero

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

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
MARKETING		
FS1	✓	— Pags.: 4-5; 15-21; 49-51
FS2	✓	— Pags.: 19-20; 49-51
FS3	✓	— Pág.: 18
FS4	✓	— Pags.: 25; 51
FS5	✓	— Pags.: 31; 49-51
CARTERA DE PRODUCTO		
FS6	✓	— Pags.: 31-41
FS7	✓	— Pags.: 31-41
FS8	N.D.	
PRIVACIDAD DEL CLIENTE		
FS9	✓	— En MAPFRE COLOMBIA, la Dirección de Auditoría Interna ha realizado auditorías sobre varios aspectos vinculados a la Responsabilidad Social. — Pags.: 4-5; 15-21
GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD		
FS10	N.D.	
FS11	N.A.	
FS12	N.A.	

Indicador GRI	Disponibilidad	Localización en el Informe / Comentarios
COMUNIDAD		
FS13	✓	— Pags.: 31-41 Pags.: 7-13
FS14	✓	— Pág.: 31-41 Pág.: 37
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
FS15	✓	— MAPFRE COLOMBIA aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. — Pags.: 37-38; 15-21
COMUNICACIONES DE MARKETING		
FS16	✓	— 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.loteriadela vida.com). — MAPFRE, con la colaboración de la FUNDACIÓN MAPFRE, promueve y fomenta el conocimiento del seguro (www.fundacionmapfre.com) — Pág.: 25

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.

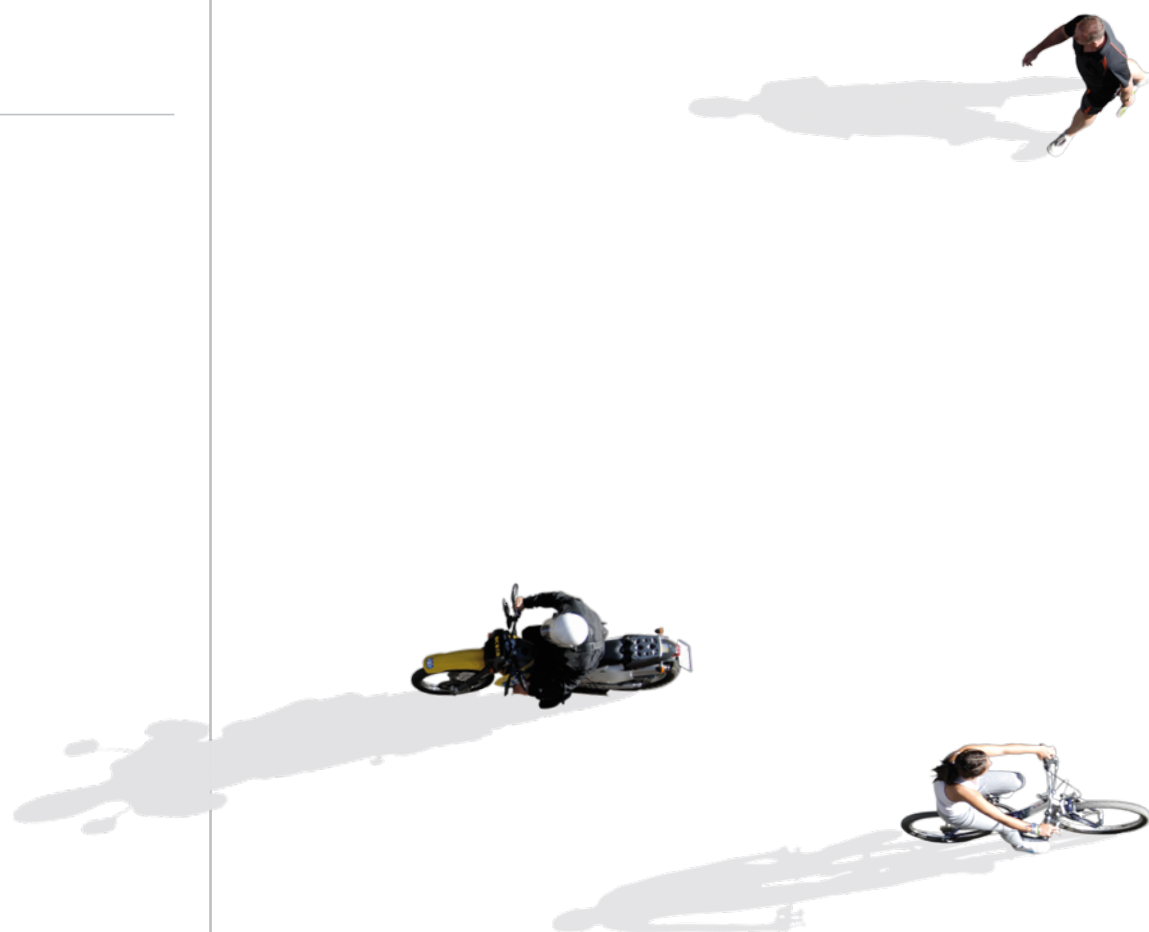
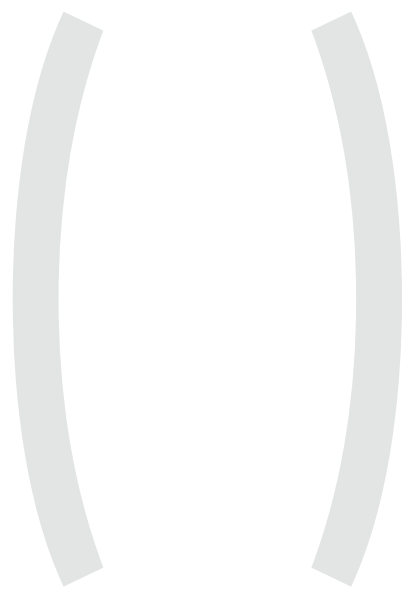
ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3*	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
DERECHOS HUMANOS	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - No discriminación: HR4 - Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6, - Trabajos forzados: HR7 - Prácticas de seguridad: HR8 - Derechos de los indígenas: HR9 - Relación Empresa/Trabajadores: LA4 - Salud y seguridad en el trabajo: LA6-LA9 - Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 - Política Pública: S05 - Salud y seguridad del cliente: PR1, PR2, - Privacidad del cliente: PR8. <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC5</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 4: Reducir la Mortalidad Infantil</p> <p>Objetivo 5: Fomentar la salud materna</p> <p>Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades</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> <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - No discriminación: HR4 - Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6, - Trabajos forzados: HR7 - Prácticas de seguridad: HR8 - Derechos de los indígenas: HR9 - Evaluación: HR10 - Medidas correctivas: HR11 - Política Pública: S05 	
DERECHOS LABORALES	3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relación Empresa/Trabajadores: LA4-LA5 - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5 - Política Pública: S05 	<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> <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - Trabajos forzados: HR7 - Política Pública: S05 	<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> <ul style="list-style-type: none"> - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - Libertad de asociación y convenios colectivos: HR6 - Política Pública: S05 	<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> <ul style="list-style-type: none"> - Empleo: LA2, LA15 - Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 - Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 - No discriminación: HR4 - Política Pública: S05 <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.	<p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2</p> <p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emisiones, vertidos y residuos: EN18 - Productos y servicios: EN26 - General: EN30, <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Política Pública: S05 	<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> <p>Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente</p>
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	<p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Política Pública: S05 - Etiquetado de productos y servicios: PR3, PR4. 	<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> <p>Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente</p>
	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente	<p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materiales: EN2 - Energía: EN5-EN7 - Agua: EN10 - Emisiones, vertidos y residuos: EN18 - Productos y servicios: EN26, EN27 - General: EN30 <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Política Pública: S05 	<p>Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio</p>
ANTICORRUPCIÓN	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunidad: S02-S04 - Política Pública: S05-S06 	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>

[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]



Informe de Verificación Externa



INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2011

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 de MAPFRE 2011, a nivel global, a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1 (G3) y el suplemento sectorial financiero.

El perímetro considerado por Mapfre para la elaboración de su Informe Anual de Responsabilidad Social 2011 incluye las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE a nivel mundial.

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 de revisión 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) con un alcance de nivel limitado y la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).

Las revisiones efectuadas se refieren al ejercicio 2011, 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 2010.

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 el Consejo de Administración y los Comités relacionados con los diferentes aspectos de la Responsabilidad Social.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE 2011 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 de MAPFRE 2011 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 84% 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 es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

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 resultado de nuestra revisión del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2011, y con el alcance indicado, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en el mismo.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos

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.

Manuel Martínez Pedraza
Sócio

Madrid, 6 de febrero de 2012

INDICADORES DE COLOMBIA					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRÁCTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2		LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3		SO5
Presencia del mercado	EC5	Empleo	LA15	Política Pública	SO6
	EC6		LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA7		PR4
	EN4		LA8		PR5
Agua	EN8	Formación y Educación	LA9	Comunicaciones de Marketing	PR6
Biodiversidad	EN11		LA10		PR7
	EN12		LA11	PR8	
	EN13		Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA12	Privacidad del Cliente
	EN14	DERECHOS HUMANOS		Cumplimiento Normativo	PR9
	EN15	DERECHOS HUMANOS		SUPLEMENTO C/RI DEL SECTOR FINANCIERO	
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN16	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	
	EN22		HR2	Impacto de Productos y Servicios	FS1
	EN23	No Discriminación	HR3		FS2
	EN25	Libertad de Asociaciones y Convenios Colectivos	HR4		FS3
	Productos y Servicios	EN26	Explotación Infantil		HR5
EN28		Trabajos Forzados	HR6		FS5
Cumplimiento Normativo			HR7	Cartera de Producto	FS6
		Prácticas de Seguridad	HR8		FS7
		Derechos de las Indígenas	HR9	Auditoría	FS9
		Valoración del Riesgo	HR10	Comunidad	FS13
		Resolución Conflictos	HR11		FS14
					Salud y Seguridad del Cliente
				Comunicaciones de Marketing	FS16

7



Informe anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2011

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.



Voluntariado corporativo.

Instituto de Acción Social

Del total de los recursos destinados por FUNDACIÓN MAPFRE para Colombia, el Instituto de Acción Social invirtió 300.000 Euros apoyando a 9 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 Proboquilla.
- Fundación REI.
- Fundación Juan Felipe Gomez Escobar.

Instituto de Ciencias del Seguro

— BugaMAP No Vida en la Federación de Aseguradores Colombianos – FASECOLDA. Seminario sobre Dirección y Toma de Decisiones en Entidades Aseguradoras.

— BugaMAP No Vida Pontificia Universidad Javeriana y Universidad Suramericana. Seminario sobre Dirección y Toma de Decisiones en Entidades Aseguradoras.

— Presentación del libro “La Salud y su Aseguramiento en Argentina, Chile, Colombia y España”, en colaboración con la Federación de Aseguradores Colombianos - FASECOLDA, Bogotá, Colombia.

— Presentación del estudio “Los Sistemas de Salud en Latinoamérica y el papel del seguro privado” en colaboración con la Federación de Aseguradores Colombianos - FASECOLDA, Bogotá, Colombia.

— Participación en el XXVII Encuentro de la Asociación Colombiana de Derecho de Seguros - ACOLDESE.



Instituto de Cultura

El Instituto de Cultura desarrollo en Colombia en el año 2011 las siguientes actividades con una inversión de 275.000 Euros.

- Exposición Historia de Colombia a través de la Fotografía en la Casa de la Moneda de Bogotá, en el mes de febrero de 2011.
- Exposición Dayanita Singh en el Museo de Arte Moderno de Bogotá del 23 de febrero al 5 de junio de 2011.
- Festival 4 + 1 en la Cinemateca Distrital y la sala Av. Chile de Cine Colombia del 26 al 30 de octubre de 2011. Festival online en todo el territorio colombiano.

Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente

– El Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente, de la FUNDACIÓN MAPFRE durante el año 2011, desarrollo en Colombia talleres educativos para niños y niñas estudiantes de primaria, con el objetivo primordial de promover conductas de prevención de accidentes en el entorno del hogar y escolar mediante el desarrollo de la campaña CON MAYOR CUIDADO y su Proyecto "CuidadoSOS" y en para campo laboral participo en diferentes conferencias y seminarios organizados por entidades colombianas y cuyos ejes temáticos giraron en torno a la prevención de los desórdenes osteomusculares y riesgos psicosociales.

– Con el ánimo de continuar apoyando el estudio y la investigación en el tema de prevención de riesgos profesionales participó como miembro corporado del consejo superior de la Escuela Superior de Ciencias Empresariales – INTESEG.

– Igualmente, continuó apoyando la investigación y divulgación en temas relacionados con la prevención de accidentes y concedió dos becas de cursos e-learning a diferentes profesionales que participaron en el XXXI Congreso de la Sociedad Colombiana de Medicina del Trabajo.

– Como en años anteriores patrocinó el Premio de Periodismo a la Prevención de Riesgos en la categoría profesional organizado por el Consejo Colombiano de la Seguridad, otorgando una beca, de 4000 Euros para el XXIV Curso Superior de Dirección y Gestión de la Seguridad Integral realizado del 10 de Octubre al 11 de Noviembre en Madrid - España.

Instituto de Seguridad Vial

Campañas en instituciones educativas

- Campaña "Jóvenes por la Seguridad Vial". Tema consumo del alcohol y las drogas y sus efectos en la conducción.
- En el mes de septiembre se realizaron talleres lúdico-pedagógicos en dos



colegios de Bogotá en donde participaron 205 estudiantes de los grados 9 y 11.

Seminarios y foros

El Instituto de Seguridad Vial de la FUNDACIÓN MAPFRE, participo en diferentes conferencias y seminarios organizados por entidades colombianas, cuyos ejes temáticos giraron en torno a la prevención de los accidentes de tránsito.

EVENTO	CIUDAD Y FECHA	TEMA
V Seminario Internacional de Seguridad Vial	Bogotá, 3 y 4 de Octubre	Conferencia: Los jóvenes y la mortalidad en eventos de tránsito
V Foro Internacional de Seguridad Vial	Medellín 5 de Octubre	Conferencia: Los jóvenes y la mortalidad en eventos de tránsito

Recursos didácticos

Se editaron para Colombia materiales didácticos para estudiantes y profesores de los grados 1 a 5 de primaria los cuales constituyentes el Proyecto denominado por FUNDACIÓN MAPFRE "La Práctica de la Educación Vial - Educación Primaria". Los cuales se describen a continuación:

MATERIAL	CANTIDAD
Cartillas para estudiantes de 1º a 5º de primaria	5.000 unidades
Cartilla guía del formador	300 unidades
Juegos didácticos de 1º a 5º de primaria	5.000 unidades

Diseño y maquetación: **TAU DISEÑO**
WWW.TAUDESIGN.COM

Diseño y diagramación
para Colombia: **SYNERGY ESTUDIO CREATIVO LTDA.**
WWW.SYNERGYESTUDIO.COM

 **MAPFRE** | COLOMBIA



mapfre.com.co