

Responsabilidad Social





Visión

MAPFRE quiere ser
la aseguradora global de **confianza**



Misión

Somos un **equipo multinacional**
que trabaja para avanzar
constantemente en el **servicio**
y desarrollar la mejor relación con
nuestros clientes, distribuidores,
proveedores, accionistas
y la sociedad



Valores

SOLVENCIA

INTEGRIDAD

VOCACIÓN DE SERVICIO

INNOVACIÓN PARA EL LIDERAZGO

EQUIPO COMPROMETIDO

Responsabilidad Social



Contenidos



1. Carta del Presidente	4	Premios y reconocimientos	20
2. Información general	6	Principales Asociaciones	20
Implantación internacional	8	4. Dimensión social de MAPFRE COLOMBIA	22
Organigrama de MAPFRE COLOMBIA	9	MAPFRE COLOMBIA y sus empleados	23
Principales magnitudes económicas de MAPFRE COLOMBIA	10	MAPFRE COLOMBIA y sus clientes	32
La industria aseguradora en Colombia en 2012	10	MAPFRE COLOMBIA y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos	44
Órganos de gobierno	11	MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores	48
3. MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social	12	5. Dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA	50
El Modelo	13	6. Información complementaria	54
Los Grupos de Interés y la política de actuación en responsabilidad social	13	Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social	55
La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE COLOMBIA	16	Índice de indicadores GRI	57
Principios de aseguramiento sostenible y la gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno	18	Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	66
La Gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno	18	Informe de verificación externa	68
MAPFRE y el Pacto Mundial	19		

1

Carta del Presidente



Estimado lector,

En el actual contexto mundial, las organizaciones desarrollan un papel muy importante en la vida de las personas, no sólo como generadoras de empleo o de riqueza, sino como agentes de cambio y desarrollo.

En MAPFRE COLOMBIA, nuestra contribución activa y voluntaria con la sostenibilidad social, económica y ambiental nos lleva nuevamente, y por cuarto año consecutivo, a presentar el informe de Responsabilidad Social 2012, en el cual detallamos todas nuestras actuaciones y esfuerzos empresariales en dichas áreas durante el pasado ejercicio, así como los proyectos y objetivos concretos con los que hacemos realidad los compromisos asumidos con nuestro entorno, reconociendo que nuestra capacidad de generar valor está sólidamente enraizada en la manera en que procedemos como empresa, cómo interactuamos con nuestros grupos de interés y con las comunidades en las que operamos, y cómo respetamos al medio ambiente.

Como ya es costumbre, el informe —que ha sido verificado externamente por la firma auditora Ernst&Young en cuanto a los indicadores reportados para el informe corporativo del Grupo— atiende las directrices internacionales de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 3.1, así como los diez principios del Pacto Mundial, al que el Grupo MAPFRE se adhirió en 2004.

Algunos de los aspectos más relevantes incluidos en el presente informe, hacen referencia a nuestros grupos de interés:



Raúl Fernández Maseda

PRESIDENTE EJECUTIVO

— Los empleados, la clave de nuestro continuo éxito. Ofrecemos un entorno de trabajo cimentado en el respeto, el crecimiento humano y el desarrollo profesional, proporcionando condiciones laborales justas y equitativas, inclusión de personas con discapacidad, formación permanente y ambientes de trabajo seguros y saludables, a fin de que puedan contribuir al éxito de nuestro marco estratégico global.

— Los clientes, el patrimonio más valioso de nuestra Compañía. Apostamos por la implementación de avances tecnológicos, la innovación en productos y servicios, el mejoramiento continuo de los procesos y el aseguramiento de la calidad, para atender todas sus necesidades y expectativas de manera oportuna y eficaz, incrementando su vinculación y fidelidad. Así mismo, contribuimos en la reducción de dos brechas: la económica, con productos desarrollados para los colectivos menos favorecidos, y geográfica, siendo la entidad financiera con la red de oficinas, dedicada exclusivamente a seguros, más grande del país.

— Los intermediarios, motor y alma comercial de la empresa. Nos implicamos profundamente en su formación y profesionalización, y procuramos los mejores procesos de selección, así como el desarrollo de incentivos, para consolidar una excelente red comercial.

— Los proveedores, aliados permanentes para la organización. Mantenemos relaciones eficientes, transparentes y provechosas, gracias a un cuidadoso procedimiento

para la selección, contratación y evaluación de proveedores. De igual forma los hacemos partícipes de programas de formación y actualización.

Por lo que respecta a nuestro compromiso medioambiental, promovemos el uso racional y conservación de los recursos tomando medidas para prevenir y minimizar el impacto ambiental derivado del desarrollo de nuestras actividades, cumpliendo al mismo tiempo con la legislación vigente.

Nuestros registros de cuestiones relacionadas con la sostenibilidad son buenos, en tanto que hemos sido capaces de cubrir las expectativas de trabajadores, clientes, intermediarios, proveedores, accionistas, acreedores, gobierno y sociedad en general. Pero siempre se puede mejorar. Pretendemos seguir dedicando esfuerzos durante 2013 en todos los ámbitos para seguir cumpliendo y maximizando resultados a nivel empresa pero también para contribuir en la consecución de los Objetivos del Milenio.

Raúl Fernández Maseda

PRESIDENTE EJECUTIVO



MAPFRE COLOMBIA es un grupo asegurador líder a nivel nacional, es la filial en el país de MAPFRE. S.A.

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.

A lo largo de los años a tenido un notable crecimiento y se ha caracterizado por una intachable trayectoria, compromiso, transparencia y ética con sus principales grupos de interés.

Somos un equipo multinacional que trabaja para avanzar constantemente en el servicio y desarrollar la mejor relación con nuestros clientes, distribuidores, proveedores, accionistas y la sociedad a fin de alcanzar nuestra visión de ser la aseguradora global de confianza.

Trabajamos siempre para alcanzar nuestra visión y cumplir nuestra misión bajo los más altos estándares de calidad para satisfacer en forma integral las necesidades de nuestros clientes, a través de múltiples canales de distribución.

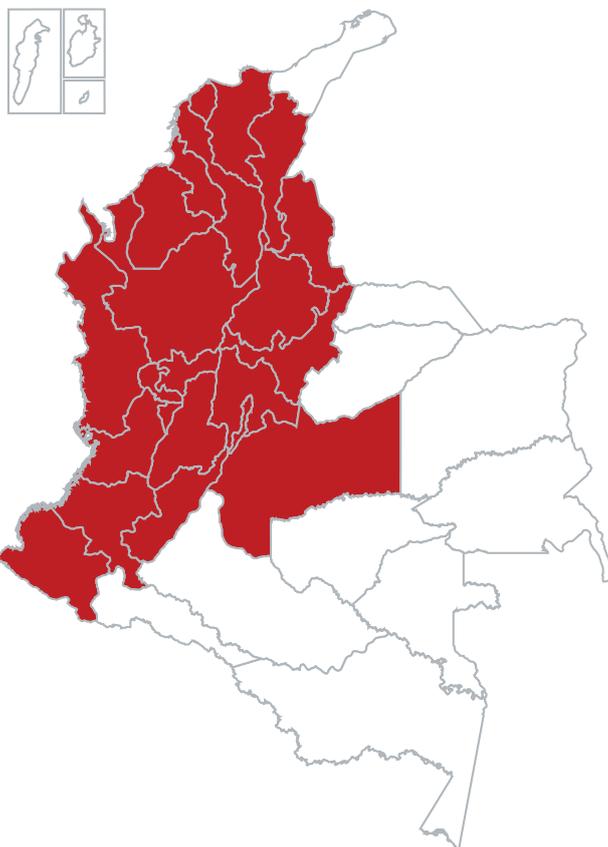
MAPFRE COLOMBIA es miembro de la Federación de Aseguradores Colombianos - FASECOLDA, y cuenta con un amplio portafolio de productos, servicios y valores agregados y un equipo humano de profesionales altamente capacitado con el firme propósito de fomentar y difundir la cultura del seguro en el país.

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

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

Al cierre de 2012 la estructura territorial de MAPFRE COLOMBIA la integraban 174 oficinas a nivel nacional, entre directas, externas, regionales y oficina central (Dirección General).

Actualmente Colombia cuenta con 175 oficinas de MAPFRE COLOMBIA ubicadas en 23 de los 33 departamentos en el territorio nacional, es decir que tiene presencia física en el 69,7% del territorio colombiano.



Implantación internacional

MAPFRE, S.A. es 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.

El negocio del Grupo se estructura en tres grandes divisiones, que desde el 1 de enero de 2013 se denominan Seguros España y Portugal, Seguros Internacional y Negocios Globales.

MAPFRE tiene una sólida posición de liderazgo en el Seguro Español, y una amplia implantación multinacional. Al cierre del ejercicio 2012 ocupaba el sexto puesto en el ranking de Seguro no Vida de Europa, y la primera posición en este segmento en América Latina, región en la que es el segundo grupo asegurador global.

MAPFRE opera en un total de 46 países a través de 281 sociedades. Al cierre del ejercicio 2012, tenía 5.390 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.069 estaban en España y 2.122 en América Latina; además distribuye sus productos a través de 9.475 oficinas de entidades bancarias y otros puntos de venta que comercializan los seguros del Grupo en virtud de acuerdos de colaboración; y cuenta con una red de más de 62.000 agentes y mediadores, 5.750 de los cuales estaban en Estados Unidos y más de 17.590 en Brasil.

En la actividad de Seguros, MAPFRE lidera el mercado español y está implantada en todos los países de América Latina –región en la que es el segundo grupo asegurador y el líder 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.

AMÉRICA

<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Argentina
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Brasil
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Canadá
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Chile
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Colombia
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Costa Rica
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ecuador
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	El Salvador
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Estados Unidos
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Guatemala
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Honduras
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	México
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nicaragua
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Panamá
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Paraguay
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Perú
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Puerto Rico
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Rep. Dominicana
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Uruguay
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Venezuela

OCEANÍA

<input checked="" type="radio"/>	Australia
----------------------------------	-----------

ÁFRICA

<input checked="" type="radio"/>	Argelia
<input checked="" type="radio"/>	Egipto
<input checked="" type="radio"/>	Túnez

EUROPA

<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Alemania
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bélgica
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	España
<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Francia
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Grecia
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hungría
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Irlanda
<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Italia
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luxemburgo
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Malta
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Portugal
<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Reino Unido
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Rusia
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Turquía

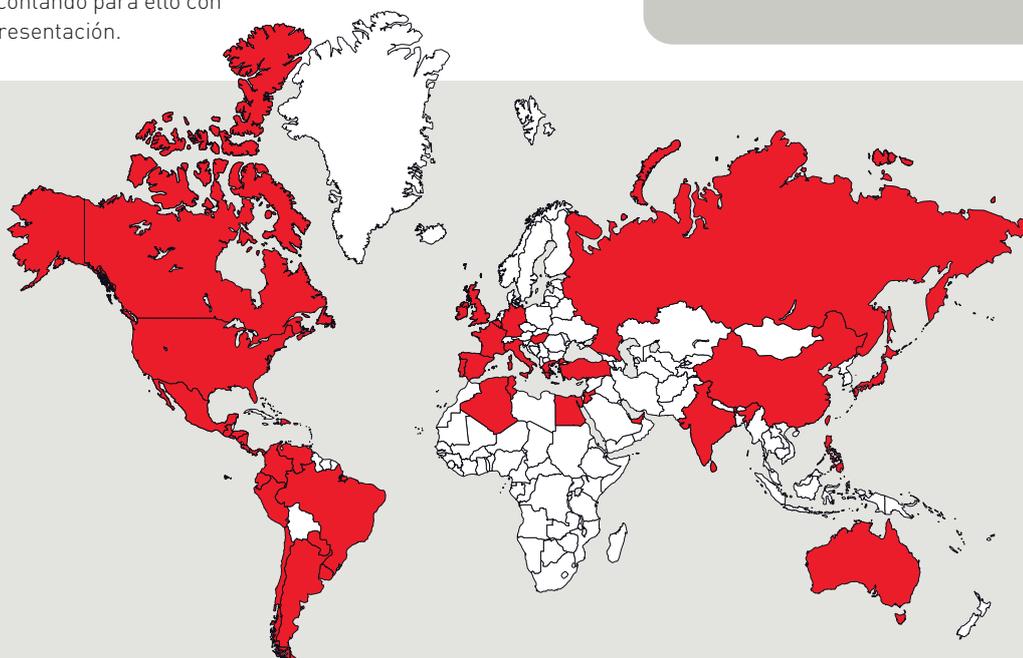
ASIA

<input checked="" type="radio"/>	Bahréin	
<input checked="" type="radio"/>	Emiratos Árabes	
<input checked="" type="radio"/>	China	
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Filipinas
<input checked="" type="radio"/>	India	
<input checked="" type="radio"/>	Japón	
<input checked="" type="radio"/>	Jordania	
<input checked="" type="radio"/>	Taiwan	

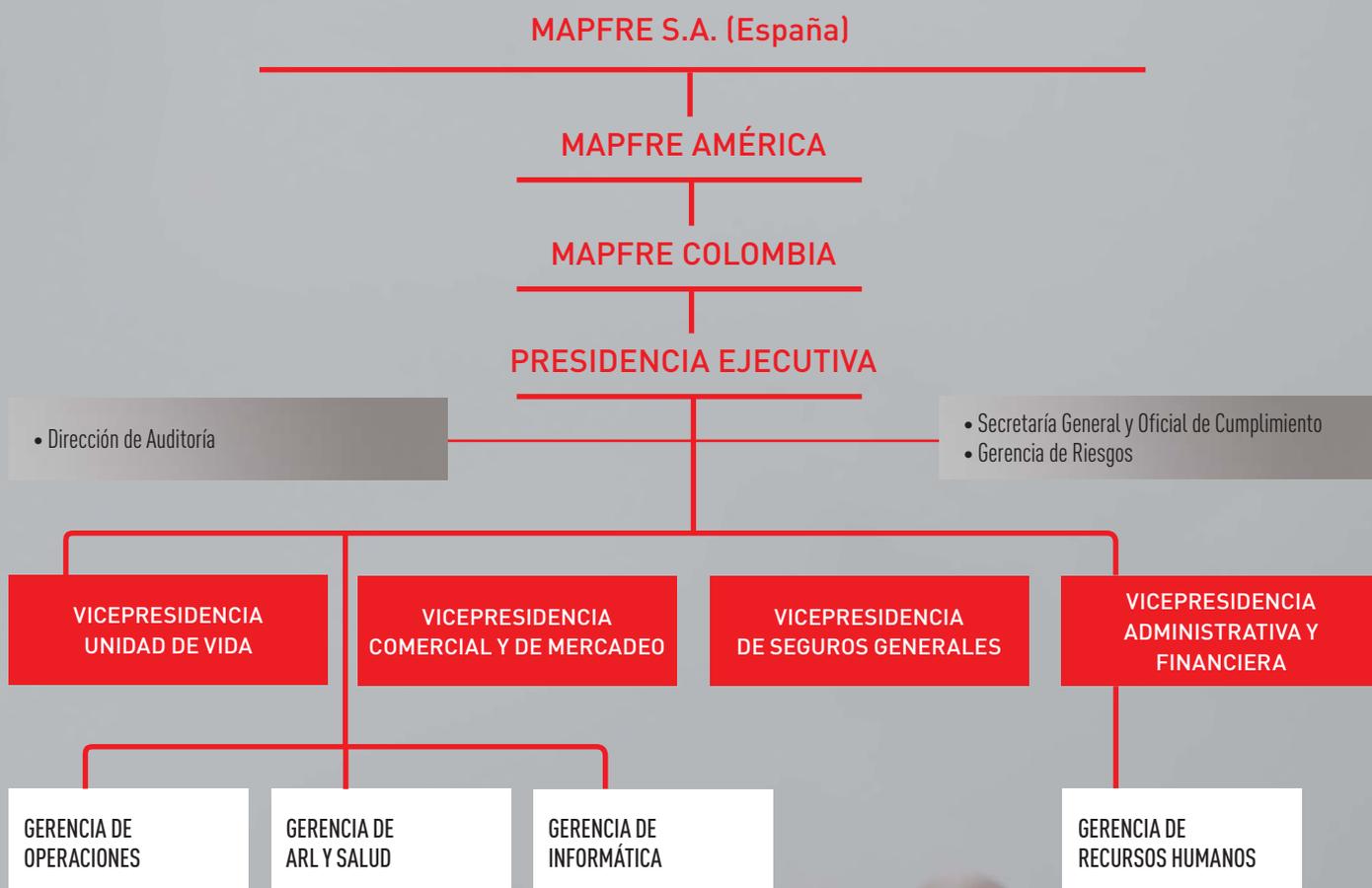
TOTAL Oficinas propias: 5.390

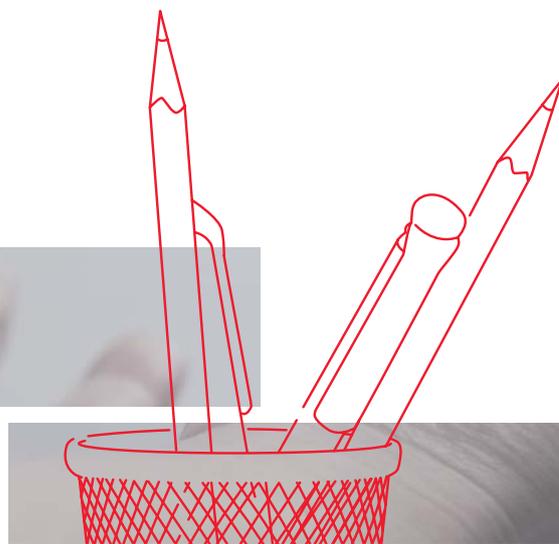
TOTAL oficinas BANCASEGUROS: 9.475

<input type="radio"/>	SEGURO DIRECTO	<input checked="" type="radio"/>	ASISTENCIA
<input checked="" type="radio"/>	GLOBAL RISKS	<input type="radio"/>	REASEGURO



Organigrama de MAPFRE COLOMBIA





Principales magnitudes económicas de MAPFRE COLOMBIA

El cierre del ejercicio 2012 arrojó un cumplimiento presupuestal del 106,9%, dado por un total de primas emitidas de 1.367.065 millones, con un crecimiento del 16,9%.

En la práctica se cumplió con la mayoría de los indicadores presupuestados por la Compañía en el Plan Estratégico 2012.

Los resultados de algunos indicadores fueron:

- Ratio combinado sin reserva matemática: 100,3%
- Ratio de eficiencia: 3,8%
- Siniestralidad retenida sin ahorro: 70,5%
 - Generales: 61,8%
 - Siniestralidad Vida con ahorro: 94,3%
 - Siniestralidad Vida sin ahorro: 76,8%

La producción de la Compañía se distribuye así:

Ramo	PRIMAS			
	2011	2012	Crec.	Cump.
Automóviles	131.695	130.915	-0,60%	90,40%
Fianzas	80.863	35.965	-55,50%	41,10%
Generales	324.076	417.171	28,70%	111,60%
Vida	632.325	783.014	23,80%	116,50%
TOTAL	1.168.959	1.367.065	16,95%	106,90%

CIFRAS EN MILLONES DE PESOS

La Unidad de Generales cerró con \$584.051 millones en primas emitidas, lo cual implica un crecimiento del 8,8% respecto al año 2011, alcanzando así un resultado presupuestal del 96,4%.

La Unidad de Vida cerró con \$783.014 millones en primas emitidas, con un cumplimiento presupuestal del 116,5% y un crecimiento del 23,8%, 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.

El 59% de las oficinas que componen la red territorial, cumplieron el presupuesto asignado para el 2012 sobre el 100%; el 15% presentaron resultados sobre el 90% y el 16% resultados en el rango entre el 80% y 90%. El resultado presentando por las oficinas propias muestra que el 74% presentan resultados superiores al 90%.

REGIONAL	RED TERRITORIAL				
	2011	PPTO. 2012	2012	CREC.	CUMP.
ANTIOQUIA	89.327.653	97.388.475	98.813.153	10,6%	101,5%
BOGOTÁ	135.680.690	149.046.472	166.635.900	22,8%	111,8%
OCCIDENTE	88.471.889	95.205.035	101.422.688	14,6%	106,5%
CENTRO I	10.001.082	11.576.088	9.387.294	-6,1%	81,1%
CENTRO II	15.102.758	16.641.663	16.204.237	7,3%	97,4%
CTAS. CORP. BOGOTÁ	230.859.796	250.773.393	261.930.957	13,5%	104,4%
NORTE	50.832.387	55.389.205	50.779.868	-0,1%	91,7%
REDES PROPIAS	35.177.505	38.348.768	39.251.999	11,6%	102,4%
SANTANDER	17.751.968	19.544.885	19.979.599	12,5%	102,2%
T. RED TERRITORIAL	673.205.727	733.913.985	764.405.695	13,5%	104,2%
CENTRAL	495.753.026	544.367.790	602.659.516	21,6%	110,7%
TOTAL	1.168.958.753	1.278.281.776	1.367.065.211	16,9%	106,9%

La industria aseguradora en Colombia en 2012

Acorde a la información suministrada por FASECOLDA la industria aseguradora ha evidenciado crecimiento en relación al año anterior. Si bien se ha mantenido relativamente estable la cantidad de entidades aseguradoras, la producción de enero a diciembre de 2012 alcanzó la suma de 16.0 billones de pesos, lo que representa un incremento del 13% frente al año anterior, en donde el total de las primas emitidas fue de 14.1 billones.

COMPAÑÍAS	PRIMAS EMITIDAS				
	Dic 2010	Dic 2011	Var. 10-11	Dic 2012	Var. 11-12
Seguros Generales	6.729	7.690	14%	8.566	11%
Seguros de Vida	5.531	6.393	16%	7.399	16%
TOTAL	12.260	14.082	15%	15.965	13%



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.



El Modelo

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.

Por ello, el modelo de actuación en Responsabilidad Social se sustenta en los principios institucionales y empresariales, así como en sus normas de autorregulación, establecidos en su

Código de Buen Gobierno. Este modelo integra la forma en la que MAPFRE desarrolla su actividad mercantil y su compromiso social, así como su actividad fundacional:

MODELO CORPORATIVO DEL GRUPO MAPFRE



Los Grupos de Interés y la política de actuación en responsabilidad social

La realidad económica y social actual implica nuevos desafíos en el diálogo con nuestros grupos de interés. Es importante analizar esta relación como un proceso de mejora continua y en constante cambio. Al igual que es importante comprobar si la estrategia de la empresa y los cambios contextuales (sociales y económicos) han mantenido, modificado o generado algún nuevo tipo de grupos de interés.

En MAPFRE, la primera segmentación y priorización de grupos de interés se produce en el mapa corporativo. A partir de ahí, la adaptación a los mercados locales y el establecimiento de los mecanismos de diálogo correspondientes depende de quienes gestionan la relación con ellos, con independencia del puesto que ocupen en la organización.

De esta manera, y tal y como muestra la siguiente matriz, se han identificado catorce grupos de interés corporativos, tomando como referencia el impacto y la capacidad de influencia mutua:



A partir de este análisis, y para facilitar la gestión, se han considerado en el Mapa Corporativo de Grupos de Interés de MAPFRE tres niveles globales de relación, que deberán ser adaptados localmente, siendo este uno de los objetivos de MAPFRE COLOMBIA en 2013.

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

Por otra parte, la forma en la que debemos desarrollar la relación con nuestros grupos de interés tiene que basarse en nuestros principios Institucionales y Empresariales, en los valores y en la Política Responsabilidad Social de MAPFRE.

MATRIZ DE RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS DE MAPFRE							
NUESTROS PRINCIPIOS ACTUACIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE HUMANISMO SEPARACIÓN ENTRE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES DEL GRUPO MAPFRE Y DE FUNDACIÓN MAPFRE GLOBALIDAD E INNOVACIÓN PERMANENTE DE LA OFERTA VOCACIÓN MULTINACIONAL ESPECIALIZACIÓN DESCENTRALIZACIÓN ACTUACIÓN COORDINADA MÁXIMO APROVECHAMIENTO DE SINERGIAS VOCACIÓN DE LIDERAZGO ALTA CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS CLIENTES BÚSQUEDA PERMANENTE DE LA EFICACIA	POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Asociaciones profesionales sectoriales Asociaciones de consumidores y usuarios 		<ul style="list-style-type: none"> Tercer Sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG) 			
		<ul style="list-style-type: none"> Gobiernos, Instituciones, Administraciones públicas y organismos reguladores 		<ul style="list-style-type: none"> Competencia 			
		<ul style="list-style-type: none"> Accionistas e inversores 		<ul style="list-style-type: none"> Sociedad/opinión pública 			
		<ul style="list-style-type: none"> Proveedores Socios 		<ul style="list-style-type: none"> Medios de comunicación 			
		<ul style="list-style-type: none"> Mediadores/Colaboradores 					
		<ul style="list-style-type: none"> Representantes de los trabajadores/Sindicatos 					
		<ul style="list-style-type: none"> Asegurados y Clientes Empleados 					
		NUESTROS VALORES					
		SOLVENCIA		INTEGRIDAD		VOCACIÓN DE SERVICIO	
						INNOVACIÓN PARA EL LIDERAZGO	
						EQUIPO COMPROMETIDO	

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés, basados en la transparencia, la veracidad y el compromiso.
- Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la responsabilidad social.
- Elaboración y difusión de un Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE con información relevante y veraz sobre las actividades realizadas en este ámbito, sometiénolo a los procesos de verificación internos y externos que se consideren oportunos y que garanticen su fiabilidad e incentiven su mejora continua.
- 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.

Consideramos la aplicación de los principios institucionales y empresariales y los valores, genera confianza mutua y valor compartido entre MAPFRE COLOMBIA y sus grupos de interés.

Este año se ha querido avanzar en este compromiso y, tomando como referencia los grupos de interés identificados en el nivel 1 de actuación, se ha elaborado una tabla de compromisos incluyendo lo que la empresa espera de ellos en su relación.

TABLA DE COMPROMISOS DE MAPFRE COLOMBIA CON SUS GRUPOS DE INTERÉS

Grupo de interés N1	A qué se compromete MAPFRE con el Grupo de Interés	Qué espera MAPFRE del Grupo de Interés
Asegurados y Clientes	<ul style="list-style-type: none"> A innovar de forma permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor A prestar un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado A prestarles un asesoramiento honesto A procurar la confidencialidad de los datos A resolver las reclamaciones, utilizando los cauces establecidos para ello, en el plazo más breve posible A escuchar y dialogar, poniendo a disposición canales adecuados 	<ul style="list-style-type: none"> Confianza en la compañía Honestidad en su relación con MAPFRE Comunicación abierta y constructiva, que ayude a mejorar los productos y servicios del Grupo
Accionistas e Inversores/Socios	<ul style="list-style-type: none"> A mantener prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua A buscar el beneficio económico, respetando las reglas del libre mercado y de libre competencia A rechazar cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales A mantener canales de comunicación y diálogo basados en la transparencia y el compromiso 	<ul style="list-style-type: none"> Confianza en la compañía Honestidad en su relación con MAPFRE
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> A promover su desarrollo profesional y la igualdad de oportunidades en el entorno de trabajo A garantizar la formación necesaria para el adecuado desarrollo de sus funciones profesionales A mantener una retribución justa en función del puesto y del desempeño A procurar un entorno de trabajo estable y seguro, evitando cualquier forma de persecución, abuso o discriminación por razón de ideología, opinión, creencia, sexo, orientación sexual, raza, condición o capacidades diferentes A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente A ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes del desarrollo del negocio de MAPFRE 	<ul style="list-style-type: none"> Confianza y compromiso con el proyecto empresarial Profesionalidad en la ejecución de sus funciones Honestidad en el desarrollo de sus funciones y en el diálogo con la empresa y demás grupos de interés Respeto en el trato con otros compañeros Respeto de las instalaciones, mobiliario e imagen de la empresa Contribución a la generación de buena reputación
Representantes de los trabajadores/sindicatos	<ul style="list-style-type: none"> A mantener un canal de diálogo permanente A establecer unas relaciones honestas y constructivas A defender la libertad de afiliación y negociación colectiva en las empresas propiedad de MAPFRE A ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes del desarrollo del negocio de MAPFRE, que no estén contemplados en la Ley 	<ul style="list-style-type: none"> Compromiso con la empresa Honestidad en su relación con MAPFRE Comunicación abierta y constructiva
Mediadores / colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> A mantener un canal de diálogo permanente A establecer unas relaciones honestas y constructivas 	<ul style="list-style-type: none"> Confianza en la compañía Honestidad en su relación con MAPFRE
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente A ser transparente e informar adecuadamente sobre los procesos de selección y sobre aquellas cuestiones de MAPFRE que le puedan afectar (Códigos de Conducta, políticas, etc.) A respetar y garantizar el cumplimiento de las condiciones pactadas y acordadas en el contrato A ser honesto y confiar en la relación que surja con el proveedor 	<ul style="list-style-type: none"> Confianza en la compañía Compromiso en el cumplimiento de las normas y políticas de la compañía que le puedan afectar Honestidad en su relación con MAPFRE

El presente informe de responsabilidad social, 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. (Ver páginas XX, XX, XX)

La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE COLOMBIA

Como principio institucional de MAPFRE COLOMBIA, la actuación ética y socialmente responsable define la forma en la que el Grupo desarrolla sus actividades y negocios.

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.

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)

A continuación destacamos algunas de las actuaciones y programas más relevantes en los que estamos trabajando de forma permanente:

— **Canal de denuncias:** MAPFRE tiene establecidos dos tipos de canales, uno para las denuncias financieras y contables y otro para las consultas y denuncias éticas.

Con la finalidad de dar cumplimiento a lo previsto al efecto en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE, se establece el Canal de Denuncias Financieras y Contables, que permite a los empleados del GRUPO MAPFRE comunicar al Comité de Auditoría de MAPFRE, S.A., de forma confidencial, las irregularidades financieras y contables de potencial trascendencia que adviertan en el seno de la empresa.

Para canalizar las denuncias, se ha habilitado un buzón electrónico accesible desde www.mapfre.com/CDF. Los empleados también pueden plantear sus denuncias por correo postal.

Dentro del Canal de Denuncias se establece también el Canal de Consultas y Denuncias Éticas, con la finalidad de dar cumplimiento a lo previsto en el Código Ético y de Conducta, que permite que cualquier empleado del SISTEMA MAPFRE que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o que observe una situación que pudiera suponer un incumplimiento o vulneración de cualquiera de los principios y normas éticas o de conducta establecidas en el Código,

pueda comunicarlo al Comité de Ética, de forma confidencial y con total garantía.

El Canal de Consultas y Denuncias Éticas es accesible a todos los empleados, a través de un buzón electrónico www.mapfre.com/Etica. Los empleados también pueden plantear sus consultas y denuncias por correo postal.

Ambos canales están accesibles, además de en español, en inglés, turco y portugués.

— **Código Ético y de Conducta:** El Código sienta las normas de conducta que deben regir el comportamiento y actuación entre los empleados y su relación con terceros, 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; y 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, de respeto a los derechos humanos y laborales básicos, libre de explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación. Este Código es de obligado cumplimiento en el Grupo.

Para que todos los empleados profundicen en su conocimiento, se ha puesto en marcha un curso de formación on-line sobre el Código.



Está previsto que en un periodo no superior a cinco años, toda la plantilla de MAPFRE haya realizado esta formación. Por otra parte, el Código es un documento público y disponible en la intranet y en la página Web. (www.mapfre.com)

Con el objetivo de facilitar el acceso a todos los empleados, con independencia de su lugar de trabajo, a las consultas y posibles denuncias sobre el Código, el Comité ha puesto en marcha el Canal de Denuncias Éticas descrito en el apartado anterior.

— **Control Interno:** 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 de los riesgos potenciales que pueden afectar a la consecución de los objetivos estratégicos establecidos

Se trata de 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.

En MAPFRE se considera que un sistema de Control Interno representa una oportunidad para mejorar:

- La eficacia y eficiencia de los procesos internos
- La confianza de las partes interesadas -la sociedad, los beneficiarios, la administración, etc.
- La disponibilidad de recursos, ya que 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:** La Superintendencia Financiera de Colombia establece en su circular externa 026 de 2008 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 por el GAFI – GAFISUD.

El SARLAFT se compone de dos fases a saber: la primera corresponde a la prevención del riesgo y su 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.

— **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.

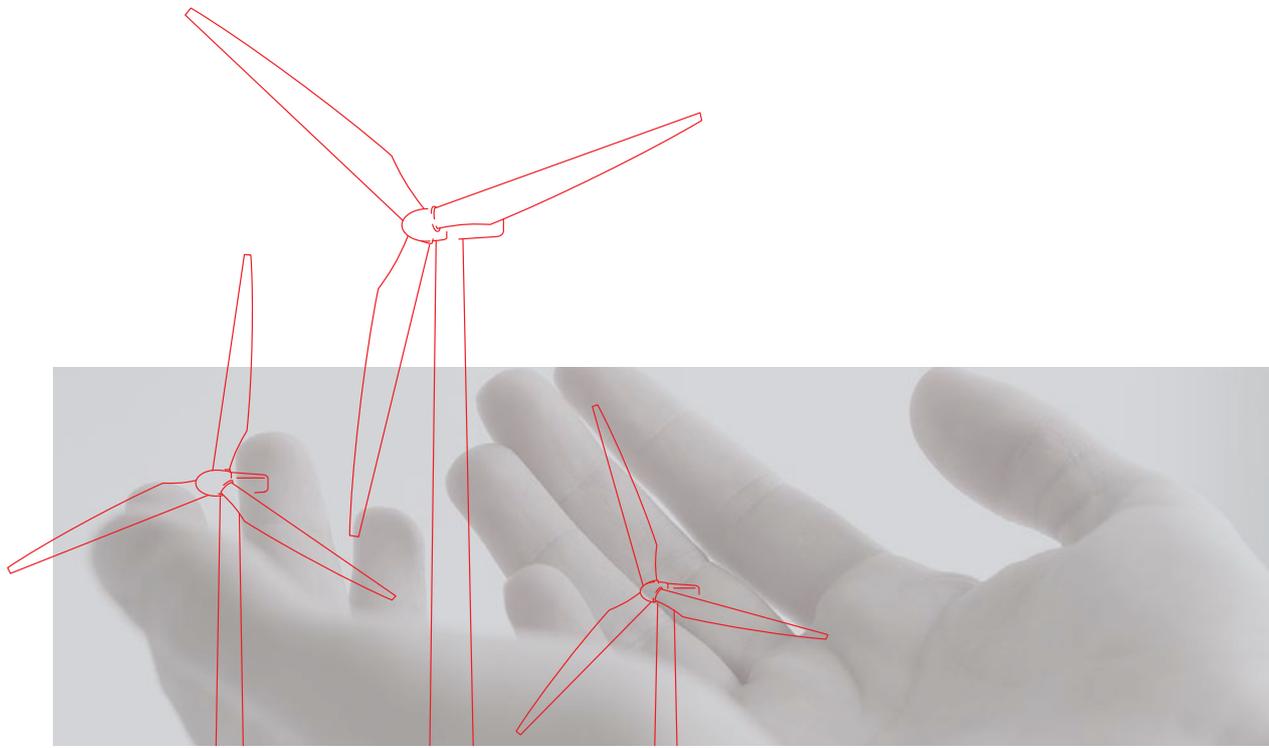
— **Formación en Responsabilidad Social:** Este curso, diseñado en formato on-line permite identificar la actividad diaria de quienes trabajan en la empresa con los principios y políticas de MAPFRE en el ámbito de la responsabilidad social, así como el compromiso que el Grupo tiene con los derechos humanos, derechos laborales, el respeto y cuidado del medio ambiente así como con las prácticas transparentes y de no corrupción.

Para el año 2013 se tiene programado realizar capacitación virtual para dar a conocer a todos los colaboradores la política de Responsabilidad Social.

A continuación se presentan los principales datos de formación recibida por los empleados y colaboradores en dichas materias:

		FORMACIÓN DE EMPLEADOS EN POLÍTICAS Y SISTEMAS ANTI-CORRUPCIÓN	
		2012	2011
Control Interno	Nº Empleados	868	863
	Horas totales de formación	2.924	1.295
Blanqueo de capitales	Nº Empleados	958	1.034
	Horas totales de formación	2.874	2.068

— **Auditorías de Responsabilidad Social:** La Dirección General de Auditoría de MAPFRE ha realizado 257 trabajos especiales en 2012 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.



Principios de aseguramiento sostenible y la gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno

MAPFRE se ha adherido a los Principios de Aseguramiento Sostenible promovidos por la organización de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEPFI) que se presentaron durante la cumbre de Desarrollo Sostenible Río +20, celebrada en Río de Janeiro (Brasil).

Esta iniciativa trata de incorporar en la gestión del negocio, como riesgo y como oportunidad, aspectos medioambientales como el cambio climático, los daños a la biodiversidad y la degradación del ecosistema, la gestión del agua y la contaminación; aspectos sociales relacionados con la inclusión financiera, los derechos humanos, los riesgos para la salud derivados del desarrollo y el envejecimiento de la población; y aspectos relacionados con el gobierno corporativo, cumplimiento de la regulación, gestión ética, conflictos de intereses y transparencia. Estos son los denominados factores ASG (ESG, en sus siglas en inglés).

Los Principios de Aseguramiento Sostenible representan el primer marco global para la industria aseguradora mundial que tiene en cuenta el impacto económico de dichos aspectos en el negocio.

MAPFRE es una de las 30 aseguradoras líderes del mundo que forma parte de esta iniciativa, que en su conjunto alcanzan un total de 5 billones de dólares en activos y representan el 100 por 100 del volumen de primas mundiales.

Los Principios de Aseguramiento Sostenible son:

1. Incorporar en los procesos de decisión aspectos medioambientales, sociales y de buen gobierno relevantes para el negocio asegurador.

2. Trabajar con clientes y socios para concienciarles sobre los aspectos medioambientales, sociales y de buen gobierno, con el fin de gestionar el riesgo y desarrollar soluciones adecuadas.

3. Trabajar con gobiernos, reguladores y otros stakeholders claves en la difusión de los temas mencionados en la sociedad.

4. Responder públicamente y con transparencia de los avances en la implantación de Principios.

Cada uno de estos Principios incluye acciones concretas para mejorar la gestión de riesgos en las compañías, promocionar las mejores prácticas e impulsar soluciones aseguradoras innovadoras.

La Gestión de riesgos ambientales, 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 contribuido a que el Grupo se sitúe como una de las empresas multinacionales de mayor solvencia y solidez del sector.

MAPFRE COLOMBIA 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 clasificado 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 ESG¹) están incluidos en parte en los riesgos operacionales, y en parte en los estratégicos y de gobierno corporativo.

RIESGOS OPERAZIONALES

Actuariales: riesgos relacionados con el reaseguro y la tarificación
Jurídicos: riesgos referidos al cumplimiento normativo, la protección de datos y el blanqueo de capitales
Tecnológicos: principalmente riesgos relacionados con la seguridad informática y las comunicaciones
Recursos humanos: riesgos relativos a la capacitación y dimensión de la plantilla
Colaboradores: riesgos concernientes a la red comercial y profesionales externos (proveedores, etc.)
Procedimientos: riesgos asociados al diseño de procedimientos y su desarrollo
Información: principalmente riesgos relacionados con la comunicación (adecuación y suficiencia de la información)
Fraude: tanto fraude interno como externo
Mercado: ligados a la marca e imagen
Bienes materiales: principalmente riesgos de protección de activos

RIESGOS ESTRATÉGICOS Y DE GOBIERNO CORPORATIVO

De ética empresarial y de buen gobierno corporativo
De estructura organizativa, de alianzas, fusiones y adquisiciones
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 145-155 de Cuentas Anuales e Informe de Gestión consolidados; Sociedades Filiales).

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, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción. Además, forma parte de la Red Española del Pacto Mundial desde su constitución.

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, reformuló 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. Este año, este informe ha alcanzado el nivel *Advance*, lo que supone la máxima calificación por parte de Naciones Unidas.

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

2) Con carácter excepcional la filial de MAPFRE en Brasil está 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)

Uno de los programas del Pacto Mundial se centra en incentivar que las empresas se involucren en la consecución de los **Objetivos de Desarrollo del Milenio** (ODM). Esta iniciativa promueve los siguientes ocho objetivos que están relacionados con los derechos humanos y el desarrollo y que fueron fijados en el año 2000 por los países miembros de Naciones Unidas con fecha de cumplimiento en 2015:

 <p>1 Erradicar la pobreza extrema y el hambre</p>	 <p>5 Mejorar la salud materna</p>
 <p>2 Educación Universal Enseñanza primaria Universal</p>	 <p>6 Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades</p>
 <p>3 Igualdad entre los géneros</p>	 <p>7 Sostenibilidad del medio ambiente</p>
 <p>4 Reducir la mortalidad de los niños</p>	 <p>8 Fomentar una alianza mundial Para el desarrollo</p>

A través de la Red Española del Pacto Mundial, MAPFRE ha colaborado de forma activa con la campaña de difusión **“Y tú sin enterarte”**, promovida por los ODM, cuya finalidad es mostrar a la Sociedad, principalmente a través de las redes sociales, los logros que se han conseguido en cada uno de los objetivos fijados.

En el apartado de información complementaria de este informe, se ha incluido una tabla que muestra la correlación entre los Principios del Pacto Mundial, los indicadores de desempeño del GRI V3.1 y los Objetivos de Desarrollo del Milenio, identificando cómo MAPFRE, desde su actividad empresarial y fundacional, contribuye a la consecución de los mismos.



Premios y reconocimientos

A continuación se presentan premios y reconocimientos que avalan la gestión empresarial y la calidad del servicio.

RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

MAPFRE COLOMBIA, segunda entidad aseguradora con mayor reputación corporativa en el país, según The Reputation Institute.

MAPFRE COLOMBIA, cuarto puesto en el sector asegurador como empresa con mejor reputación corporativa - MERCÓ.

RECONOCIMIENTOS 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.

MAPFRE COLOMBIA, mejor compañía en su índice de relación con el cliente por Internet, según TBI UNIT.

RECONOCIMIENTO A LA GESTIÓN DE PERSONAS EN MAPFRE

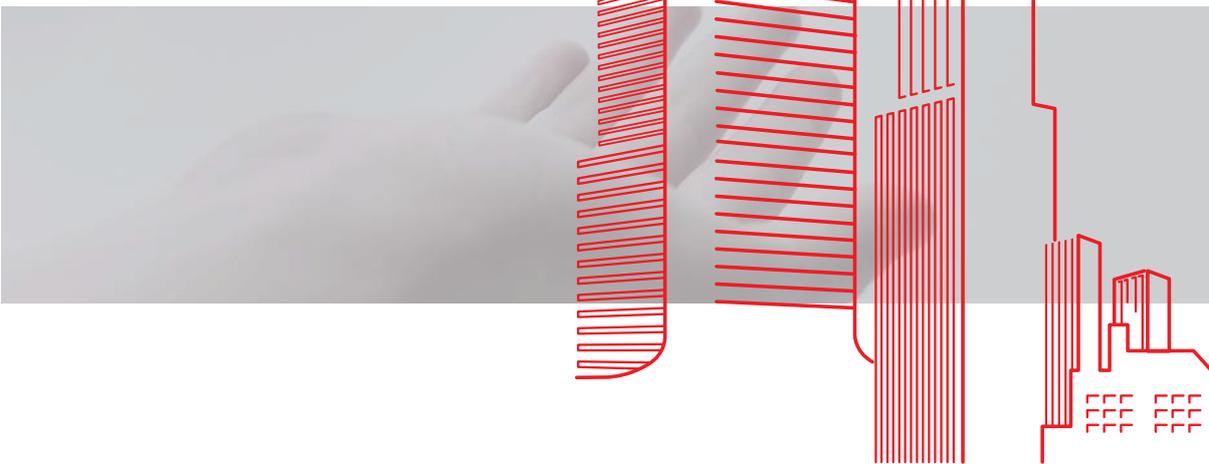
MAPFRE COLOMBIA, en conjunto con MAPFRE BRASIL y MAPFRE MÉXICO, puesto 13 dentro de las mejores empresas para trabajar en América Latina en la categoría multinacionales del Great Place to Work Institute®. – 2012.

MAPFRE COLOMBIA, entre las 100 mejores empresas para trabajar en el país en el informe MERCÓ Personas, y ubicándose entre las tres aseguradoras preferidas por los colombianos para trabajar.

Principales Asociaciones

COLOMBIA

- Asociación Colombiana de Técnicos en Reaseguros (ACTER).
- Asociación de Actuarios. Cámara de Comercio Bogotá (CC B) y Nivel Nacional
- 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 Seguros (INS).
- Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA).
- Life Office Management Association (LOMA).



Dimensión social de MAPFRE COLOMBIA



MAPFRE COLOMBIA y sus empleados

La conducta de todos los empleados de MAPFRE debe estar basada en el respeto mutuo, el compromiso con su trabajo y con la empresa, la responsabilidad de realizar su trabajo lo mejor posible, la solidaridad y la cooperación con los compañeros y la sociedad, la integridad y el respeto a la legalidad; de forma que el entorno laboral sea un ambiente de confianza que permita el desarrollo personal y profesional, y esté libre de ofensas, explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación.

MAPFRE cuenta con un Código de Ética y Conducta, de obligatorio cumplimiento para todas las personas que integran MAPFRE, con independencia de su actividad o ubicación geográfica, publicado y accesible tanto en la intranet como en la Web corporativa. Además cuenta con un Comité de Ética, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código.

Estructura del recurso humano

A 31 de diciembre de 2012, la nómina de MAPFRE COLOMBIA estaba integrada 924 personas, lo que representa un 23% más que en 2011.

CATEGORÍAS	CONFORMACIÓN DE LA NÓMINA POR CATEGORÍA								
	HOMBRES			MUJERES			TOTAL		
	2011	2012	Var.	2011	2012	Var.	2011	2012	Var.
DIRECCIÓN	35	28	-20%	23	19	-17%	58	47	-19%
JEFES	51	57	12%	57	77	35%	108	134	24%
TÉCNICOS	212	206	-3%	281	212	-25%	493	418	-15%
ADMINISTRATIVOS	72	160	122%	23	165	617%	95	325	242%
TOTAL	370	451	22%	384	473	23%	754	924	23%

La edad media de los empleados se situaba al cierre del ejercicio en 36 años, y su antigüedad media en 5. La rotación de empleados fue del 9.8%.

Empleo y selección

Empleo

La política de empleo de MAPFRE COLOMBIA fomenta la contratación fija frente a la temporal.

	CONTRATACIÓN EN MAPFRE COLOMBIA		
	2011	2012	Var.
CONTRATO FIJO			
Hombres	338	451	33%
Mujeres	379	473	25%
CONTRATO TEMPORAL			
Hombres	32	0	
Mujeres	5	0	
Total	754	924	23%

Los siguientes cuadros reflejan las altas y bajas producidas durante 2012, clasificadas por los motivos que las han originado:

Tipo	ALTAS EN MAPFRE COLOMBIA			
	HOMBRES		MUJERES	
	2011	2012	2011	2012
Fusión o adquisición	92	0	35	0
Captación externa	97	157	87	146
TOTAL	189	157	122	146

Tipo	BAJAS EN MAPFRE COLOMBIA			
	HOMBRES		MUJERES	
	2011	2012	2011	2012
Enajenaciones	0	0	0	0
Voluntarias	55	53	36	31
Despidos	14	15	26	18
Jubilaciones	0	1	0	0
Otros motivos	0	2	0	1
TOTAL	69	71	62	50

Empleados con discapacidad

A pesar de que durante las últimas décadas se ha producido un notable avance en la atención que reciben las personas con discapacidad, MAPFRE es consciente de que éstas todavía encuentran importantes dificultades y obstáculos para su desarrollo efectivo como ciudadanos de pleno derecho.

Por ello, MAPFRE de acuerdo con su modelo empresarial socialmente responsable, apuesta por la integración laboral y atención a personas con discapacidad en cada uno de los países en los que está presente.

A tal efecto, en MAPFRE se diseñan, desarrollan e implantan actuaciones de distinta naturaleza dirigidas al colectivo de discapacidad con los siguientes objetivos:

- Generar en la organización una cultura sensible a la discapacidad en orden a conseguir su normalización.
- Contribuir a su integración laboral.
- Mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad en plantilla.
- Desarrollar productos y servicios dirigidos al colectivo de personas con discapacidad.

En el Grupo MAPFRE trabajan 345 empleados con discapacidad y muchos de los países cuentan con programas específicos orientados a la integración de los discapacitados y su accesibilidad.

Aunque en Colombia no existe obligación legal de tener empleados en estado de discapacidad, MAPFRE COLOMBIA se sumó al plan de discapacidad del Grupo y en la actualidad cuenta con 5 empleados en la plantilla, que desarrollan plenamente sus funciones.

Desde RRHH se valora positivamente la integración de estos compañeros quienes actualmente trabajan en el call center registrando un muy buen desempeño.

Selección

MAPFRE cuenta con una normativa interna de selección de obligado cumplimiento que garantiza la objetividad, el máximo rigor, la igualdad de oportunidades y la no discriminación en todos los procesos de selección que se realizan.

Sus objetivos son los siguientes:

- Aportar objetividad a los procesos de selección.
- Incorporar los candidatos más adecuados al perfil requerido para cada puesto.
- Homogeneizar todos los procesos de incorporación que se realicen en el mundo.
- Considerar la selección como una fase clave en la gestión de personas.

El proceso de selección en MAPFRE se realiza bajo la premisa de cumplir con los requerimientos técnicos y las competencias necesarias para el adecuado desempeño de las labores del puesto.

En 2012 se han llevado a cabo 390 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 COLOMBIA favorece la promoción y la movilidad 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, en oportunidades de desarrollo para los empleados, en la creación de perfiles polivalentes y en un conocimiento más global de la Entidad.

Para MAPFRE la movilidad interna es la principal fuente de reclutamiento.

Existen procedimientos automatizados que permiten que los empleados tengan información diaria de las vacantes y puestos de nueva creación que surgen en la empresa. El proceso de movilidad interna de MAPFRE es transparente y de fácil acceso para nuestros empleados.

De las vacantes publicadas en el año 2012, 190 han sido cubiertas por movilidad interna, aproximadamente el 49%. En torno a un 46% de las mismas suponen una promoción.

Evaluación y desarrollo profesional

MAPFRE evalúa el desempeño de sus empleados a través de un sistema de Evaluación del desempeño implantado en la mayor parte de los países en los que está presente.

En el año 2012, el 69,2% (70,2% en España, 71,4% en América, y 52,5% en otros países) de los empleados han sido evaluados.

Este proceso facilita la comunicación entre los empleados y sus responsables, y valora tanto el grado de cumplimiento de los objetivos marcados anualmente, lo que permite aunar los esfuerzos de los empleados al Plan Estratégico de la Organización, como la calidad en el desempeño global del trabajo, a través de un análisis de perfiles competenciales. El sistema permite establecer planes de acción individuales enfocados al desarrollo profesional de los empleados y basados en potenciar sus fortalezas y trabajar sus áreas de mejora.

Por otro lado, MAPFRE ha continuado desarrollando Proyectos específicos de Desarrollo Profesional que además de establecer criterios objetivos para la identificación de empleados con alto nivel de desempeño, pre-directivos y personal clave, busca diseñar y llevar a cabo planes específicos de desarrollo para estos colectivos, desarrollando el talento que la organización requiere para continuar creciendo y siendo competitiva.

Estas actuaciones permiten:

- Fortalecer el capital humano de la empresa, a través del desarrollo de conocimientos, habilidades y comportamientos.
- Alinear las actuaciones de los empleados al Plan Estratégico.
- Desarrollar el talento de la organización.

Formación

MAPFRE considera que no es posible que una empresa avance si no lo hacen al mismo tiempo sus empleados. Una plantilla con buena formación es sinónimo de calidad en el trabajo y de éxito empresarial.

La formación interna en MAPFRE es una pieza fundamental e inherente a la estrategia del Grupo, sin la que no se entendería el éxito alcanzado y la implantación en más de 46 países de todo el mundo.

La Dirección de la empresa se involucra activamente en el desarrollo de los programas y más del 80 por 100 de la formación se imparte internamente, trasladando cultura y mejores prácticas.

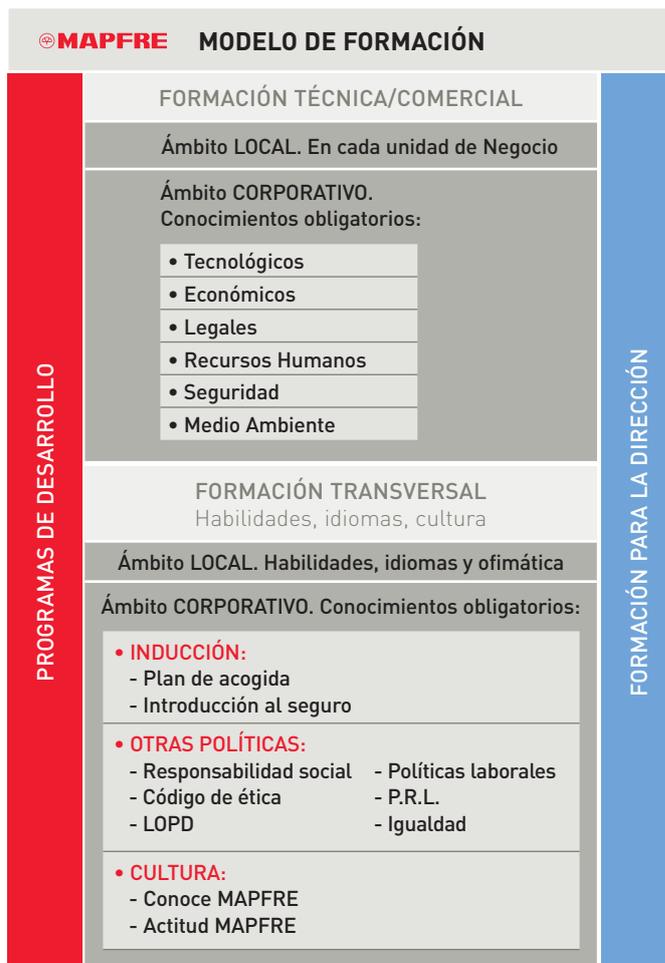
El modelo de formación de MAPFRE está diseñado en torno a cuatro grandes ejes, según el colectivo al que se dirige y la naturaleza de los contenidos formativos: formación para la dirección con contenidos comunes en Management, Comunicación, Finanzas e Idiomas; formación técnico-comercial del negocio, concentrada en productos y conocimientos técnicos de los servicios que ofrecemos; formación transversal, común a todos los empleados y donde se incluyen Cultura MAPFRE, habilidades e Idiomas; y programas de desarrollo, para determinados colectivos y perfiles.



Jornada de formación

MAPFRE cuenta con más de 200 programas e-learning en varios idiomas (español, inglés, turco, portugués y chino).

Con todo ello, MAPFRE busca alcanzar en su actividad de formación los siguientes objetivos:



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

Contar con profesionales altamente cualificados, capaces de asumir nuevas funciones y responsabilidades dentro de la organización

Promover la empleabilidad, la movilidad geográfica y funcional, y la promoción interna

EN EL AÑO 2012 MAPFRE COLOMBIA INVIRTIÓ \$362.087.000 EN FORMACIÓN.

A CONTINUACIÓN SE DESTACAN OTROS DATOS RELEVANTES:

CATEGORÍA	FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL			
	HORAS		ASISTENTES	
	2011	2012	2011	2012
Directivos	4.272	18.264	126	839
Jefes	1.491	14.043	106	1.213
Técnicos	14.616	17.762	634	2.188
Administrativos	54.856	16.441	940	1.782
TOTAL	75.235	66.510	1.807	6.022

METODOLOGÍA	FORMACIÓN POR METODOLOGÍA			
	HORAS		ASISTENTES	
	2011	2012	2011	2012
Presencial	73.862	59.302	434	2.943
E- learning	1.373	7.208	1.373	3.079
TOTAL	75.235	66.510	1.807	6.022

CONTENIDO	FORMACIÓN POR CONTENIDO			
	HORAS		ASISTENTES	
	2011	2012	2011	2012
Técnica	23.187	16.574	557	1.309
Comercial	48.640	31.107	1.168	449
Corporativa	3.408	18.829	82	4.264
TOTAL	75.235	66.510	1.807	6.022

Política de retribuciones y compensaciones

La Política de Compensación definida por MAPFRE persigue establecer retribuciones adecuadas a los empleados de acuerdo al puesto de trabajo que ocupan y a su desempeño, así como actuar como un elemento motivador y de satisfacción que permita alcanzar los objetivos marcados y cumplir con la estrategia de la empresa. Sus principios generales son los siguientes:

- Se basa en el puesto de trabajo que ocupa cada empleado.
- Es competitiva, con respecto al mercado.
- Garantiza la igualdad entre todos los empleados de MAPFRE, sin atender a criterios de sexo, raza, discapacidad o ideología.

— Flexible y adaptable a los distintos colectivos y circunstancias del mercado.

— Alineada con la estrategia de la Entidad.

En el ejercicio 2012, en MAPFRE COLOMBIA se pagaron retribuciones por valor de \$.60.412.542.150.

TIPO	CUADRO DE RETRIBUCIONES 2012	
	MONTO	PESO %
Retribuciones fijas	26.521.763.491	44%
Retribuciones variables	8.220.376.719	14%
Seguros sociales	8.572.303.582	14%
Beneficios Sociales	8.252.620.307	14%
Indemnizaciones	762.643.052	1%
Otros complementos	8.082.835.000	13%
TOTAL	60.412.542.150	100%

El salario en MAPFRE COLOMBIA es significativamente superior al salario mínimo del país. El salario mínimo legal del país en 2012 fue de \$566.700. El salario mínimo de entrada en MAPFRE COLOMBIA fue de \$720.000.

CARGO	SALARIOS PROMEDIO			
	HOMBRES		MUJERES	
	2011	2012	2011	2012
Directivos	13.772.464	15.374.231	12.903.932	12.426.960
Jefes	5.355.439	5.468.843	5.068.118	4.658.578
Técnicos	2.431.900	2.702.138	2.038.877	2.506.133
Administrativos	1.323.294	1.376.897	1.372.167	1.514.600

En general, todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2012 a beneficios sociales ha sido de 159,6 millones de euros, que representan el 11 por 100 de la retribución total del personal.



En España, MAPFRE tiene constituido un Fondo de Ayuda al Empleado para situaciones especiales normalmente derivadas de problemas de salud, que en el año 2012 ha otorgado prestaciones por importe de 482.867 euros, y un Fondo de Ayuda al Jubilado con cargo al cual se han concedido en 2012 ayudas económicas por importe de 60.765 euros.

Calidad de vida

MAPFRE siempre ha contado con una amplia tipología de beneficios sociales y año a año apuesta por incorporar nuevos beneficios para los empleados en cada uno de los países.

En el año 2012 los beneficios sociales y los empleados con derecho a ellos eran los siguientes:

Tipo de beneficio	BENEFICIOS SOCIALES Nº EMPLEADOS CON DERECHO	
	2011	2012
Seguro de Vida	754	902
Seguro de Salud	754	828
Descuentos en seguros de la compañía	754	924
Premios de natalidad - nupcialidad	754	31
Premio de permanencia en la empresa	754	82
Ayuda escolar para hijos	0	0
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.)	754	924

En general, todos los beneficios se ofrecen a los empleados en MAPFRE Colombia, con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2012 a beneficios sociales fue de \$8.252.620.307, que representan el 14% 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

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.



Igualdad de oportunidades

MAPFRE valora la diversidad individual de los empleados, reconoce la heterogeneidad de las personas, procura aprovechar todo su potencial y respeta la individualidad de cada uno desde una perspectiva de igualdad de oportunidades y no discriminación. Por ello 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.

En la organización se fomenta que todos los empleados favorezcan con su actuación entornos laborales en los 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.

Para 2012, la nómina de 924 personas en MAPFRE COLOMBIA se conformaba en un 51% por mujeres y un 49% por ciento por hombres.

El 19% de la nómina corresponde a Directivos y Jefes, del cual 9% son mujeres y 10% 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		
	2011	2012	Var.	2011	2012	Var.	2011	2012	Var.
Directivos	5%	3%	-40%	3%	2%	-33%	8%	5%	-38%
Jefes	7%	6%	-14%	8%	8%	0%	14%	14%	0%
Técnicos	28%	22%	-21%	37%	23%	-38%	65%	45%	-31%
Administrativos	10%	18%	80%	3%	18%	500%	13%	36%	177%
TOTAL	50%	49%	-2%	51%	51%	0%	100%	100%	0%

Acoso moral y sexual en el trabajo

MAPFRE vela por garantizar un entorno laboral libre de acoso en el que se respete la dignidad de las personas.

El acoso psicológico, el acoso sexual y el acoso por razón de sexo contaminan el entorno laboral, pueden tener un efecto negativo sobre la salud, el bienestar, la confianza, la dignidad y el rendimiento de las personas que lo padecen y vulneran el derecho al trabajo en condiciones de igualdad y no discriminación, el derecho a la integridad física y psíquica, a la intimidad, la dignidad y la libertad sexual.

MAPFRE dispone de mecanismos que permiten evitar situaciones de esta naturaleza y, si éstas se produjeran, dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo.

Los principios y pautas de actuación para prevenir y corregir este tipo de conductas están recogidos en el Protocolo para la Prevención y Tratamiento del Acoso en la empresa.

Actualmente el protocolo de acoso esta implantado en los 46 países en los que MAPFRE esta presente.

Durante 2012 en MAPFRE COLOMBIA no se recibió ninguna denuncia de acoso.

Conciliación de la vida laboral y familiar

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



Concierto de navidad para hijos de empleados

En concordancia con la cultura y principios institucionales y empresariales, MAPFRE cuenta con una política activa y estructurada en materia de conciliación que:

- Facilita el equilibrio entre el ámbito laboral y el personal de los empleados
- Incrementa el compromiso de los empleados con la empresa y su satisfacción y bienestar personal y profesional
- Atrae y fideliza talento
- Favorece la productividad

Asimismo, existen numerosas medidas para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral, entre las que cabe destacar las siguientes:

- Flexibilidad en el horario de entrada y salida.
- Trabajo a tiempo parcial
- Reducción de jornada por motivos de salud, por cuidado de hijos y familiares, y para empleados mayores de 60 años
- Permisos por motivos personales o familiares (embarazo, matrimonio, traslado de domicilio, exámenes, consulta médica, incidencia familiar grave, adopción...)
- Descansos por maternidad y paternidad, y adopción o acogimiento
- Excedencias por motivos familiares y de estudio

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 casa.

Durante el año 2011 se contó con la participación de 41 colaboradores en esta modalidad, al cierre del 2012 con 23 empleados.

Comunicación con los empleados y relación empresa y trabajadores

MAPFRE mantiene diferentes canales de comunicación con sus empleados, a través de los cuales transmite los objetivos y la estrategia del Grupo.

Los canales más frecuentes de comunicación con los empleados en MAPFRE son la intranet, el correo electrónico, los boletines digitales y las revistas (El Mundo de MAPFRE, revista global para todos los empleados en el mundo, y las revistas editadas en los diferentes países en los que el Grupo está presente).

MAPFRE pone a disposición de los empleados recursos y herramientas, como buzones, encuestas, blogs y foros, para conseguir una comunicación bidireccional y recibir sus comentarios y sugerencias.

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 y lo dispuesto en el Código de Ética y Conducta de MAPFRE (publicado en la web www.mapfre.com). El código ético y de conducta de MAPFRE Colombia se encuentra también publicado en la Intranet.

Clima Laboral

Se realizó la tercera medición a través de 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 92% sobre el total de la población, con un resultado del 70.7% como índice de ambiente laboral (IAL) que se encuentra en el rango muy satisfactorio.

Esta valoración se cimentó 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, los 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.

Dimensión	RESULTADOS MEDICIÓN 2012 CLIMA LABORAL		
	ACEPTACIÓN	INC. / IND.	VALORACIÓN
Credibilidad	84%	11%	Media (+)
Respeto	76%	16%	Media (+)
Imparcialidad	66%	22%	Media (+)
Camaradería	77%	18%	Media (+)
Orgullo	87%	11%	Media (+)
Apreciación General	86%	11%	Media (+)
Índice del ambiente laboral			70.7
Brecha frente a la excelencia			25.3
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.

El COPASO en MAPFRE COLOMBIA está conformado por igual número de representantes por parte de la administración y 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.

En Colombia se ha impartido formación sobre el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y política de salud ocupacional; se han desarrollado planes de emergencia y análisis de vulnerabilidad, investigaciones de accidentes y matriz de patologías públicas, así como programas de riesgo psicosocial y de seguridad vial.

Los datos de accidentes laborales y enfermedad común en MAPFRE COLOMBIA en los dos últimos años, han sido los siguientes:

	TASA DE ABSENTISMO					
	2011			2012		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Nº de accidentes laborales.	3	0	3	14	4	18
Nº total de horas perdidas por accidentes laborales.	224	0	224	480	112	592
Nº total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común.	57.828	5.416	63.244	9.624	14.000	23.624
Nº total de horas teóricas de todos los empleados.	487.520	616.000	1.103.520	865.920	908.160	1.774.080

Promoción de la salud

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

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

ACTIVIDADES DEL PROGRAMA DE SALUD OCUPACIONAL		
ASISTENTES		
Actividad	2011	2012
Higiene postural / sensibilización mail	15	0
Formación de líderes de salud ocupacional	73	42
Pausas activas en sitio	14	0
Audiometría y cuidado del oído	58	0
Elaboración panorama factor de riesgo	754	742
Simulacro de evacuación	46	475
Vacunación influenza*	140	0
Conservación visual y audiometrías	0	0
Donación de sangre	70	0
Auto examen de seno	33	0
Prevención SIDA	0	0
Citologías	0	0

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

Durante el 2012 se realizó un Stand up Comedy sobre seguridad vial y capacitaciones para controlar riesgos laborales tanto para las personas que trabajan en nuestras oficinas como para las que están en la modalidad de teletrabajo.

Actividades sociales y de bienestar

MAPFRE COLOMBIA considera que las actividades sociales constituyen una parte del "salario emocional" del empleado, entendido como variable retributiva compuesta por conceptos no económicos, destinados a satisfacer necesidades e intereses de tipo personal, familiar y profesional del empleado, al objeto de mejorar de forma global su bienestar y calidad de vida y la de su entorno.

Los beneficios derivados de las actividades sociales organizadas por la empresa son múltiples. Podemos reseñar:

- Incrementa la motivación y compromiso del empleado con la empresa.
- Se consideran medidas de conciliación de la vida laboral y personal muy apreciadas y valoradas.
- Elemento integrador en la empresa: facilita el conocimiento y la relación de personas de diferentes ámbitos de la empresa y niveles jerárquicos.
- Permite compartir actividades de ocio, deporte y cultura.
- Mejora la imagen de la compañía y refuerza el orgullo de pertenencia.

Programa de bienestar

El programa de bienestar estructurado para el año 2012 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 2012 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 pequeña anqueta. 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 les entregó una caja de chocolates.

— **Torneo Interno de 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. En el torneo participaron 12 equipos conformados por colaboradores de todas las áreas. La Compañía cubre el costo de uniformes, canchas, árbitros y ceremonia de premiación final. Adicionalmente se contó de forma permanente con fisioterapeuta y un entrenador quienes trabajaron en sesiones de calentamiento previo, estiramiento, atención ante lesiones y seguimiento a deportistas. El comité deportivo estructuró el "Código de Ética Deportiva" promoviendo buenas prácticas como el juego limpio, puntualidad, responsabilidad compromiso y orgullo de equipo a través de la reafirmación de valores institucionales como la honestidad y el respeto.

— **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 420 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 en el parque de Atracciones Mundo Aventura, donde a través de actividades relacionadas con el juego, atracciones mecánicas los niños disfrutaron de maravillosas actividades, y diversión. 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 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 35 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 2012 quisimos invitar a los colaboradores y sus familias a una fabulosa obra de teatro para los niños de los colaboradores pertenecientes a la familia MAPFRE, una emotiva obra musical llamada "Con cierto animal". La entrega de bonos de regalo 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 8 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 80 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 este tipo de actividades, las cuales son diseñadas, organizadas y llevadas a cabo por la fundación.

En el año 2012 se desarrollaron actividades en las que han participado 90 voluntarios entre empleados, clientes, red comercial y familiares. Estas actividades son de diversa naturaleza; principalmente construcción de viviendas dignas para personas de bajos recursos económicos, campañas solidarias de recogida de materiales escolares, juguetes, ropa y alimentos; cuidado del medio ambiente, etc., 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.

El voluntariado corporativo se consolida como uno de los programas dirigidos a empleados que tiene mayor repercusión en la Sociedad, donde los empleados canalizan su espíritu solidario, a través de actividades sociales impulsadas por la empresa en la que desarrollan su actividad diaria, beneficiando a su entorno inmediato.

Para obtener mayor información sobre la actividad fundacional que MAPFRE desarrolla a través de FUNDACION MAPFRE, visite la pagina Web www.fundacionmapfre.com

MAPFRE COLOMBIA y sus clientes

Uno de los principales objetivos de MAPFRE es satisfacer las necesidades de sus clientes, a través de servicios y prestaciones



de alta calidad. Este compromiso se articula mediante una amplia oferta dirigida a particulares y a empresas, y una profesionalizada red comercial, que distribuye los productos de MAPFRE a través de múltiples canales.

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 2012 cerró para MAPFRE COLOMBIA con un total de 523.689 clientes:

MAPA DEL CLIENTE-ASEGURADO DE MAPFRE COLOMBIA

AUTOMÓVILES

Nº automóviles asegurados	133.371
Nº clientes de automóviles	80.173

HOGAR

Nº clientes hogar	15.317
Nº hogares asegurados	56.231

SALUD Y ENFERMEDAD

Nº personas con seguros y contratos de salud y enfermedad	8.782
Nº pólizas y contratos de salud y enfermedad	18.354

COMUNIDADES

Nº clientes comunidades	1.123
Nº comunidades aseguradas	11.466
Empresas PYME y negocios agropecuarios	
Nº clientes empresas, PYME y negocios agropecuarios	24.940
Nº empresas, PYME y negocios agropecuarios asegurados	45.483

DECESOS Y SERVICIOS FUNERARIOS

Nº de clientes de decesos	214.864
Nº de personas aseguradas en decesos	765.645

VIDA (VIDA INDIVIDUAL, ACCIDENTES PERSONALES, DESGRAVAMEN, VIDA COLECTIVOS, RENTAS VITALICIAS, ACCIDENTES DE TRABAJO, FONDOS DE INVERSIÓN Y PENSIONES)

Nº de clientes de vida	139.906
Nº de partícipes en fondos de inversión y planes de pensiones	3.597.090
Nº de pólizas en seguros de vida	344.869

Canales de comunicación con el 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.
- 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, de igual forma puede ser accedida a través de los Puntos de encuentro, que son cabinas telefónicas ubicadas en puntos estratégicos MAPFRE .

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 hogar trébol

- **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.

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 ARL (Administración de Riesgos Laborales):** 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..

— **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.



Plan Capital Futuro

— **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.

— **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.

— **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 – CISMAP:** 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.



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 (EPS.), cooperativas, cajas de compensación, empresas de productos de consumo masivo, entidades gubernamentales y ONG.

En Colombia no hay una regulación específica sobre los microseguros.

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.
Exequias	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.

MICROSEGURO	DESCRIPCIÓN
Hogar	Seguro del Hogar modular, que cubre tanto el contenido como el continente, incluso en caso de catástrofes naturales.
Vida con Períodos de Carencia	Seguro de Vida, sin restricciones de edad ni de actividad.
Viva Su Negocio	Seguro de Vida para propietarios de establecimientos comerciales que cubre incapacidad, fallecimiento y cobertura de decesos.

Nuevos productos y servicios 2012*

TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO

Automóviles	127 Trébol Básico: Seguro de Automóviles, que incluye, entre otras coberturas, Responsabilidad Civil y Asistencia Jurídica
-------------	--

* No se incluyen las modificaciones o mejoras de productos ya existentes y comercializados

Fidelización

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vinculación con el Grupo, MAPFRE lleva a cabo diferentes acciones de fidelización, teniendo en cuenta que cada cliente o asegurado requiere una gestión distinta adaptada a sus necesidades.

MAPFRE COLOMBIA desarrolla asimismo una permanente labor de investigación para diseñar nuevos productos. En el siguiente cuadro se incorporan los productos lanzados al mercado en 2012.

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 2012.

— **Venta cruzada:** Con este importante elemento ofrecemos otro producto de las líneas personales del portafolio a clientes que ya tenían un seguro individual con nosotros, Empaquetamos la venta con un obsequio y Formamos a la fuerza comercial en cross-selling y le damos diversas herramientas que les faciliten la gestión con los clientes.

— **Estacional mes de la madre:** Se llevó a cabo la campaña estacional con motivo del mes de la madre, ofreciéndoles a las nuevas clientes individuales un descuento del 20% en la Póliza de Automóviles Mujer y un Seguro de Cáncer de \$30.000.000 gratis por un año, en las pólizas de Vida Individual.

— **Estacional mes del padre:** Se llevó a cabo la campaña estacional con motivo del mes del padre, ofreciéndoles a los nuevos clientes individuales un descuento del 20% en la Póliza

de Automóviles Familiar y un Seguro de Cáncer de \$30.000.000 gratis por un año, en las pólizas de Vida Individual.

— **Campaña Comercial Salud:** Se llevó a cabo la campaña promocional del Seguro de Salud, durante los meses de marzo y abril, con clientes nuevos de pólizas individuales, ofreciéndoles un obsequio.

— **Campaña Comercial Hogares Consentidos:** Se llevó a cabo la campaña promocional del Seguro de Hogar, con rebaja en las tasas, la cual se complementó con venta cruzada a clientes de Automóviles otorgándoles descuentos adicionales.

— **Estacional fin de año:** Se llevó a cabo la campaña estacional con motivo de las fiestas de fin de año durante los meses de noviembre y diciembre, ofreciéndoles a los nuevos clientes individuales un descuento del 10% en la Póliza de Automóviles.

— **Plan de referidos Refiere y Gana:** se llevó a cabo la campaña plan de referidos, en la que invitamos a los colaboradores a ser multiplicadores de bienestar y protección refiriéndonos un cliente nuevo. De acuerdo al negocio concretado, el colaborador acumula tréboles que posteriormente puede redimir del catálogo a través del microsítio.

— **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:

Tradicional:

- Deducible de pérdida total del 10%.
- Deducible de pérdida parcial del 10%.
- Disminución de descuento por no reclamación del 20%.
- Vehículo de reemplazo.
- Asistencia Exequial.
- Asistencia al Hogar.
- Descuento en revisión técnico mecánica del 50%.

Oro:

- Deducible de pérdida total del 0%.
- Deducible de pérdida parcial del 10%.
- Disminución de descuento por no reclamación del 10%.
- Vehículo de reemplazo.
- Asistencia Exequial.
- Asistencia al Hogar.

- Descuento en revisión técnico mecánica del 75%.
- Descuento examen médico licencia conducción del 50%.
- Accidentes Personales (5 millones).
- Descuento para siguientes vehículos del 20%.
- Asesoría en la compra de vehículo usado.
- Gestión en pérdida de documentos.
- Soporte informático.

Platino:

- Deducible de pérdida total del 0%.
- Deducible de pérdida parcial del 5%.
- Disminución de descuento por no reclamación del 10%.
- Vehículo de reemplazo.
- Asistencia Exequial.
- Asistencia al Hogar.
- Descuento en revisión técnico mecánica del 100%.
- Descuento examen médico licencia conducción del 50%.
- Accidentes Personales (10 millones).
- Descuento para siguientes vehículos del 30%.
- Asesoría en la compra de vehículo usado.
- Gestión en pérdida de documentos.
- 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.

— **Seguro de Accidentes Personales – BOZZIMBETT:** Obsequio que hace la inmobiliaria a sus 1000 clientes especiales:

- Fallecimiento accidental.
- Inhabilitación total y permanente.
- Bono canasta gastos del hogar.

Estacional mes de la madre

Hogares Consentidos MAFRE

— PYME - MOLINO 3 CASTILLOS: Obsequio que hace la harinera a sus mejores 500 clientes:

— Incendio, rayo, explosión, vientos fuertes, impacto de aeronaves o vehículos, humo, vendaval, granizo, daños por agua, anegación, deslizamiento, avalancha, HMCCI y AMIT.

— Hurto calificado.

— Interrupción de actividades

— Accidentes Personales - QUALITY TOUR: Obsequio que hace la Agencia al cliente junto con el paquete turístico que compre:

— Fallecimiento accidental.

— Inhabilitación total y permanente.

— Auxilio exequial.

Adicionalmente, durante 2012 se realizaron otras acciones de fidelización para clientes, con su respectivo apoyo en comunicaciones:

— Se efectuaron 5.050 llamadas de bienvenida a clientes con nuevas pólizas.

— Se enviaron 3.400 tarjetas de cumpleaños a clientes Vida Individual y Generales, acompañadas con llamada de felicitación efectuada desde el MAPFRE Si 24.

— Se enviaron semestralmente 20.000 unidades del Boletín Cliente MAPFRE, con las principales noticias y novedades de la compañía.

— Se realizó el X 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 sobre la importancia de la inversión en seguridad contra incendio.

— Se envió bimestralmente la publicación electrónica Boletín



Agente atendiendo a un cliente

Control de Riesgos, dirigida a los clientes empresariales que en diciembre 2012 llegó a la edición N° 53.

— Se enviaron 15.000 tarjetas de navidad corporativas, para acercarnos a nuestros clientes en una época importante del año generando proximidad y recordación de marca.

— Se enviaron 4.800 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.

Reclamaciones

MAPFRE vela por la correcta atención a sus asegurados y, por ello, promueve la implantación interna de órganos de protección de los derechos de los clientes en todos los países donde opera.

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.

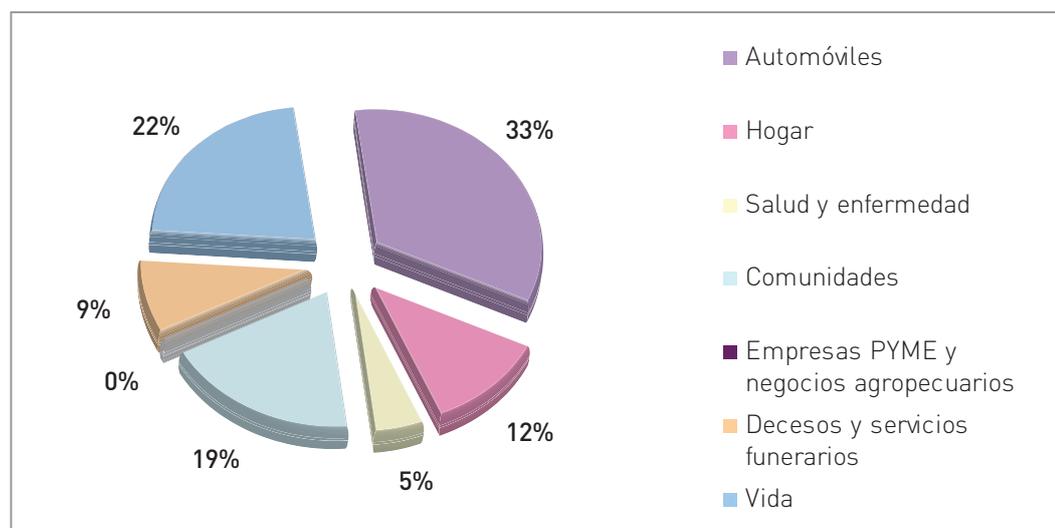
QUEJAS Y RECLAMACIONES RECIBIDAS Y TRAMITADAS POR LA ENTIDAD	
Recibidas	3.323
Admitidas	3.323
Resueltas	3.323
Con contenido económico	1.717
Respecto de incidencias en la operativa	1.606

En el ejercicio 2012, la Dirección de Servicio al cliente y Calidad recibió un total de 3.323 escritos, habiéndoles dado trámite en su totalidad; estas incluyen pretensiones concretas

de contenido económico y fallas de servicio por inadecuada atención al consumidor financiero, así como quejas respecto a Incidencias en la tramitación de las prestaciones, que han sido remitidas a los departamentos oportunos para su adecuada atención.

Las principales magnitudes de quejas y reclamaciones por áreas de negocio recibidas y tramitadas durante 2012 se reflejan a continuación:

Tipo	ESCRITOS RECIBIDOS									
	ADMITIDOS				NO ADMITIDOS				TOTAL	
	Recl	Quejas	Total	% / Total	Recl	Quejas	Total	% / Total	N°	% / Total
Automóviles	0	1.121	1.121	34%	0	0	0	0	1.121	34%
Hogar	0	396	396	11%	0	0	0	0	396	11%
Salud y enfermedad	0	157	157	5%	0	0	0	0	157	5%
Comunidades	0	626	626	19%	0	0	0	0	626	19%
Empresas PYME y negocios agropecuarios	0	0	0	0%	0	0	0	0	0	0%
Decesos y servicios funerarios	0	286	286	9%	0	0	0	0	286	9%
Vida (vida individual, accidentes personales, desgravamen, vida colectivos, rentas vitalicias, accidentes de trabajo, fondos de inversión y pensiones)	0	737	737	22%	0	0	0	0	737	22%



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	109
Admitidas	95
Resueltas	95
Con contenido económico	0
Respecto de incidencias en la operativa	0

A la defensoría del cliente se han elevado 109 reclamaciones y ha resuelto durante el ejercicio 2012 un total de 95.

Durante el 2012 se han realizado una serie de acciones con el fin de mejorar la calidad del servicio a nuestros clientes y demostrar la sensibilidad de MAPFRE Colombia las reclamaciones efectuadas por los mismos.

Fortalecer el proceso de venta en cuanto a la calidad de la información proporcionada desde la etapa precontractual: se está socializando el tema en el marco de la formación a intermediarios junto con los comunicados corporativos a franquicias y delegadas.

De acuerdo a la revisión de condicionados realizada por la Defensoría del Consumidor, la cual fue solicitada por la Superintendencia Financiera de Colombia en 2012 con el fin de identificar cláusulas abusivas en los diferentes condicionados de la Compañía, se debe constituir un informe con el listado de cláusulas identificadas por esta instancia como abusivas y las acciones tomadas por Compañía para corregir las diferentes asimetrías.

Revisar el proceso de ventas de los diferentes productos masivos con el fin de garantizar la calidad de la información y una adecuada atención al consumidor. Se hizo revisión de los guiones de venta para que cumplan con la información mínima requerida

La calidad en MAPFRE COLOMBIA

MAPFRE COLOMBIA trabaja de forma permanente para conseguir la más alta calidad en el servicio a clientes, proveedores e intermediarios. Por eso nos han renovado el Certificado de Gestión de Calidad NTC-ISO 9001:2008 e IQNet otorgado

para Comercialización de productos y prestación de servicios contratados en las pólizas de seguros de los ramos de Automóviles y Generales a Nivel Nacional autorizado en Colombia por el Consejo Directivo del ICONTEC y en el Exterior a través del MLA del foro internacional de acreditación.

La apuesta por la calidad y el servicio se refleja en la confianza depositada en MAPFRE COLOMBIA por sus clientes, como lo demuestra el índice de renovación que al cierre del 2012 se encontraba en el 75.0%.

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.

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 NTC- ISO 9001:2008 obtenida: 26/12/2003 y renovada el 17/05/2012 - vence: 03/05/2015..

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



Certificación de calidad

de servicio, rapidez de respuesta, satisfacción con la indemnización. Durante 2012 se realizaron más de 58.000 mediciones por diferentes canales a diferentes procesos.

RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN		
Área	Ene - Dic 2011	Ene - Dic 2012
Autos	94,34%	94,09%
Generales	95,52%	93,01%
Arrendamiento	90,32%	94,95%
Atención telefónica	93,47%	92,89%
Asistencia	98,87%	95,74%
ACTUAL	94,51%	94,14%
META	95%	95%

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

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

En los cuadros siguientes se incluye una selección de datos con los que se evalúa la evolución del funcionamiento de los servicios telefónicos y las plataformas de la Unidad de Asistencia:

	ATENCIÓN LLAMADAS					
	ENTRANTES		CONTESTADAS		% CONTESTACIÓN	
	2012	2011	2012	2011	2012	2011
Servicios telefónicos						
Llamadas Atención a clientes	289.803	237.844	286.527	226.858	98,9%	95,4%
Llamadas Prestación de servicios	362.004	252.327	342.477	238.820	94,6%	94,6%
Unidad de Asistencia						
Llamadas Atención a clientes	119.438	125.222	109.099	117.083	91,0%	94,0%
Llamadas Prestación de servicios	1.690.642	1.344.520	1.575.417	1.257.126	93,0%	93,0%

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 52 oficinas directas y 104 oficinas externas entre oficinas delegadas, oficinas exclusivas y oficinas franquiciadas. El conjunto de estas 156 oficinas lo manejan 9 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 166 oficinas a nivel nacional.

ESTRUCTURA TERRITORIAL		
Tipo oficina	2011	2012
DIRECTA	51	52
CENTRAL	1	1
EXTERNA	110	104
Delegada	84	76
Exclusiva	2	2
Franquicia	24	26
REGIONAL	12	9

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 intermediarios de MAPFRE COLOMBIA:

TIPO	DISTRIBUCIÓN INTERMEDIARIOS
	CANTIDAD
Agentes	1.576
Delegados	80
Corredores	29
Redes propias	472
TOTAL	2.157

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:** 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, 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 2012 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.

— **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



Revista EL Mundo de MAPFRE Colombia

habilidades que les permitan apoyar, motivar, instruir y proporcionar los conocimientos necesarios a sus equipos de trabajo.

FORMACIÓN INTERMEDIARIOS			
TIPO	MODALIDAD	ASISTENTES	HORAS
Comercial	Presencial	4.685	7.966
	Multimedia	861	1.722
Corporativa	Presencial		
	Multimedia	4.264	18.829
Técnica	Presencial		
	Multimedia	1.309	16.574

FORMACIÓN EMPLEADOS (RED COMERCIAL)			
TIPO	MODALIDAD	ASISTENTES	HORAS
Comercial	Presencial	465	148
	Multimedia	135	270
Corporativa	Presencial		
	Multimedia		
Técnica	Presencial		
	Multimedia		

Cabe mencionar además la formación impartida al los nuevos intermediarios. A lo largo de 2012 se han formado 621 nuevos intermediarios con una inversión de 6.490 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:

- **Gala de Premiación Tayrona:** antesala a la salida de convención, velada en la que se entregan los reconocimientos Tayrona a los mejores comerciales del año.
- **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.
- **La Vuelta al Mundo en 180 Días:** concurso exclusivo para oficinas delegadas que comprendió los meses de octubre y noviembre, y participaron también de eventos especiales.
- **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.
- **Comunicaciones Especiales:** Se enviaron a los intermediarios: tarjetas de cumpleaños personalizadas; correos electrónicos para los hijos en el día del niño; tarjetas físicas y correos electrónicos por día de la mujer y de la madre, tarjetas físicas y correos electrónicos por día del padre; correos electrónicos por día del

intermediario; correos electrónicos, tarjetas y dulces por el día del amor y la amistad y tarjeta de navidad personalizada para el intermediario y su familia.

- **Incentivo Fast:** se desarrolló un mini plan de incentivos con motivo del partido de Messi y sus Amigos realizado en Colombia, el cual entregó boletas para asistir al mismo y un obsequio especial a gerentes regionales.

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.

PRODUCCIÓN REAL. DIC. 2012	
PRESUPUESTO	16.137.523
PRODUCCIÓN	22.394.768
CRECIMIENTO	151%
CUMPLIMIENTO	139%

RESULTADO TOTAL (REAL + VIRTUAL). DIC. 2012					
ÁREA	PPTO.	CREC.	PRIMAS	CUMP.	VIGENTES
FINANCIERAS	39.863.026	12%	38.381.355	96%	132.940
MASIVOS	2.887.460	17%	3.516.735	122%	242.756
SERVICIOS	53.128.448	12%	51.778.982	97%	593.611
TOTAL	95.878.934	12%	93.677.073	98%	969.307



Ranking trimestral de intermediarios

Canal Empresas de Servicios Públicos

Resultados por Programa. Dic 2012

EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS		
PROGRAMAS	2012	VIGENTES
AAA E. S. P.	280.873	2.583
ACUAVALLE S. A. E. S. P.	199.135	3.945
AGUAS DE MANIZALES	1.184.125	22.716
CODENSA S. A. E. S. P.	50.042.619	561.728
ELECTRIFICADORA DEL CAQUETÁ	72.230	2.639
TOTAL EMPRESAS DE SERVICIO	51.778.982	593.611

Canal Bancaseguros, Financieras, Cooperativas

Resultados por Programa. Dic 2012.

BANCASEGUROS - FINANCIERAS - COOPERATIVAS		
PROGRAMAS	2012	VIGENTES
BBVA EDUCATIVO	363.038	7
BBVA COLOMBIA	687.778	7.721
BANCO CORPBANCA EDUCATIVO	580.519	11
BANCO CORPBANCA COLOMBIA	732.917	770
BANCO PICHINCHA	1.898.380	35.155
BANCO POPULAR	11.274.894	46.979
BANCO FINANINDA	2.273.929	933
CHEVY SEGURO	7.789.936	23.189
GMAC FINANCIERA DE COLOMBIA	2.044.807	8.692
ELECTROPLAN	14.298	557
HYUNDAI COLOMBIA AUTOMOTRIZ	99.600	184
AUTOFINANCIERA	136.466	52
FINAMÉRICA	166.278	213
CLAVE 2000	522.428	321
FINANZAUTO FACTORING	775.558	714
FANALCA	5.881.527	18.380
CORPORACION EL MINUTO DE DIOS	28.838	2.403
CREDIVALORES	164.991	638
BANCOLDEX	338.676	4.525
CREZCAMOS	2.319.824	75.019
COOPTENJO	24.798	53
COEMECE	1.029	44
FINANCIERA CAMBIAMOS	3.055	84
FONDO DE EMPLEADOS BANCOLOMBIA	20.097	1.256
FONDO DE EMPLEADOS EXXON MOBIL	8.928	558
FONDO DE EMPLEADOS FEBOR	215.504	13.469
FONDO DE EMPLEADOS FLORES LA CONCHITA	516	32
FONDO DE EMPLEADOS GES	7.530	471

BANCASEGUROS - FINANCIERAS - COOPERATIVAS		
FONDO DE EMPLEADOS TITULARIZADORA COLOMBIANA	549	34
FONDO DE EMPLEADOS UNIANDES	4.670	292
TOTAL BANCASEGUROS - FINANCIERAS - COOPERATIVAS	38.381.355	242.756

Seguros Voluntarios

- Microseguro Agrícola - FINAMÉRICA
- Hurto Fraudulento Tarjetas (Débito y Crédito) - BBVA
- PYME Negocio Seguro Plus - BANCO CORPBANCA
- PYME Negocio Seguro Flexi - BANCO CORPBANCA
- Incendio Deudores - COOPTENJO
- Vida Grupo - COOPTENJO
- Automóviles - COOPTENJO
- Hogares y/o Microempresas - CREZCAMOS
- Vida Grupo - CREZCAMOS

Canal Masivos

Resultados por Programa. Dic 2012.

MASIVOS		
PROGRAMAS	2012	VIGENTES
CAFAM	514.487	8.525
COLSUBSIDIO	147.794	1.820
COMFENALCO VALLE	138.495	1.887
COMFAMILIARES DE CALDAS	29.413	2.043
COMFENALCO CARTAGENA	15.413	590
CARREFOUR	530.244	5.340
FALABELLA	154.791	1.956
LA POLAR	665.928	24.018
DISTRIBUIDORA RAYCO	334.253	66.422
ALMACENES SI	380.248	8.741
TELESENTINEL	405.703	4.691
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN DEPARTAMENTAL DE NARIÑO	194.764	453
AGENCIA DE VIAJES QUALITY TOUR	4.884	92
INMOBILIARIA BOZZIMBETT	317	317
EXPRESO PALMIRA	2.825	1.949
OIL FILTERS	14.287	4.096
TOTAL MASIVOS	3.516.735	132.940

Seguros Voluntarios

- Renta mensual por incapacidad temporal.
- Educación Segura - ALMACENES SI
- Vida con Desempleo - ALMACENES SI
- Vida con Enfermedades Graves - ALMACENES SI
- Vida con Incapacidad Temporal - ALMACENES SI
- Asistencia Médica Inmediata - ALMACENES SI
- Seguridad Integral PYMEs - TELESENTINEL
- Seguridad Integral Hogar - TELESENTINEL
- Seguro del Hogar - BOZZIMBETT
- Seguro de Vida - BOZZIMBETT

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 2012 con 5.743 proveedores y el coste total facturado por los proveedores se presenta en el siguiente desglose:

TIPO	DESGLOSE DE PROVEEDORES			
	2011		2012	
	Nº	FACTURACIÓN	Nº	FACTURACIÓN
Bienes y servicios de carácter general	574	2.351.292.681	427	3.398.859.585
Bienes y servicios específicos	401	13.169.496.749	5.211	85.411.837.687
Bienes y servicios tecnológicos	37	10.484.979,00	105	13.998.650.284

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, de igual manera el Manual de Procedimientos para la Selección, Contratación y Evaluación de Proveedores, mediante el cual se garantiza que los proveedores matriculados y evaluados dentro de nuestro Portal Web, cumplan con los parámetros de servicio y calidad establecidos por la Compañía..

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

Los proveedores deben suministrar toda la documentación requerida para iniciar el proceso de calificación, se realiza la revisión correspondiente y se establece si el proveedor es aprobado o rechazado.

El área de riesgos realiza el análisis del proveedor y se verifica si cumple con los requisitos establecidos en el SARLAFT (SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO DE LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO)

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 2012	
Antigüedad	98,3 % trabajan con MAPFRE hace más de 1 año.
Satisfacción	96,7% está satisfecho o completamente satisfecho de trabajar con MAPFRE.
Herramienta de pagos	77,5% de los proveedores conoce la herramienta para consulta de pagos.
Recomienda la compañía	98,9% de los proveedores recomienda a MAPFRE COLOMBIA como cliente.

Formación

MAPFRE tiene también un fuerte compromiso con la formación de sus proveedores, como medio de mejorar el servicio a sus clientes y asegurados.

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.z

— 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 5 proveedores de MAPFRE cuentan con certificaciones de calidad.



El concepto de sostenibilidad ha estado siempre presente en los valores de MAPFRE desde sus orígenes, y está recogido expresamente en su Código de Buen Gobierno. La Política Medioambiental, que todos los empleados del Grupo deben asumir y respetar, es la expresión de este compromiso con el desarrollo sostenible, que también se recoge en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE.

La Política Medioambiental y Energética de MAPFRE se articula en torno a tres pilares:

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA DE MAPFRE

INTEGRACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA ENERGÍA EN EL NEGOCIO	Aplicación de criterios medioambientales y energéticos en los procesos de planificación y toma de decisiones sobre cuestiones que puedan ejercer impactos medioambientales y energéticos, como son el proceso de valoración de inversiones, la selección de proveedores o la gestión de inmuebles
	Desarrollo de productos y servicios que contribuyen a la mejora de la gestión del riesgo medioambiental y del consumo sostenible de la energía en la Sociedad
GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA	Cumplimiento de la legislación medioambiental y energética que es de aplicación a su actividad, así como otros compromisos adquiridos de forma voluntaria, y adopción de medidas para la mejora continua de su comportamiento en este ámbito a través del desarrollo de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética, que fija objetivos periódicos cuyo cumplimiento se verifica mediante el desarrollo de auditorías, y que dispondrá de la información y los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos y metas anuales. El presente documento constituye el marco de referencia para establecer y revisar los mismos
	Utilización de forma racional de los recursos, minimizando los consumos de agua, papel y energía, reduciendo la generación de residuos y emisiones, y favoreciendo el reciclado, a través de la implantación de buenas prácticas medioambientales y de ahorro y eficiencia energética; y búsqueda de soluciones tecnológicas eco-eficientes para los edificios, que permitan un óptimo desempeño energético
	Empleo de los medios necesarios para asegurar que esta Política Medioambiental y Energética sea conocida por todos los empleados y esté a disposición del público, e información periódica de los progresos logrados en su gestión medioambiental y energética

POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA DE MAPFRE

PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA	Puesta de recursos a disposición de los empleados para que participen en el logro de los objetivos medioambientales y energéticos de MAPFRE y contribuyan al desarrollo sostenible
	Desarrollo de actuaciones para lograr una mayor concienciación medioambiental y energética de la Sociedad, a través de actividades de educación, sensibilización y divulgación destinadas a colectivos diversos, así como con la promoción de buenas prácticas medioambientales y de rendimiento y ahorro energético entre clientes y proveedores
	Contribución a la investigación, al desarrollo y a la difusión del conocimiento científico y tecnológico que tiene como finalidad la preservación del Medio Ambiente y de los recursos energéticos, y participación en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueve y apoya el desarrollo de iniciativas para su protección

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.



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 la hora del planeta, y las campañas de ahorro energético, de agua y de papel. La divulgación de la política medio ambiental y energética. La instalación de temporizadores para avisos externos en todas las oficinas.

— Se esta construyendo la Unidad Técnica de Almacenamiento Central de Residuos, que cuenta con modulo subdivididos para disponer residuos orgánicos, residuos peligrosos biosanitarios, residuos peligrosos Raees, material reciclado y una poceta para lavado de elementos de aseo y vehículos de transporte de residuos.

— Los proveedores de mobiliario y de papel nos envían los certificados de papel procedente de fuentes responsables y de bosques autosostenibles.

Indicadores de desempeño medioambiental de MAPFRE COLOMBIA

INDICADORES 2012 EDIFICIO D.G. MAPFRE BOGOTÁ	
CONSUMO DE RECURSOS	
Consumo energía eléctrica (MWh)	753,40
Consumo de agua (m3)	3.030,00
Consumo de papel (Tm)	3,70
GESTIÓN DE RESIDUOS	
Papel reciclado* (Tm)	2,76
Tóner reciclado (kg)	0,00
Ordenadores y Equipos electrónicos (Kg) ⁶	0,00
Pilas (kg)	0,00
Residuos sanitarios (Kg) ⁷	2.496,00
Fluorescentes (Kg)	1.026,00
Residuos peligrosos totales (Tm)	3,52
TOTAL RESIDUOS GESTIONADOS (TM) ⁸	6,28

Promoción de la responsabilidad medioambiental

El compromiso medioambiental de MAPFRE se dirige también a la promoción de la responsabilidad medioambiental entre empleados, proveedores, clientes y gestores de negocio, asociaciones y organismos públicos y privados y otros Grupos de Interés que rodean la actividad de MAPFRE, haciéndoles partícipes de la consecución de logros, desarrollando actuaciones de sensibilización y buenas prácticas, contribuyendo al desarrollo y difusión del conocimiento científico y participando en foros medioambientales.

6) 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.

7) 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.

8) No se incluyen teléfonos móviles.



Organismos y administraciones públicas

MAPFRE participa en los principales foros de sostenibilidad, como la Iniciativa Financiera del Programa Medioambiental de las Naciones Unidas (UNEP FI) y el Pacto Mundial. Además, es muy activa en otros foros, como el Congreso Nacional del Medio Ambiente (CONAMA) y participa en congresos y grupos de trabajo relacionados con el análisis y evaluación de riesgos medioambientales, el cambio climático y los gases de efecto invernadero. También colabora en aquellas iniciativas que pretenden la concienciación de la Sociedad ante los retos de sostenibilidad y los riesgos asociados al cambio climático.

Un ejemplo de ello ha sido la participación, por cuarto año, en "La Hora del Planeta", en la que han participado las entidades de MAPFRE de Brasil, México, Puerto Rico, Argentina, Colombia y España.

Además, el Grupo respalda programas medioambientales de difusión mundial como el Carbon Disclosure Project, del que MAPFRE es signatario, y en cuyo Informe "Iberia 125" de 2012 ha avanzado 11 puntos, hasta alcanzar los 83, en el apartado de divulgación (disclosure), manteniéndose en la banda C de desempeño.

Proveedores

Como establecen los Principios de Aseguramiento Sostenible, la responsabilidad medioambiental se propaga en la cadena de valor. MAPFRE contribuye al desempeño ambiental de sus proveedores, mediante el establecimiento de criterios de selección que valoran su comportamiento ambiental, y la inclusión de cláusulas medioambientales que figuran de forma sistemática en los contratos. Las cláusulas medioambientales en los pliegos de contratación favorecen la

promoción de la sostenibilidad en los proveedores, 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.

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.



Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social

Alcance y perfil

Para MAPFRE Colombia la elaboración de su reporte de Responsabilidad Social no solo significa hacer un recuento de los esfuerzos llevados a cabo a largo de todo un año en esta materia, sino también el grado de compromiso que tiene para con todos sus grupos de interés en cuanto a los nuevos retos que está dispuesta a enfrentar en el futuro.

Para el 2012, al igual que en años anteriores, elaboramos este informe bajo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) versiones G3.1, en lo relativo a indicadores generales y en lo correspondiente al Sector Financiero, aplicables a las entidades de seguros. El cumplimiento

de las directrices de este organismo internacional se lleva de manera puntual y ordenada. Este 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 CREDIT360, nuestra herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social implantada en el Grupo.

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 cuatro 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 nueve 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 inclusividad

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

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

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 de los indicadores reportados para el informe corporativo de MAPFRE

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

— Dirección De Responsabilidad Social: responsabilidadsocial@mapfre.com

— 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

— 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

Parte general

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

Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS	
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.	– Capítulo 1 / carta del presidente / Pág. 4
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	– Capítulo 3 / Gestión de riesgos ambientales, sociales y de gobierno / Pág. 18
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN	
2.1 Nombre de la organización.	– Portada
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus clientes / Globalidad de la oferta 2012 / Pág. 33
2.3 Estructura operativa de la organización.	– Capítulo 2 / Implantación Internacional: Organigrama de MAPFRE COLOMBIA / Pág. 9
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	Carrera 14 N° 96-34 Bogotá, D. C. – Colombia
2.5 Número de países en los que opera la organización.	Este documento tiene un alcance exclusivo para las operaciones de MAPFRE Colombia, sin embargo Grupo MAPFRE tiene operaciones en 46 países. – Capítulo 2 / Implantación Internacional / Pág. 8
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	– Capítulo 2 / Pág. 7
2.7 Mercados servidos	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus clientes / Pág. 32
2.8 Dimensiones de la organización informante:	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Pág. 23
* Número de empleados	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Pág. 23
* Ventas netas	– Capítulo 2 / Principales magnitudes económicas de MAPFRE COLOMBIA / Pág. 10
* Cantidad de productos o servicios prestados	– Capítulo 4 / MAPFRE COLOMBIA y sus clientes / Pág. 33-38
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	– No se han producido en MAPFRE COLOMBIA cambios significativos durante el 2012.
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	– Capítulo 3 / Premios y reconocimientos MAPFRE Colombia / Pág. 20
PARÁMETROS DE LA MEMORIA	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida.	2012
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente.	– Capítulo 6 / Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social / Alcance y perfil / Pág. 55
PERFIL DE LA MEMORIA	
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.)	Anual
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido	– Capítulo 6 / Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social / Capacidad de respuesta / Pág. 55
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: * Determinación de la materialidad * Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria * Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria	– Capítulo 3 / Los Grupos de Interés y la Política de Actuación Socialmente Responsable / Pág. 13-15
3.6 Cobertura de la memoria	El Informe da cobertura a todas las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador en el que MAPFRE COLOMBIA desarrolla sus principales actividades.
3.7 Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria	El informe no incluye datos sobre la actividad fundacional de MAPFRE, por estar totalmente separada de la actividad mercantil del grupo.
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos	El informe no incluye datos sobre la actividad fundacional de MAPFRE, por estar totalmente separada de la actividad mercantil del grupo.
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria	Cada uno de los datos expresados en el informe se recopilan mediante el software CREDIT 360.

Parte general

	Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
	3.10 Descripción del efecto que pueda tener los cambios de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que los han motivado	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 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria	No existen cambios significativos en relación con el alcance y cobertura de la información que afecte al conjunto del contenido de este informe, ni relativos a periodos anteriores.
	INDICE DEL CONTENIDO GRI	
	3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria	— Capítulo 6 / Índice de Indicadores GRI / Pág. 57-65
	VERIFICACIÓN	
	3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria	— Capítulo 6 / Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social / Fiabilidad y Verificación / Pág. 55
	GOBIERNO	
	4.1 Estructura de gobierno de la organización	— Capítulo 2 / Organigrama MAPFRE Colombia / Pág. 9 — Capítulo 2 / Órganos de gobierno / Pág. 11
	4.2 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo	— Capítulo 2 / Órganos de gobierno / Pág. 11
	4.3 Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	— Capítulo 2 / Órganos de gobierno / Pág. 11 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com)
	4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	— Capítulo 2 / Órganos de gobierno / Pág. 11 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com)
	4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	— Capítulo 2 / Órganos de gobierno / Pág. 11 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com)
	4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	— Capítulo 2 / Órganos de gobierno / Pág. 11 — Capítulo 3 / La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE COLOMBIA / Pág. 15
	4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	— Capítulo 2 / Órganos de gobierno / Pág. 11 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com)
	4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	— Capítulo 3 / El Modelo / La Actuación ética y socialmente responsable / Pág. 16 — Capítulo 4 / Empleo y Selección / Pág. 23 — Capítulo 5 / Política Corporativa Medioambiental y Energética / Pág. 51 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com)
	4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios	— Capítulo 3 / Gestión de Riesgos Medioambientales, Sociales y de Gobierno / Pág. 18 — Capítulo 4 / Empleo y Selección / Pág. 23 — Capítulo 6 / Principios para la elaboración del Informe de Responsabilidad Social / Pág. 55 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com)
	4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social	— Capítulo 3 / La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE Colombia / Pág. 16 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com)
	COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS	
	4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	— Capítulo 3 / Gestión de Riesgos Medioambientales, Sociales y de Gobierno / Pág. 18 — Código de Buen Gobierno de MAPFRE (www.mapfre.com)
	4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	— Capítulo 3 / Principales asociaciones / Pág. 20 — Capítulo 6 / Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio / Pág. 66
	4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya como miembros a nivel de organización.	— Capítulo 3 / Principales asociaciones / Pág. 20
	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
	4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	— Capítulo 3 / Los Grupos de interés y la Política de Actuación en Responsabilidad Social / Pág. 13-15 — 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 de MAPFRE

Parte general

Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.



Indicadores de desempeño económico

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

Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
DIMENSIÓN ECONÓMICA	
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.
PRESENCIA EN EL MERCADO	
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS	
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.



Indicadores de desempeño medioambiental

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

Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
MATERIALES	
EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen	— Capítulo 5 / Gestión medioambiental y energética en MAPFRE COLOMBIA / Pág. 52 — Capítulo 5 / Gestión de recursos y residuos en MAPFRE COLOMBIA / Pág. 52
EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados	N.D.
ENERGÍA	
EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias	— Capítulo 5 / Gestión de recursos y residuos en MAPFRE COLOMBIA / Pág. 52
EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	N.D.
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	N.D.
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas	— Capítulo 5 / Dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA / Pág. 51
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas	— Capítulo 5 / Dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA / Pág. 51
AGUA	
EN8 Captación total de agua por fuentes.	N.D.
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N.A.
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	N.A.
BIODIVERSIDAD	
EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas	Las instalaciones de MAPFRE COLOMBIA no se encuentran ubicadas en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.
EN12 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	N.A.
EN13 Hábitats protegidos o restaurados	N.A.
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	N.A.
EN15 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	N.A.
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS	
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	N.D.
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	N.D.
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	N.D.
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	N.D.
EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	N.A.
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	N.A.
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	— Capítulo 5 / Dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA / Pág. 51 — Capítulo 5 / Gestión de recursos y residuos en MAPFRE COLOMBIA / Pág. 52
EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos	No tenemos constancia de que se hayan producido en 2012 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 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	N.A.
EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante	Las instalaciones de MAPFRE COLOMBIA no se encuentran ubicadas en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.

Indicadores de desempeño medioambiental

Indicador GRI		Localización en el Informe/ Comentarios
PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto	N.A.
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	N.A.
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	No tenemos constancia de que se encuentren pendientes de tramitación multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental, por parte de MAPFRE COLOMBIA, durante el ejercicio 2012.
TRANSPORTE		
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal	N.A.
GENERAL		
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	N.D.

Indicadores de desempeño social

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

Indicador GRI		Localización en el Informe/ Comentarios
EMPLEO		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	— Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Pág. 26
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	— Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Pág. 26
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal	— Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Pág. 26
RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	N.D.
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos	Se aplica lo dispuesto en la legislación laboral vigente en Colombia -Código Sustantivo del Trabajo- que rige en todo el territorio de la República de Colombia para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad.
LA15	Vuelta al trabajo y tasas de retención después de las bajas por maternidad/paternidad, por género	N.D.
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo	N.D.
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región	N.D.
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	— Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Pág. 29-30
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	— Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Pág. 29

Indicadores de desempeño social

	Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN		
	LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Formación / Pág. 25
	LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Formación / Pág. 25
	LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Evaluación y desarrollo profesional / Pág. 24
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
	LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Estructura del recurso humano / Pág. 23
IGUALDAD SALARIAL		
	LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	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.
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		
	HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos	– Capítulo 3 / Los Grupos de Interés y la Política de Actuación en Responsabilidad Social / Política de Responsabilidad Social / Pág. 14 – Capítulo 3 / MAPFRE y el Pacto Mundial / Pág. 19
	HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia	Código Ético y de Conducta. (Art. 3.2.3)
	HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Pág. 25
NO DISCRIMINACIÓN		
	HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	En 2012 no consta ninguna demanda laboral vigente relativa a situaciones o actuaciones discriminatorias.
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
	HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos	MAPFRE está comprometida 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 Humanos y ha suscrito formalmente su apoyo a los Diez Principios contenidos en el Pacto Mundial de Naciones Unidas. No emplea ni directa ni indirectamente mano de obra infantil, no admite el trabajo forzoso y garantiza la libertad de opinión y expresión de sus empleados. Todo ello, de conformidad con lo establecido en su Código de Ética y Conducta, que aplica a todos los empleados del Sistema MAPFRE, sea cual fuere su puesto o nivel, así como en sus filiales y empresas participadas en las que el Grupo tenga el control de la gestión, con independencia de su actividad o ubicación geográfica. Esta declaración figura en el Código de Ética y Conducta de MAPFRE, publicado en la web corporativa www.mapfre.com , en español, inglés y chino.
TRABAJO INFANTIL		
	HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	– Capítulo 3 / La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE Colombia / Pág. 15
TRABAJOS FORZADOS		
	HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	– Capítulo 3 / La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE Colombia / Pág. 15
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD		
	HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades	El personal de seguridad de MAPFRE COLOMBIA no es personal propio de la empresa. La empresa externa que presta el servicio de seguridad a la compañía es SEVICOL Ltda., empresa que capacita a sus empleados en aspectos de derechos humanos.
DERECHOS DE LOS INDÍGENAS		
	HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptada	No se tiene constancia de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas.
EVALUACIÓN		
	HR10 Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos	– Informe de Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org) – Relacionado con indicadores HR5, HR6 y HR7
MEDIDAS CORRECTORAS		
	HR11 Número total de quejas relacionadas con los derechos humanos presentadas, abordadas y resueltas a través de los mecanismos de queja formal	

Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
COMUNIDAD LOCAL	
S01 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa	N.A. El tipo de actividad que desarrolla MAPFRE no tiene un impacto significativo negativo en las comunidades locales en las que opera.
S09 Porcentaje de las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales	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
S10 Medidas de prevención y de mitigación aplicadas en las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales	
CORRUPCIÓN	
S02 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	MAPFRE Colombia dispone de mecanismos internos para el control de los riesgos relacionados con la corrupción. Cuenta con una Política en materia de Prevención de Operaciones y disposiciones en materia de "Lucha contra el Fraude" y una herramienta de Actuación Ética disponible para todos los empleados.
S03 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	— Capítulo 3 / La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE. / Pág. 16-17
S04 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	No hay constancia de que se hayan producido incidentes significativos de corrupción en el Grupo. MAPFRE dispone de mecanismos de control para evitar este tipo de comportamientos dentro de la organización.
POLÍTICA PÚBLICA	
S05 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying"	El Código de Buen Gobierno de MAPFRE no permite dichas prácticas, se encuentra publicado en la web www.mapfre.com
S06 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países	— Código ético y de conducta
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL	
S07 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados	MAPFRE Colombia actúa conforme a la legislación colombiana en materia regulatoria y, hasta la fecha nunca ha sido sancionada por prácticas de este tipo.
CUMPLIMIENTO	
S08 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación	NA. Los productos y servicios aseguradores de MAPFRE Colombia no afectan ni la salud y ni la 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 Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	
PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos	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.
PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes	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 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente	— Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus clientes / Satisfacción del cliente / Pág. 42-43
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	MAPFRE aplica en todo el grupo lo dispuesto en la Guía de Buenas prácticas en materia de transparencia y publicidad de UNESPA
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 conocimiento ni constancia alguna de que se hayan producido demandas por incumplimiento en la aplicación de los códigos voluntarios relativos a la información



Indicadores de desempeño social

Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
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 registrados en el ejercicio que se reporta. — Relacionado con el indicador PR4

Indicadores de suplemento financiero

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

Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	
FS1	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio
	— Capítulo 3 / Los Grupos de Interés y la Política de Actuación en Responsabilidad Social / Política de Responsabilidad Social / Pág. 13 — Capítulo 5 / Política Corporativa Medioambiental y Energética / Pág. 51
FS2	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales
	— Capítulo 3 / Gestión de Riesgos Medioambientales, Sociales y de Gobierno / Pág. 18 — Capítulo 5 / Gestión Medioambiental y Energética / Pág. 52
FS3	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes
	— Capítulo 3 / La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE Colombia / Págs. 13-15
FS4	Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio
	— Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Evaluación y Desarrollo Profesional / Pág. 24
FS5	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente
	— Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus clientes / Canales de atención al cliente / Pág. 33
CARTERA DE PRODUCTO	
FS6	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector
	— Capítulo 2 / Principales magnitudes económicas MAPFRE Colombia / Pág. 10
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos
	N.D.
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos
	N.D.
AUDITORÍA	
FS9	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos
	— Capítulo 3 / La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE COLOMBIA / Pág. 13-15 — Capítulo 6 / Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social / Fiabilidad y verificación / Pág. 55 — Capítulo 6 / Principios seguidos en la elaboración del informe corporativo de responsabilidad social / Periodicidad y comparabilidad / Pág. 55
GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD	
FS10	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales
	N.D.
FS11	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental
	N.A.
FS12	Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto
	N.A.
COMUNIDAD	
FS13	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.
	— Capítulo 2 / Pág.7
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros
	Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus clientes / Productos y servicios de carácter especial / Pág. 37

Indicadores de suplemento financiero

Indicador GRI	Localización en el Informe/ Comentarios
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	
FS15 Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa	– Capítulo 3 / Los Grupos de Interés y la política de actuación en responsabilidad social / 13-15 – Capítulo 3 / La actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE COLOMBIA / 16
COMUNICACIONES DE MARKETING	
FS16 Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario	– Capítulo 4 / MAPFRE Colombia y sus empleados / Evaluación y desarrollo profesional / Pág. 24



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	DESEMPEÑO SOCIAL – 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. DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC5	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 5: Fomentar la salud materna Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo
	2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos	DESEMPEÑO SOCIAL – 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	DESEMPEÑO SOCIAL – Relación Empresa/Trabajadores: LA4-LA5 – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5 – Política Pública: S05	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo
	4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	DESEMPEÑO SOCIAL – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – Trabajos forzados: HR7 – Política Pública: S05	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil
	5. Erradicar el trabajo infantil	DESEMPEÑO SOCIAL – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – Libertad de asociación y convenios colectivos: HR6 – Política Pública: S05	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer
	6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación	DESEMPEÑO SOCIAL – Empleo: LA2, LA15 – Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 – Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 – No discriminación: HR4 – Política Pública: S05 DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC7	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo

ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3*	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
MEDIO AMBIENTE	7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2 DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL – Emisiones, vertidos y residuos: EN18 – Productos y servicios: EN26 – General: EN30, DESEMPEÑO SOCIAL – Política Pública: S05	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL – Materiales: EN1, EN2 – Energía: EN3-EN7 – Agua: EN8-EN10 – Biodiversidad: EN11-EN15 – Emisiones, vertidos y residuos: EN16-EN25 – Productos y servicios: EN26, EN27 – Cumplimiento normativo: EN28 – Transporte: EN29 – General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL – Política Pública: S05 – Etiquetado de productos y servicios: PR3, PR4.	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL – Materiales: EN2 – Energía: EN5-EN7 – Agua: EN10 – Emisiones, vertidos y residuos: EN18 – Productos y servicios: EN26, EN27 – General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL – Política Pública: S05	Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio
ANTICORRUPCIÓN	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno	DESEMPEÑO SOCIAL – Comunidad: S02-S04 – Política Pública: S05-S06	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo

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





INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2012

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 2012, a nivel global, a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1 y el suplemento sectorial financiero.
- Los indicadores de RSC definidos por ICEA (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones).

El perímetro considerado por Mapfre para la elaboración de su Informe Anual de Responsabilidad Social 2012 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 2012, 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 2011.

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.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE 2012 a los estándares del GRI.
- Análisis de la inclusión de la información de los indicadores de RSC definidos por ICEA.
- 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 2012 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información para las actividades de MAPFRE realizadas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU, España, Méjico, Puerto Rico y Turquía, 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 2012, 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), e incluidos los indicadores definidos por ICEA.
- 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
Socio

Madrid, 4 de febrero de 2013

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 Empleo		Corrupción	SO2
	EC2		LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3		SO5
Presencia del mercado	EC5	Relación Empresa Trabajadores	LA15	Política Pública	SO6
	EC6		LA4	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7		LA5	Cumplimiento Normativo	SO8
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL			LA6	RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA7	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA8		PR4
	EN4		LA9		PR5
Agua	EN8	Formación y Educación	LA10	Comunicaciones de Marketing	PR6
Biodiversidad	EN11		LA11		PR7
	EN12	LA12	Privacidad del Cliente	PR8	
	EN13	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	Cumplimiento Normativo	PR9
	EN14	DERECHOS HUMANOS		SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN15	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	
	EN16		HR2	Impacto de Productos y Servicios	FS1
	EN22		HR3		FS2
	EN23	No Discriminación	HR4		FS3
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	HR5		FS4
EN26	Explotación Infantil	HR6	FS5		
Productos y Servicios	EN28	Trabajos Forzados	HR7	Cartera de Producto	FS6
Cumplimiento Normativo		Prácticas de Seguridad	HR8		FS7
		Derechos de los Indígenas	HR9	Auditoría	FS9
		Valoración del Riesgo	HR10	Comunidad	FS13
		Resolución Conflictos	HR11		FS14
					Salud y Seguridad del Cliente
				Comunicaciones de Marketing	FS16

Diseño y maquetación:

TAU DISEÑO
WWW.TAUDESIGN.COM

Diseño y diagramación
para Colombia:

SYNERGY ESTUDIO CREATIVO LTDA.
WWW.SYNERGYESTUDIO.COM



 **MAPFRE** | COLOMBIA

www.mapfre.com.co