



**Informe Anual 2009**



► **Responsabilidad Social**



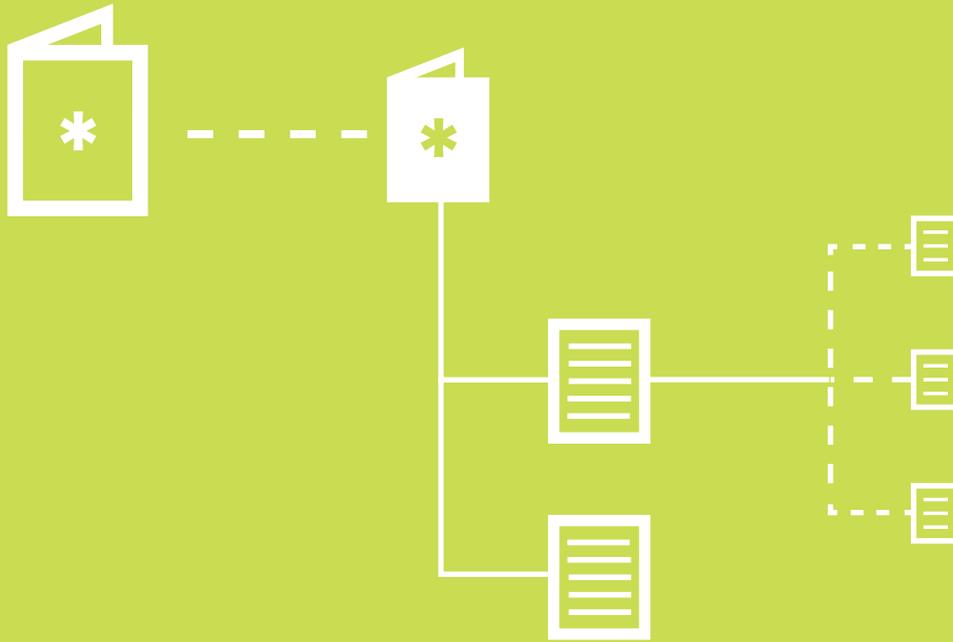
**Colombia: mucho en que creer... mucho que proteger.**

**Lotos Victoria Regia, Amazonas colombiano.**



**Informe Anual 2009**

► **Responsabilidad Social**



## ► Contenidos

1. Carta del Presidente → 6

2. Información General → 8

3. MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social → 16

4. Dimensión Económica de MAPFRE COLOMBIA → 22

5. Dimensión Social de MAPFRE COLOMBIA → 26

- MAPFRE COLOMBIA Y SUS EMPLEADOS → 27
- MAPFRE COLOMBIA Y SUS CLIENTES → 36
- MAPFRE COLOMBIA Y SUS INTERMEDIARIOS → 52
- MAPFRE COLOMBIA Y SUS PROVEEDORES → 56

6. Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA → 60

7. Información Complementaria → 66

- DISTINCIONES Y RECONOCIMIENTOS → 67
- PRINCIPALES ASOCIACIONES → 69
- ÍNDICE DE INDICADORES GRI Y PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL → 70
- NIVEL DE APLICACIÓN DE LOS INDICADORES GRI V3 → 80
- INFORME DE VERIFICACIÓN EXTERNA → 81

8. FUNDACIÓN MAPFRE → 84

- INSTITUTO DE CULTURA → 86
- INSTITUTO DE ACCIÓN SOCIAL → 88
- INSTITUTO DE SEGURIDAD VIAL → 90
- INSTITUTO DE PREVENCIÓN, SALUD Y MEDIO AMBIENTE → 91

9. Contacte con Nosotros → 92

# 1 Carta del Presidente



## ► Estimado lector

Las empresas son el motor de la actividad económica y su principal objetivo es la obtención de beneficios; sin embargo, la actividad empresarial también debe perseguir acrecentar el bienestar de sus grupos de interés y de la sociedad en general; una empresa que contribuye a ello es digna de reputación y está legitimada socialmente.

MAPFRE COLOMBIA se ha sumado al propósito del Grupo MAPFRE de reflejar los avances conseguidos en materia de Responsabilidad Social, y por primera vez edita su Informe Anual de Responsabilidad Social para Colombia, elaborado conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, integrando en la medida de lo posible todas sus áreas de actividad, y ofreciendo una visión estratégica de alto nivel de la organización con respecto a la sostenibilidad.

Hace dos años, nuestro Grupo reformuló su política de RS, concretándola en diez principios de actuación, que completan los principios del Pacto Mundial, compendian su filosofía empresarial, simbolizan el compromiso global de MAPFRE con la sostenibilidad, y son consecuencia y fiel reflejo de uno de los principios institucionales del Grupo: el de actuación ética y socialmente responsable.



El Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE COLOMBIA refleja el progreso alcanzado en el ejercicio 2009, en los ámbitos económico, social y ambiental, resultado de nuestra búsqueda constante para mejorar el desempeño y los compromisos de MAPFRE con todos sus grupos de interés: empleados, clientes, intermediarios, socios, comunidad, gobierno y sociedad. Merecen destacarse entre ellos la creación del PILMAP, Programa de Inclusión Laboral Discapitados MAPFRE, que inició a mediados de 2009, con la incorporación laboral de personas con discapacidad física; el Manual de Procesos Logísticos desarrollado para selección de proveedores de bienes y servicios; y la ampliación y mejoramiento de los canales de comunicación tanto internos como externos.

En 2010, MAPFRE COLOMBIA seguirá con vocación de permanencia, progreso y liderazgo, contemplando la RS como la forma de gestionar sus actividades empresariales, para forjar crecimiento y creación de empleo en el país, con un fuerte y equitativo compromiso social, impulsando inequívocamente el desarrollo y la sostenibilidad.

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

*Victoria E. Bejarano de la Torre*

**Victoria Bejarano de La Torre**  
**PRESIDENTE**

# 2 Información General



**MAPFRE COLOMBIA es la filial en el país de MAPFRE, el grupo empresarial español independiente, que desde 1933 desarrolla actividades aseguradoras, reaseguradoras, financieras, inmobiliarias y de servicios.**

**La sociedad matriz del Grupo es la sociedad holding MAPFRE S.A., cuyas acciones cotizan en las Bolsas de Madrid y Barcelona.**

**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.**

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

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

## ► Implantación Internacional

El Grupo MAPFRE opera en un total de 43 países a través de 151 sociedades. En la actividad de Seguro Directo, MAPFRE está implantada en todos los principales países de América Latina –en cuya área geográfica tiene una posición de liderazgo en Seguros No Vida–, en los Estados Unidos de América, Portugal, Turquía y Filipinas. En la actividad de Asistencia opera en 40 países. Además el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional –MAPFRE RE– que desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con tres sociedades filiales y 15 oficinas de representación.

Al cierre del ejercicio 2009, MAPFRE RE ocupaba el puesto 14 en el ranking del reaseguro mundial. En conjunto, a cierre del ejercicio 2009 el Grupo tenía en países distintos de España un total de 2.528 oficinas y 18.072 empleados.

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

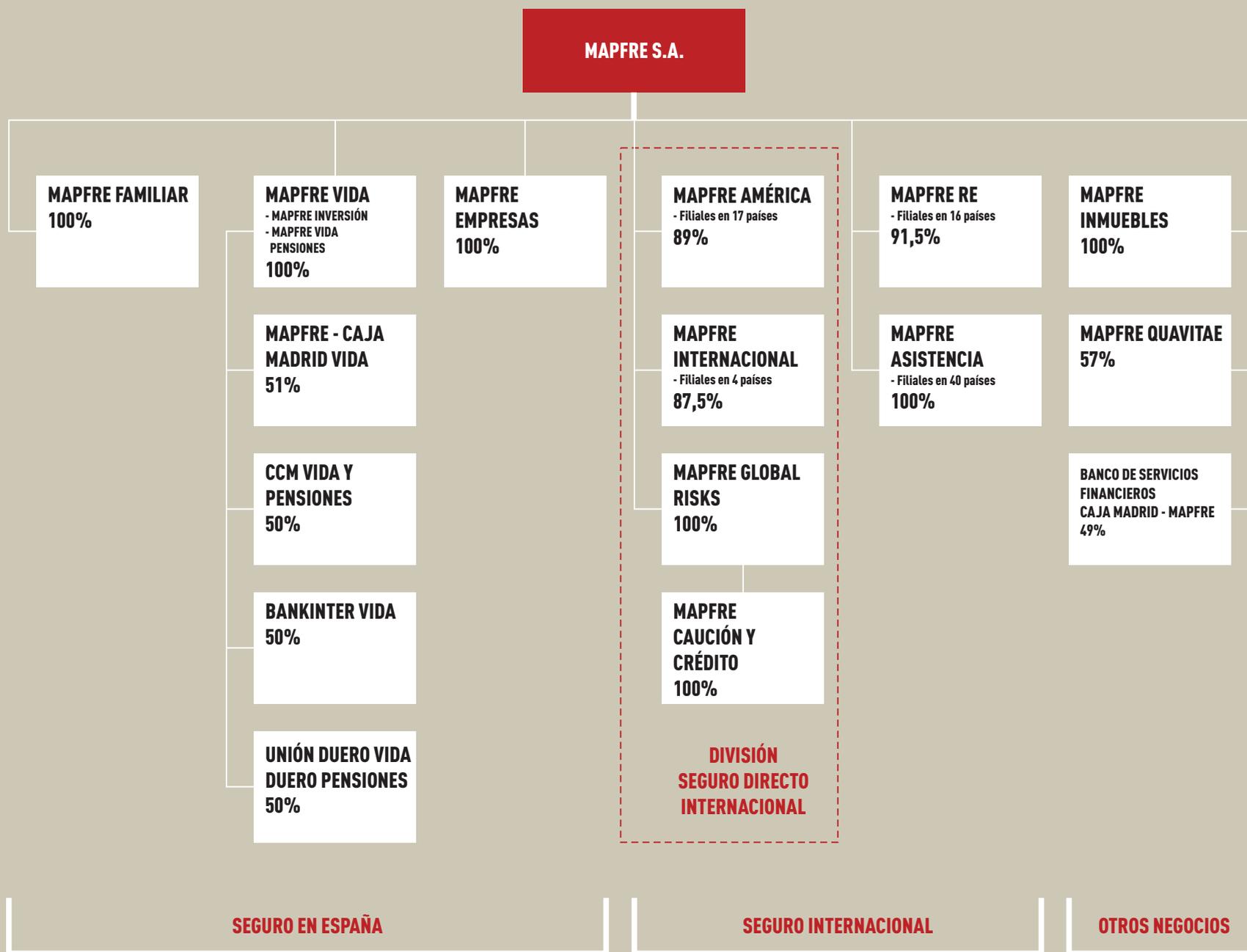
○ ●	Alemania
○ ●	Bélgica
●	Francia
○ ●	Grecia
●	Hungría
●	Irlanda
○ ●	Italia
●	Luxemburgo
○ ● ●	Portugal
○ ●	Reino Unido
●	Rusia
● ●	Turquía

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

●	Argelia
●	Egipto
●	Libia
●	Túnez

○ REASEGURO  
● ASISTENCIA  
● SEGURO DIRECTO

► Organigrama corporativo del Grupo MAPFRE



## ► Implantación en Colombia

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



## Estructura territorial de MAPFRE COLOMBIA

Al cierre de 2009 la estructura territorial de MAPFRE COLOMBIA la integraban 48 oficinas directas y 114 oficinas externas entre oficinas delegadas (85), oficinas exclusivas (4) y oficinas franquiciadas (25).

El conjunto de estas 162 oficinas lo manejan 12 oficinas regionales, órganos que dirigen y coordinan la actuación de la Red en áreas geográficas determinadas; las regionales a su vez le responden a la oficina de la Dirección General a través de la Vicepresidencia Comercial, sumando en total así 175 oficinas a nivel nacional.

ESTRUCTURA TERRITORIAL MAPFRE COLOMBIA		NÚMERO DE OFICINAS POR OFICINA REGIONAL	
Oficinas Directas	48	Antioquia	14
Oficinas Externas	114	Bogotá I	22
> Oficinas Delegadas	85	Bogotá II	26
> Oficinas Exclusivas	4	Central	6
> Oficinas Franquicias	25	Centro I	22
Oficinas Regionales	12	Centro II	13
Dirección General	1	Cuentas Corporativas Bogotá	3
<b>TOTAL ESTRUCTURA</b>	<b>175</b>	Cuentas Corporativas Cali	3
		Eje Cafetero	9
		Norte	16
		Occidente	18
		Santanderes	10



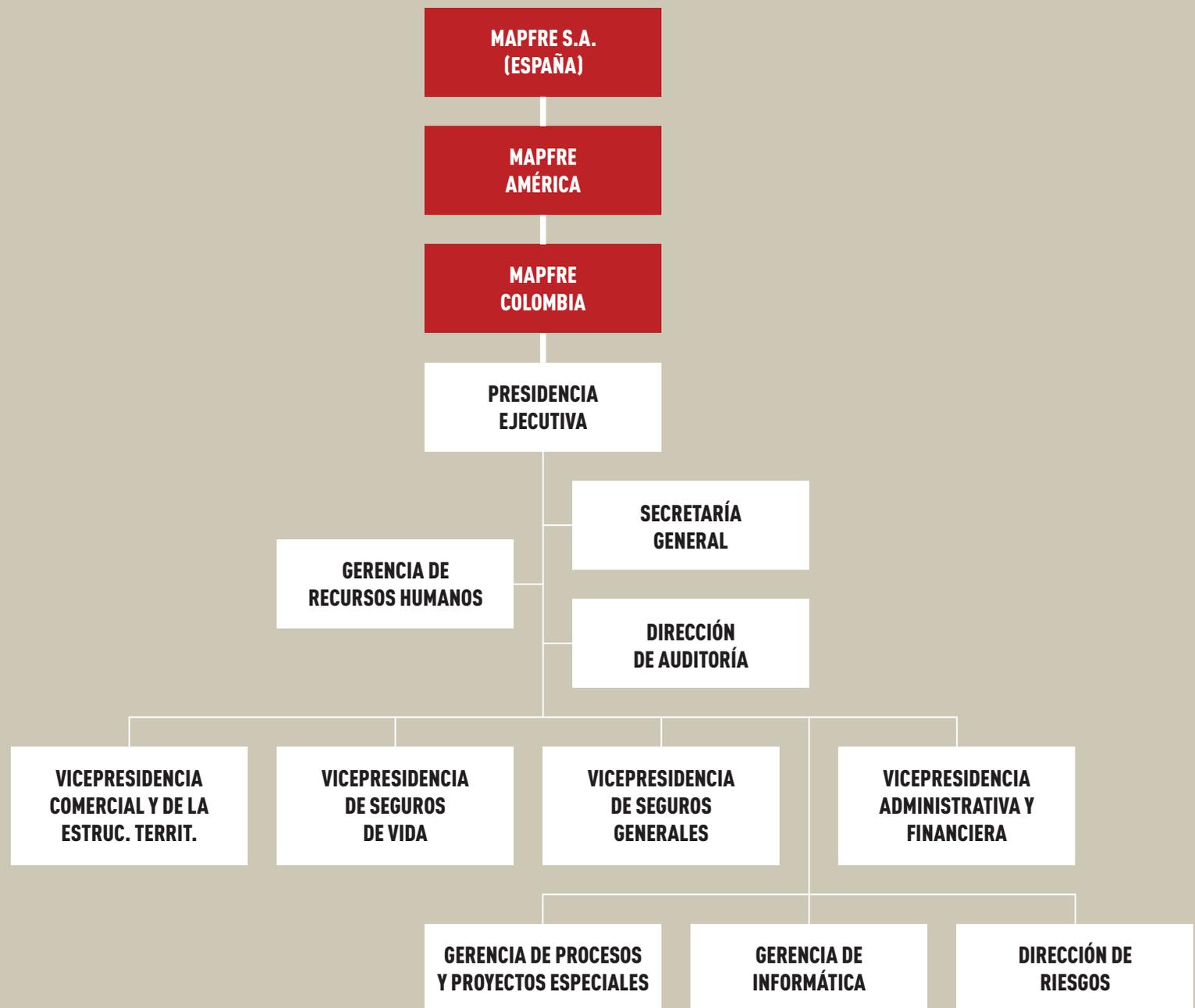
Así se viven las caravanas de inauguración de oficinas por todo el país.

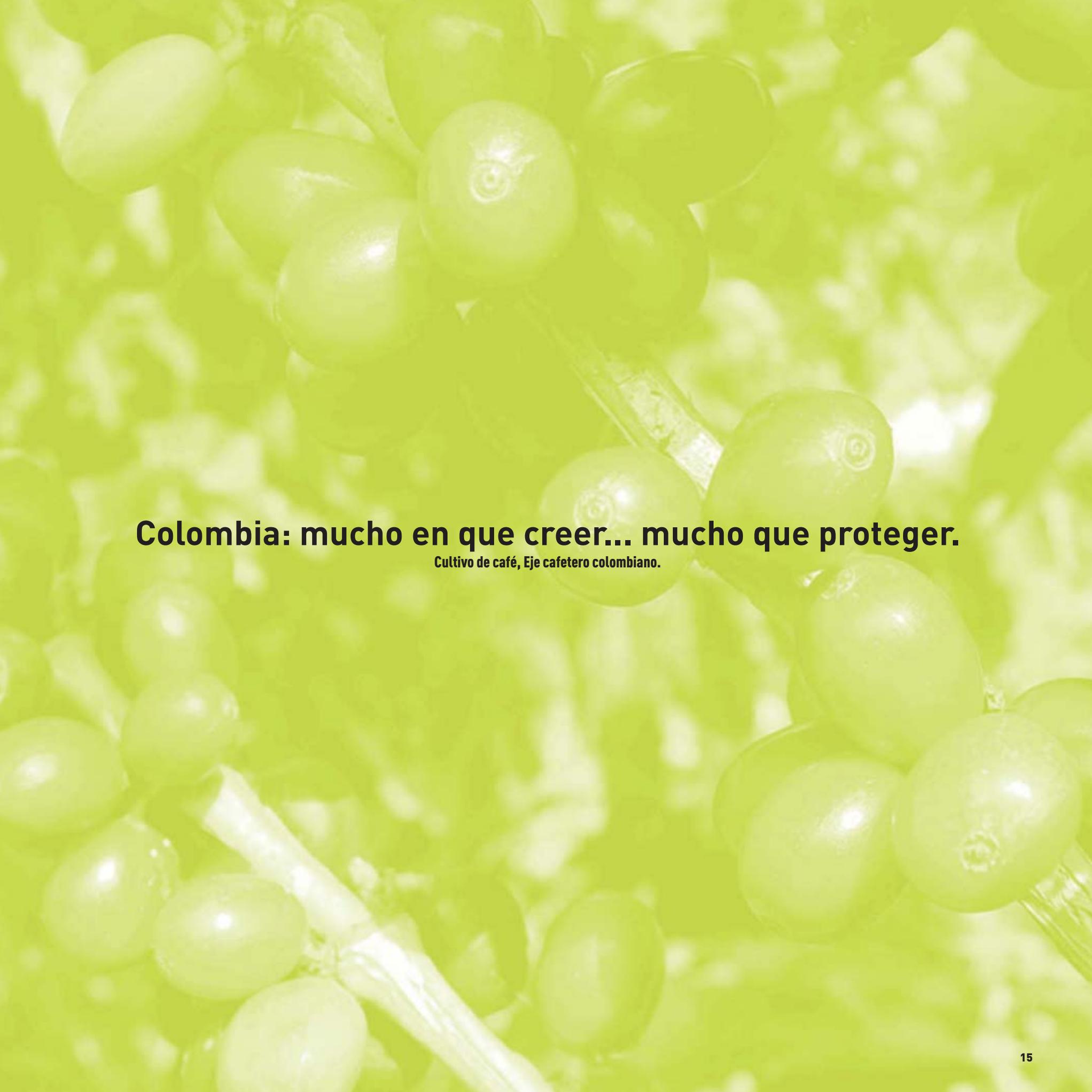
## Distribución geográfica de oficinas MAPFRE COLOMBIA en el territorio nacional

Colombia se divide administrativa y políticamente en 33 entes territoriales: 32 departamentos y un único Distrito Capital (Bogotá). MAPFRE COLOMBIA tiene oficinas en todo el país a excepción de los departamentos de Amazonas, Arauca, Caquetá, Casanare, Guainía, Guaviare, La Guajira, Putumayo, San Andrés, Providencia y Santa Catalina (insular), Vaupés y Vichada, es decir que tiene presencia física en el 66,7% del territorio colombiano, con la mayor concentración de oficinas en Bogotá (67) debido a que la ciudad alberga al 16% de la población nacional.



► Organigrama de MAPFRE COLOMBIA





**Colombia: mucho en que creer... mucho que proteger.**

**Cultivo de café, Eje cafetero colombiano.**

# 3 MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social



## ▶ MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social

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

### *Política de Responsabilidad Social*

La política de Responsabilidad Social de MAPFRE se basa en los siguientes principios, definidos en 2005 y actualizados en 2008:

- Principio 1. Cumplimiento de las leyes y normas nacionales e internacionales vigentes en todos los países en los que opera el Grupo, adoptando de forma complementaria normas y directrices internacionales allí donde no exista un desarrollo legal adecuado, y asumiendo como declaración de mínimos el respeto a los derechos reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los diez principios contenidos en el Pacto Mundial.
- Principio 2. Mantenimiento de prácticas de gobierno corporativo basadas en la transparencia empresarial y la confianza mutua con accionistas e inversores, respetando las reglas de libre mercado y de libre competencia, y rechazando cualquier práctica irregular para obtener ventajas empresariales.
- Principio 3. Respeto a la igualdad de oportunidades entre los empleados, su privacidad y su libertad de opinión; equidad en las relaciones laborales, procurando un entorno de trabajo saludable y seguro, además de la formación necesaria y adecuada al trabajo que desarrolla cada empleado; retribución justa y estabilidad en el empleo, evitando cualquier forma de persecución, de abuso o de discriminación por razón de ideología, creencia, sexo, orientación sexual, raza o condición; favorecimiento de la conciliación de la vida personal y laboral; y rechazo expreso de la explotación infantil y del trabajo forzoso.
- Principio 4. Innovación permanente en productos aseguradores y en servicios de prevención y asistenciales que agreguen valor a los asegurados y clientes, facilitando y fomentando el acceso del mayor número de colectivos al seguro; y prestación a los asegurados y clientes de un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado, asesorándoles honestamente, manteniendo la debida confidencialidad en el tratamiento de sus datos, y poniendo a su disposición un procedimiento gratuito para la resolución de sus reclamaciones en el plazo más breve posible.
- Principio 5. Desarrollo de prácticas responsables en la cadena de valor, impulsándolas principalmente a través de los procesos de selección y contratación de los suministradores, proveedores y colaboradores, y acompañando a éstos en su desarrollo empresarial para que sean copartícipes en la aplicación de la política de Responsabilidad Social del Grupo.
- Principio 6. Mantenimiento de una actuación respetuosa con el Medio Ambiente, impulsando medidas efectivas para limitar en todo lo posible el impacto ecológico y medioambiental de los riesgos derivados de su actuación empresarial; y promoción de los valores de desarrollo sostenible y buenas prácticas de gestión ambiental de MAPFRE entre proveedores y contratistas de bienes y servicios.
- Principio 7. Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés, basados en la transparencia, la veracidad y el compromiso.
- Principio 8. Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la Responsabilidad Social.
- Principio 9. Elaboración y difusión de un Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE con información relevante y veraz sobre las actividades realizadas en este ámbito, sometiéndolo a los procesos de verificación internos y externos que se consideren oportunos y que garanticen su fiabilidad e incentiven su mejora continua.
- Principio 10. Contribución al desarrollo de las actividades no

lucrativas de interés general que lleva a cabo FUNDACIÓN MAPFRE, dentro de los límites previstos en los estatutos sociales.

Disponible en la página Web corporativa: [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)

### Modelo de actuación

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

#### MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

##### RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Relaciones de equidad con los grupos de interés.
- Actuación respetuosa con el Medio Ambiente.
- Adhesión al Pacto Mundial y al Protocolo UNEP.
- Memoria Anual de Responsabilidad Social.

##### BUEN GOBIERNO

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

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

Disponible en la página Web corporativa: [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)

### Los grupos de interés

La equidad en la relación con los grupos de interés constituye la base de la Responsabilidad Social. Por esta razón MAPFRE han definido grupos de interés corporativos, distinguiendo dos niveles en función de su grado de vinculación con la organización, y ha elaborado su Informe de Responsabilidad Social de acuerdo con esa definición y recogiendo las expectativas que estos grupos han manifestado a lo largo del ejercicio.

#### MAPA GRUPOS DE INTERÉS EN FUNCIÓN DE LOS NIVELES DE ACTUACIÓN

**NIVEL 1**, que incluye a todos los grupos de interés que están vinculados con la organización a través de una relación contractual, y que son los primeros afectados por las decisiones estratégicas de la organización y viceversa.

- Empleados.
- Intermediarios / colaboradores.
- Asegurados / y clientes.
- Socios / accionistas e inversores.
- Proveedores.

**NIVEL 2**, que engloba a aquéllos no vinculados a la organización a través de una relación contractual, a los que no les afectan directamente las decisiones estratégicas de MAPFRE, o en su caso les afectan de forma limitada y viceversa.

- Representantes de los trabajadores / sindicatos.
- Instituciones / administraciones públicas / reguladores.
- Medios de comunicación.
- Tercer sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG).
- Consumidores.
- Sociedad / opinión pública.
- La competencia.

Disponible en la página Web corporativa: [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)

La comunicación con dichos grupos se basa en principios de transparencia, veracidad y compromiso.

### Gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno

Una de las fortalezas de MAPFRE es su eficiente gestión del riesgo, que ha permitido al Grupo situarse como una de las empresas multinacionales de mayor solvencia y solidez del sector en un entorno como el actual.

MAPFRE dispone de un Sistema de Gestión de Riesgos (SGR) basado en la gestión integrada de todos y cada uno de los procesos de negocio, y en la adecuación del nivel del riesgo a los objetivos estratégicos establecidos. Los diferentes grupos de riesgo se han agrupado en cuatro categorías: Operacionales, Financieros, de la Actividad Aseguradora, y



Estratégicos y de Gobierno Corporativo. En dicho sistema, los riesgos medioambientales, sociales y de gobierno (riesgos ESG) están incluidos en parte en los Riesgos Operacionales, y en parte en los Estratégicos y de Gobierno Corporativo.

LOS RIESGOS ESG <sup>1</sup> EN MAPFRE	
<b>Riesgos Operacionales</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actuarial: riesgos relacionados con el reaseguro y la tarificación.</li> <li>2. Jurídica: riesgos referidos al cumplimiento normativo, la protección de datos y el blanqueo de capitales.</li> <li>3. Tecnología: principalmente riesgos relacionados con la seguridad informática y las comunicaciones.</li> <li>4. Recursos Humanos: riesgos relativos a la capacitación y dimensión de la plantilla.</li> <li>5. Colaboradores: riesgos concernientes a la Red Comercial y profesionales externos (proveedores, etc).</li> <li>6. Procedimientos: riesgos asociados al diseño de procedimientos y su desarrollo.</li> <li>7. Información: principalmente riesgos relacionados con la comunicación (adecuación y suficiencia de la información).</li> <li>8. Fraude: tanto fraude interno como externo.</li> <li>9. Mercado: ligados a la marca e imagen.</li> <li>10. Bienes materiales: principalmente riesgos de protección de activos.</li> </ol>
<b>Riesgos Estratégicos y de Gobierno Corporativo</b>	Incluye los riesgos 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 del Grupo (páginas 133-143 Volumen 1 Cuentas Anuales, publicada en la página Web [www.mapfre.com](http://www.mapfre.com)).

## *La Responsabilidad Social en MAPFRE COLOMBIA*

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

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

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

## *Principios seguidos en la elaboración del Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE COLOMBIA*

### **ALCANCE Y PERFIL**

MAPFRE ha elaborado su Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, tanto las relativas a indicadores generales, centrales y adicionales, como las correspondientes al Sector Financiero aplicables a las entidades aseguradoras<sup>2</sup>. El Informe da cobertura a las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador, en el que MAPFRE COLOMBIA desarrolla fundamentalmente sus actividades.

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

<sup>2</sup> Además se han seguido las recomendaciones de la Norma AA1000 -que comprende los Principios de AccountAbility AA 1000APS (2008)-, y la Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA 1000 AS (2008), en relación con los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, normas estas últimas cuya aplicación no ha sido verificada.



## FIABILIDAD Y VERIFICACIÓN

En 2007 MAPFRE comenzó la implantación de la herramienta informática “Consigna”, adquirida para la gestión de los indicadores de responsabilidad social a nivel corporativo. Con la utilización de “Consigna” hemos obtenido datos suficientes para garantizar la calidad y materialidad de un alto porcentaje de los indicadores exigidos por Global Reporting Initiative.

Los datos cualitativos y cuantitativos que dan respuesta a estos indicadores y que se reportaron al informe del Grupo, han sido verificados externamente por la auditora Ernst & Young y, como es preceptivo, el Informe ha sido revisado por el Comité de Auditoría de MAPFRE, con carácter previo a su aprobación definitiva por el Consejo de Administración.

## CLARIDAD, PRECISIÓN Y EXHAUSTIVIDAD

La información se expone de forma sistemática, incluyendo un índice general, que facilita su lectura (página 5), y un índice global de indicadores GRI (páginas 70-77), 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.

El presente informe está disponible para su consulta en la página Web de MAPFRE COLOMBIA ([www.mapfre.com.co](http://www.mapfre.com.co)).

## PERIODICIDAD Y COMPARABILIDAD

Este informe tiene una periodicidad anual, abarcando las actividades desarrolladas por la compañía en 2009. Por ser el primer informe, no se presentan datos comparables con años anteriores.

## EQUILIBRIO

El Informe refleja los aspectos positivos del desempeño de la organización y aquellos a mejorar. MAPFRE COLOMBIA tiene el objetivo de seguir avanzando en la mejora del Informe, en su alcance y en su contenido.

## MATERIALIDAD, RELEVANCIA E INCLUSIVIDAD<sup>3</sup>

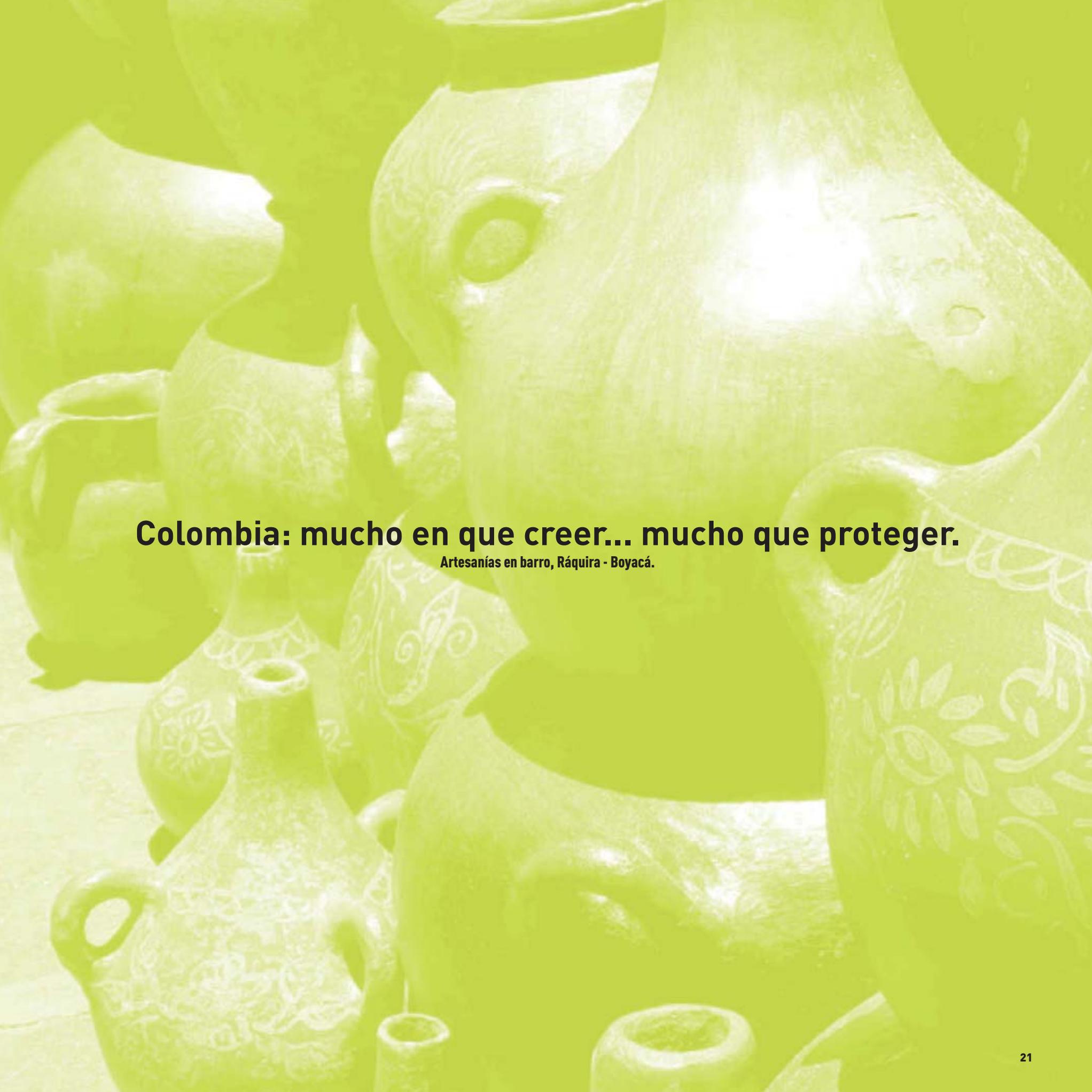
En la elaboración de este Informe han participado representantes de las distintas áreas de la Compañía, con el objetivo de que su contenido aporte información relevante y suficiente sobre aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización en su actividad aseguradora, cumpliendo así con el principio de materialidad GRI.

## CAPACIDAD DE RESPUESTA

El informe, además de ofrecer información relevante para los grupos de interés con los que MAPFRE interactúa, da respuesta a las observaciones transmitidas por éstos a lo largo del ejercicio.



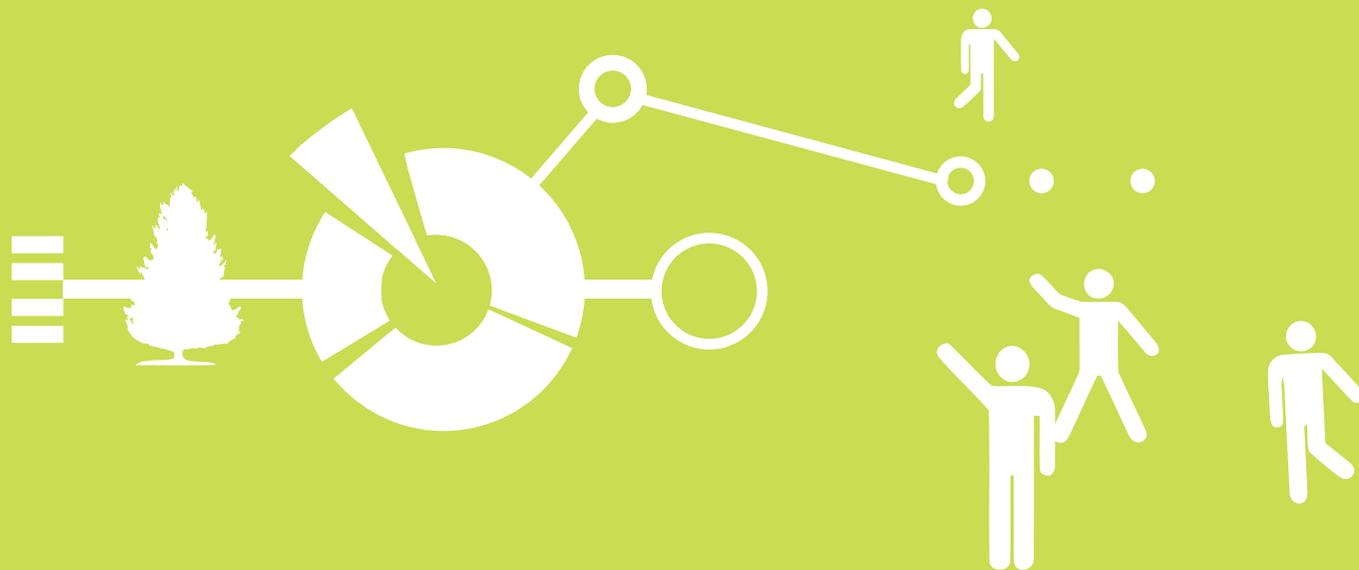
<sup>3</sup> El Global Reporting Initiative define la materialidad como “el umbral a partir del cual un aspecto o Indicador pasa a ser lo suficientemente importante como para ser incluido en la memoria”.



**Colombia: mucho en que creer... mucho que proteger.**

Artesanías en barro, Ráquira - Boyacá.

# 4 Dimensión Económica de MAPFRE COLOMBIA



## ► Dimensión Económica de MAPFRE

### Magnitudes básicas del Grupo MAPFRE a diciembre 2009

MAPFRE tiene una posición destacada de liderazgo en el Seguro Español, y una relevante proyección internacional en Seguro Directo, Reaseguro y Asistencia. Al cierre del ejercicio 2009 ocupaba el octavo puesto en el ranking europeo de Seguro No Vida, y la primera posición en el de América Latina.

Los siguiente cuadros refleja las magnitudes básicas que definen la dimensión Económica del Grupo MAPFRE y datos expresivos de su implantación territorial:

PRINCIPALES DATOS FINANCIEROS	
Ingresos	Más de USD \$26.996 millones (+6,3%)
Primas	Más de USD \$22.375 millones (+9,1%)
Activos Totales	Más de USD \$61.800 millones (+3,4%)
Resultado Atribuible	USD \$1.329 millones (+2,9%)

SÓLIDA IMPLANTACIÓN MULTINACIONAL			
	ESPAÑA	OTROS	TOTAL
Países	1	42	43
Empleados	17.153	18.072	35.225
Oficinas	3.278	2.528	5.806
Oficinas Bancarias	3.840	1.310	5.150
Otros Puntos de Distribución	880	321	1.201
Delegados / Agentes / Corredores	24.897	42.957	67.854

OTROS DATOS RELEVANTES DEL GRUPO MAPFRE
20 millones de clientes, más de 80 millones de asegurados, y más de 160 millones de beneficiarios.
Asegurados 8,5 millones de vehículos, 3,5 millones de hogares y la salud de 1,7 millones de personas.
Patrimonios gestionados por valor de 49.573 millones de euros.

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

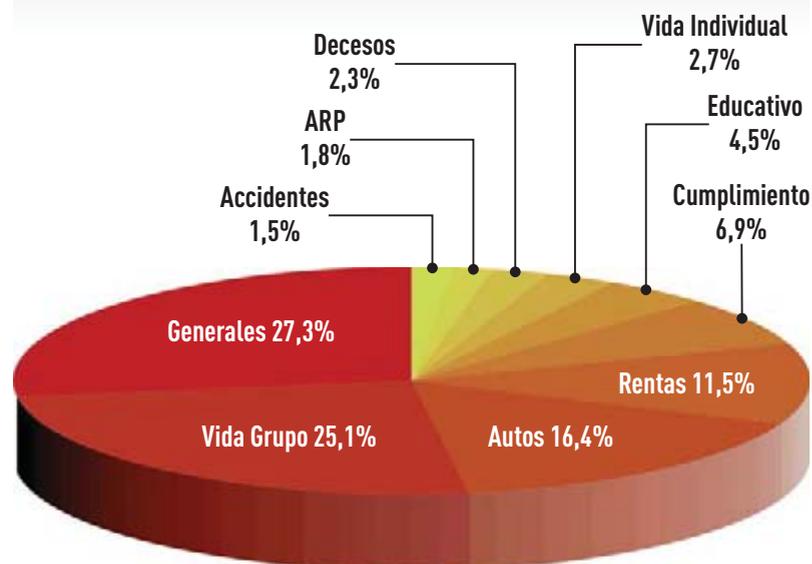
### Magnitudes básicas de MAPFRE COLOMBIA a diciembre 2009

Al cierre de 2009, MAPFRE COLOMBIA ocupaba el cuarto puesto en el ranking nacional emitido por FASECOLDA, el cuarto puesto en Seguros No Vida, y el sexto en Seguros de Vida.

En el ramo de Vida, destacó el aumento del número de personas en edad de jubilación, que están rescatando sus planes de pensiones para adquirir rentas vitalicias, mientras en los ramos No Vida, la aportación de los seguros de cumplimiento (caución), gracias al crecimiento de los seguros industriales y de responsabilidad civil. Automóviles presentó un decrecimiento a raíz del incremento de los precios, ya que las ventas de vehículos experimentaron una caída.

PARTICIPACIÓN DE PRIMAS POR LÍNEA DE NEGOCIO		
RAMO	2009	CREC.
Automóviles	124.873	-9%
Generales	207.794	26%
Patrimoniales	52.576	65%
Vida	376.576	49%
<b>TOTAL</b>	<b>761.819</b>	<b>30%</b>

CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS



<b>PRIMAS EMITIDAS UNIDAD GENERALES</b>		
% Incremento		15%
% Variación Presupuesto		103%
RAMO	2009	CREC.
Automóviles	124.873	-9%
Generales	207.794	26%
Patrimoniales	52.576	65%
<b>TOTAL PRIMAS</b>	<b>\$385.243</b>	

CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS

<b>PRIMAS EMITIDAS UNIDAD VIDA</b>		
% Incremento		49%
% Variación Presupuesto		169%
RAMO	2009	CREC.
Accidentes Personales	11.443	36%
ARP	13.633	441%
Decesos	17.520	18%
Educativo	34.176	7%
Vida Grupo	191.501	187%
Vida Individual	20.629	21%
Rentas	87.325	-21%
<b>TOTAL PRIMAS</b>	<b>\$376.576</b>	

CIFRAS EXPRESADAS EN MILLONES DE PESOS





**Colombia: mucho en que creer... mucho que proteger.**

Ciudad amurallada, Cartagena - Bolívar.

# 5 Dimensión Social de MAPFRE COLOMBIA



## ▶ MAPFRE COLOMBIA y sus Empleados

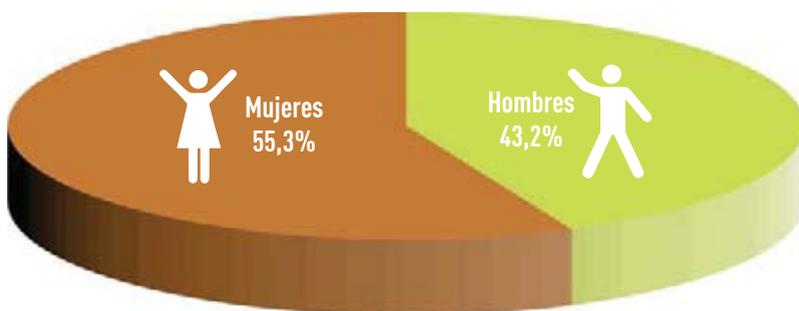
MAPFRE considera que la relación con sus empleados, y las de éstos entre sí, deben estar basadas en el respeto a sus derechos laborales y personales; por ello, fomenta y apoya la observancia de los principios de igualdad de oportunidades, no discriminación, formación profesional continua, capacitación directiva, conciliación de la vida laboral y personal, y protección de la dignidad de la mujer y del hombre en el trabajo, valores empresariales todos contenidos en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE que constituyen la referencia que debe inspirar la conducta de todos los empleados.

En el año 2009 se aprobó un Código Ético y de Conducta, que tiene como objetivo que el comportamiento de todas las personas que integran MAPFRE refleje los valores corporativos del Grupo y sus principios de actuación. Para ello establece unas pautas básicas de conducta basadas en los siguientes principios:

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

### *Estructura del recurso humano*

A 31 de diciembre de 2009, la nómina de MAPFRE COLOMBIA estaba integrada por 537 personas, así:



### NÓMINA MAPFRE COLOMBIA

TOTAL EMPLEADOS	537
EDAD MEDIA (EN AÑOS)	34,7
ANTIGÜEDAD MEDIA EN LA COMPAÑÍA	5,7

### NÓMINA POR GÉNERO

GÉNERO	NÚMERO	%
Femenino	305	55,3%
Masculino	232	43,2%

### NÓMINA POR NIVEL ACADÉMICO

NIVEL	NÚMERO	%
Posgraduados	45	8,3%
Universitarios	352	65,5%
Técnicos y Tecnólogos	97	18,6%
Bachilleres	43	7,6%

### NÓMINA POR EDAD

EDAD	NÚMERO	%
50 años o más	23	4,3%
40 a 49 años	116	21,6%
30 a 39 años	244	45,4%
Menos de 30 años	154	28,7%

### *Formación y desarrollo*

Considerando prioritaria la capacitación continua de directivos y empleados, MAPFRE brinda formación y desarrollo de habilidades necesarias para el adecuado desempeño en sus puestos de trabajo.

- El Código del Buen Gobierno, la norma de gastos y las políticas de control interno se divulgan a través de la Intranet y por medio de circulares y manuales. Sin embargo se profundiza en la capacitación en esos temas mediante las agendas de entrenamiento en el plan de inducción a nuevos colaboradores.

- Durante el año 2009, 110 personas recibieron formación en el sistema de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo con un total de 220 horas de formación.
- Igualmente se realizaron a nivel nacional capacitaciones dirigidas por el área de riesgos de la compañía en SARO (sistema de administración de riesgo operativo) y SARLAFT (sistema de administración de riesgos de lavado de activos y financiación del terrorismo) contando con una asistencia de 350 personas y un cubrimiento de 700 horas.

Los programas de educación continuada, orientados al desarrollo de habilidades de los colaboradores que más se emplean en MAPFRE COLOMBIA son los impartidos por FUNDACIÓN MAPFRE, a través de su plataforma virtual. Durante el año 2009 se inscribieron 37 personas con una intensidad de 40 horas, para un total de 1.480.



#### FORMACIÓN POR METODOLOGÍA

TIPO	HORAS	ASISTENTES
Presencial	9.911	719
E-Learning	2.556	192
<b>TOTAL</b>	<b>12.467</b>	<b>911</b>

#### FORMACIÓN POR CONTENIDO

TIPO	HORAS	ASISTENTES
Técnica	4.450	325
Comercial	2.676	196
Corporativa	5.341	390
<b>TOTAL</b>	<b>12.467</b>	<b>911</b>

#### FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL

TIPO	HORAS	ASISTENTES
Directivos	845	62
Jefes	1.740	127
Técnicos	5.809	424
Administrativos	1.411	103
<b>TOTAL</b>	<b>9.805</b>	<b>716</b>

A parte de lo anteriormente mencionado, también se realizan cursos de actualización con diferentes entidades educativas a los cuales durante 2009 asistieron 22 colaboradores en modalidad presencial con una intensidad de 12 horas, para un total de 264.

Por parte de RRHH, se formaron 61 personas en agendas de entrenamiento de ingreso.

#### *Evaluación*

MAPFRE COLOMBIA cuenta con un proceso normalizado de evaluación y desarrollo que valora tanto el grado de cumplimiento de los objetivos marcados anualmente, como la calidad en el desempeño de su trabajo y permite detectar necesidades de formación y establecer planes de acción para contribuir al crecimiento profesional.

El programa utilizado es el Módulo de Gestión de Convenios y Evaluación de Desempeño, que está dividido en cuatro partes: en primer lugar se encuentra el cumplimiento de objetivos institucionales; en segundo lugar se encuentra el bloque de objetivos grupales correspondientes a la medición de las conductas relacionadas con servicio al cliente; en tercer lugar encontramos las competencias específicas para cada cargo;



por último se realiza la evaluación de los objetivos de unidad, los cuales incluyen los indicadores de gestión relacionados con las funciones correspondientes a cada cargo.

El sistema contempla los siguientes aspectos: plan de mejora del desempeño, plan de formación, propuesta de acciones administrativas y observaciones del resultado. El 90% de la planta de personal realiza evaluación de desempeño.

### *Política salarial y beneficios*

En el ejercicio 2009 se pagaron retribuciones por importe de 36.016.937 millones de pesos. El 55,21% (19.883.309 millones de pesos) correspondió a sueldos y salarios; el 14,11% (5.081.269 millones de pesos) a cotizaciones de seguridad social; el 19,40% (6.988.424 millones de pesos) a beneficios; el 11,28% restante (4.063.935 millones de pesos) a indemnizaciones y otros complementos.

<b>BENEFICIOS</b>	<b>BENEFICIADOS</b>	<b>MONTO</b>
Plan Beca	138	\$198.181
Bonificación por antigüedad	86	\$80.302
Bonificación retorno vacaciones	325	\$162.122
Seguro de vida	537	\$196.049
Auxilio medicina pre pagada	358	\$429.678
Otros beneficios	537	\$5.922.092
<b>TOTAL</b>		<b>\$6.988.424</b>

Al cierre de 2009, 348 Colaboradores (64% de la plantilla de personal), contaron con asignación de variable -pago adicional al salario- que constituyó el 11,85% del total de la remuneración para el año. El variable tiene mediciones mensuales, semestrales y anuales y en todos los casos, genera una compensación económica en función de los resultados: variable mensual 75%, variable semestral 15% y variable anual 10%.

Actualmente el 100% de los cargos comerciales y todo el personal de nivel medio hacia arriba tienen componente variable. Se espera llegar al 100% del personal con este tipo de

salario y es importante resaltar, que año a año tenemos un mayor porcentaje de personal con estas condiciones.

Para el pago del salario variable mensual se establecen dos componentes: 1. Cumplimiento del presupuesto de producción con una participación porcentual del 30%. 2. Resultado retenido con una participación del 70%, condicionado al cumplimiento de producción mínimo del 95%.

El pago del variable semestral se establece a partir de las evaluaciones de desempeño, el cual es definido previamente teniendo en cuenta los objetivos e indicadores del Mapa Estratégico Corporativo o de la Unidad.

Adicionalmente la evaluación incluye aspectos de competencias y a partir de la misma, se deben definir planes de mejora y de capacitación a nivel de cada colaborador, área y compañía.

El pago del variable anual se liquida en función de los resultados de la compañía y tienen un peso del 30% por el cumplimiento del presupuesto de ventas y un 70% por el cumplimiento del resultado neto de la compañía presupuestado.

### *Empleados con discapacidad*

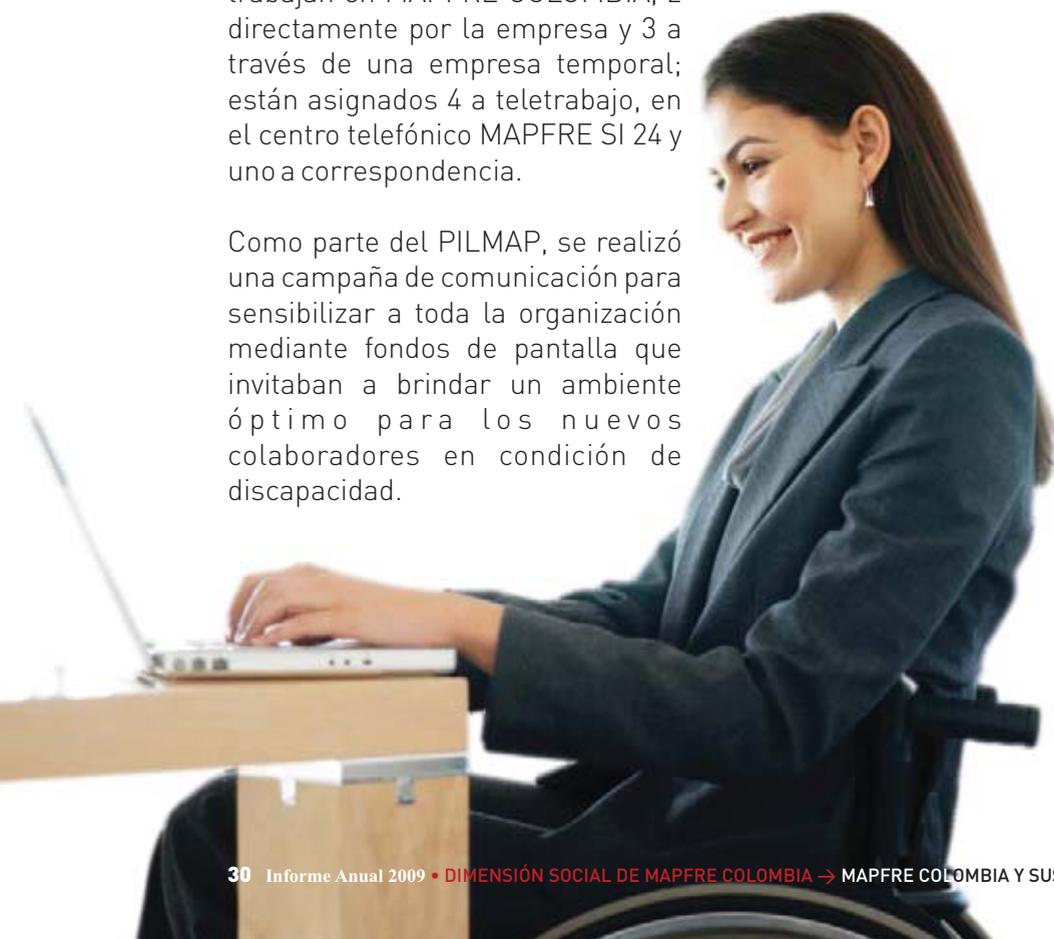
En MAPFRE COLOMBIA entendemos que este tema pone a prueba valores profundos de la sociedad. Al igual que los demás miembros de ella, los discapacitados no piden regalos asistencialistas, sino la oportunidad de un trabajo digno que les permita ser útiles y productivos en la medida de sus posibilidades.

Por lo anterior que asumimos el reto de organizar, facilitar y apoyar la integración laboral, readaptación profesional y generación de empleo, para personas que enfrentan impedimentos para participar en igualdad de condiciones. Así creamos PILMAP -Programa de Inclusión Laboral MAPFRE- que desde mediados del año 2009 opera al interior de nuestra organización en tres áreas de discapacidad: física, sensorial y cognitiva.



En el Grupo MAPFRE trabajan actualmente 265 empleados con discapacidad, de los cuales 5 trabajan en MAPFRE COLOMBIA, 2 directamente por la empresa y 3 a través de una empresa temporal; están asignados 4 a teletrabajo, en el centro telefónico MAPFRE SI 24 y uno a correspondencia.

Como parte del PILMAP, se realizó una campaña de comunicación para sensibilizar a toda la organización mediante fondos de pantalla que invitaban a brindar un ambiente óptimo para los nuevos colaboradores en condición de discapacidad.



#### PROCESO PILMAP

**DOCUMENTACIÓN EMPRESA:** Legal, científica, estadística y normativa.

**PEDAGOGÍA:** Establecimiento de parámetros para trabajo con discapacitados.

**SENSIBILIZACIÓN:** Se realizó a los trabajadores de la empresa y futuros compañeros.

**SELECCIÓN:** Se hace a través de Eccos, empresa que trabaja ya con discapacitados y que les acredita formación laboral y hace seguimiento.

**CONTRATACIÓN:** Dependiendo la labor y la duración de esta se hace directa por la empresa o a través de la empresa temporal.

**FORMACIÓN:** Ya tienen experiencia en el oficio, se da capacitación de producto, procesos e identidad corporativa.

#### *Seguridad y salud en el trabajo*

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



El COPASO en MAPFRE COLOMBIA está conformado por igual número de representantes por parte de la administración e igual número de representantes por parte de los trabajadores (4 representantes por parte de la empresa y 4 por parte de los empleados). El período de vigencia de los miembros del Comité es de 2 años, siendo protocolizado mediante registro ante el Ministerio de 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.

<b>TABLA DE ABSENTISMOS</b>			
<b>TIPO</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
Accidentes laborales	9	6	15
Total de horas perdidas por accidentes laborales	456	48	504
Total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	2.472	10.536	13.008
Total de horas teóricas de todos los empleados	451.200	585.600	1.036.800

### *Promoción de la salud*

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

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

<b>ACTIVIDADES DEL PROGRAMA DE SALUD OCUPACIONAL</b>			
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>INTENSIDAD</b>	<b>GRUPOS</b>	<b>ASISTENCIA</b>
Lanzamiento			80
Socialización de información ergonomía pausas activas	1 hora	5	75
Pausas activas en puestos de trabajo	1 hora	10	111
Audiometrías	12 horas	Individual	108
Higiene postural	1 hora	6	69
Manejo del estrés	1 hora	1	15
Conservación visual	1 hora	3	35
Estilo de vida y trabajo saludable	1 hora	5	55
Terapia psicofísica	15 minutos	Individual	51
Prevención SPA	1 hora	5	76



## Clima laboral

Se realizó la primera medición Great Place to Work® con el fin de contar con una valoración objetiva del ambiente laboral y las prácticas de gestión de las personas, orientado a hacer de este factor una palanca que favorezca la capacidad de creación de valor.

El ejercicio está cimentado en la valoración de dimensiones determinantes como la credibilidad, respeto, imparcialidad, camaradería y orgullo a través de encuestas individuales con cobertura nacional. El resultado global arroja una puntuación de 83/100 y ha permitido identificar oportunidades de mejora que están siendo trabajadas mediante planes de acción, de forma individual de acuerdo con los resultados particulares por equipos de trabajo.

RESULTADOS CLIMA LABORAL			
DIMENSIÓN	ACEPTACIÓN	INC./IND.	VALORACIÓN
Credibilidad	82%	12%	Media (+)
Respeto	73%	18%	Media (+)
Imparcialidad	65%	22%	Media (-)
Camaradería	76%	18%	Media (+)
Orgullo	88%	9%	Media (+)
Gestalt	91%	8%	Media (+)
Índice del ambiente laboral			68,4
Brecha frente a la excelencia			23,1%
Valoración del ambiente laboral			Satisfactorio

## Actividades sociales para los empleados y sus familiares

MAPFRE COLOMBIA quiere estar presente en las fechas más importantes para sus colaboradores y sus familias. Por esto, desarrolla actividades que apuntan a mejorar el bienestar, incentivar la calidad de vida, fomentar el entretenimiento y fortalecer lazos de amistad y camaradería con el objetivo de mantener motivados a los colaboradores y fidelizarlos.

- Celebración de cumpleaños de los colaboradores de la Compañía: envío de tortas institucionales a cada uno de los colaboradores en la fecha de su cumpleaños con cobertura a nivel nacional.
- Celebración del Día Internacional de la Mujer: teniendo en cuenta el importante porcentaje de mujeres que trabaja en MAPFRE, se les hizo un homenaje a través de un obsequio.
- Torneo interno de minifútbol: actividad que reúne más de 12 equipos conformados por colaboradores de todas las áreas. La Compañía cubre el costo de uniformes, canchas, árbitros y ceremonia de premiación final. Alrededor de esta actividad, asiste un número importante de familias de los colaboradores y es un espacio perfecto para la integración.
- Torneo interno de bolos: actividad que se realiza tradicionalmente desde hace más de 9 años con la participación activa de ambos géneros, reuniendo más de 170 personas. Se entregan 35 premios en todas las categorías y modalidades.
- Vacaciones recreativas: actividad dirigida a los hijos de colaboradores en donde se programan actividades para cuatro días. Cada día tiene una programación diferente donde los niños tienen la oportunidad de aprender a través de visitas guiadas a sitios de interés cultural, parques temáticos, museos y sitios históricos para que a través de la lúdica aprendan. Parte importante del programa es el acercamiento de los infantes con temas ecológicos en donde se programan jornadas para que disfruten de un día rodeados por hermosos bosques y entren en contacto con animales nativos. Esta actividad reúne 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.





- Fiesta de brujitos para hijos de colaboradores: actividad realizada en el parque temático DIVERCITY, una pequeña ciudad donde los niños son los que mandan con un concepto muy interesante: "jugar a ser grandes, imitando lo que hacen los mayores". Se trata de un sitio donde hasta los adultos aprenden, pues allí tienen que reinar la convivencia, la tolerancia, la solidaridad y el respeto. Hay unas normas, que se deben seguir, como en una ciudad de verdad. El desarrollar una fiesta de disfraces en un espacio como este, hace que la actividad sea experiencia inolvidable para los niños.



- Participación torneo FASECOLDA: es el evento que integra a todo el sector asegurador en torno al deporte y la cultura, superando expectativas en materia de participación al contar en 2009 con la presencia de más de 2.200 funcionarios de compañías de seguros, compañías intermediarias de seguros y la Superintendencia Financiera de Colombia, en más de 17 disciplinas deportivas. Los equipos de Voleibol de MAPFRE COLOMBIA, en las modalidades mixto y masculino, nuevamente se alzaron con el título de CAMPEONES en las dos categorías.
- Bonos de navidad: en 2009 quisimos hacer la entrega de bonos a través de un sencillo pero cálido evento en donde participaron a través de muestras de talento varios de nuestros colaboradores. Esta actividad tiene como objeto agradecer a todos los colaboradores el compromiso con MAPFRE y el cumplimiento de objetivos corporativos.

En ese escenario se lanzó el premio "Si se le nota... qué nota" en donde quisimos exaltar algunos talentos, habilidades y destrezas que se destacan en nuestro equipo de colaboradores por lo que a través de un mecanismo que permitió postular empleados destacados, se realizaron votaciones para reconocer públicamente a los mejores en las siguientes categorías: Amigoso, colaborador,

madrugador, pilo (inteligente), encantador (carismático), buen humor, revelación del año (mejor novato). Se entregaron diplomas como reconocimiento social y premios a los ganadores. En esta actividad participaron más de 340 colaboradores.

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



- Celebración de aniversarios: tradicional evento anual en el que la Compañía brinda un reconocimiento a los colaboradores que completan quinquenios de trabajo con MAPFRE (5 años, 10 años, 15 años, etc.).



## Comunicaciones

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

- Intranet: portal del recurso humano de MAPFRE que brinda información para todos los colaboradores y acceso a links de interés.



- Desde Presidencia: comunicaciones generadas por la Presidente de la Compañía, informando sobre las novedades del Grupo, de la empresa y también con ocasión de cumpleaños y aniversarios de los colaboradores.

**Buena noticias**

Desde **Presidencia**  
En contacto con usted

Es importante para nosotros contarle que...

### ¡El liderazgo de MAPFRE COLOMBIA crece!

**merco**  
Banco Empresarial de Inversión Colectiva

La compañía Merco publicó el ranking de las 100 empresas preferidas para trabajar en Colombia, donde se destaca a MAPFRE entre las tres aseguradoras preferidas por los colombianos para trabajar.

**EMPRESAS COLOMBIANAS PREFERIDAS PARA TRABAJAR Sector Seguros 2009**

BOLIVAR	SURAMERICANA	MAPFRE
---------	--------------	--------

**Espera pronto más buenas noticias.**

MAPFRE  
Ser grande es una virtud

- El Mundo de MAPFRE COLOMBIA: revista corporativa de la Compañía que involucra temas de interés para los empleados y cuenta con secciones enfocadas al entretenimiento y la calidad de vida de todos los colaboradores.

### Una marca que está marcando

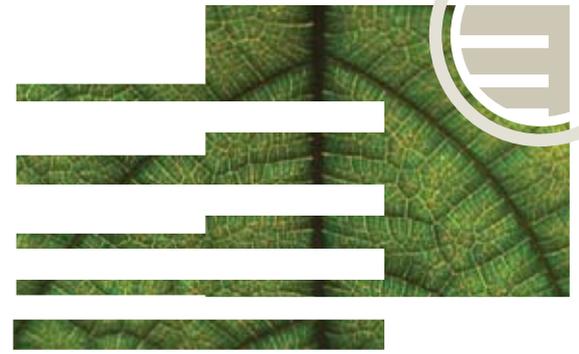
Adelante en reputación corporativa

**En nuestra** reputación corporativa se convirtió en un indicador de mayor peso que en el resto de la sector asegurador. Para ello, MAPFRE COLOMBIA se comprometió a ser una marca que esté marcando en el sector asegurador. Este compromiso se materializó en el lanzamiento de la revista 'El Mundo de MAPFRE COLOMBIA', una publicación que busca ser un punto de encuentro para todos los colaboradores y un medio de comunicación que permita a la compañía ser más cercana a sus empleados.

### merco

(BASES DE DATOS DE 2009)

Índice	2009	2008	2007
REPUTACIÓN CORPORATIVA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN SOCIAL	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN AMBIENTAL	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN PRODUCTIVA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN FINANCIERA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN TECNOLÓGICA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE CALIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE EFICIENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INTELIGENCIA	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE INNOVACIÓN	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE SOSTENIBILIDAD	85,00	78,00	72,00
REPUTACIÓN DE TRANSPARENCIA	85,00	78,00	72



- 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.



## ▶ MAPFRE COLOMBIA y sus Clientes

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

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

El ejercicio 2009 cerró para MAPFRE COLOMBIA con más de 575 mil clientes y más de 1,3 millones de asegurados. La meta ahora será potenciar la venta cruzada de productos para incrementar el número de clientes.

CLIENTES Y ASEGURADOS 2009		
RAMO	CLIENTES	ASEGURADOS
Automóviles	60.986	122.346
Hogar, Comunidades y PYMES	20.523	67.475
Otros Patrimoniales	11.017	44.340
Salud y Enfermedad	2.021	8.783
Vida (Riesgo y Ahorro)	177.530	193.382
Accidentes de Trabajo	843	95.443
Accidentes Personales	76.470	310.181
Funerarios	225.760	533.804
<b>TOTAL</b>	<b>575.150</b>	<b>1.375.754</b>

### *Canales de atención al cliente*

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

- 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.

- 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.



- Plataforma telefónica (MAPFRE Si 24) que proporcionan una atención permanente durante las veinticuatro horas todos los días del año, y que permiten a los clientes realizar consultas y gestiones relacionadas con los seguros que tienen contratados, y obtener servicios relacionados con los mismos.
- Portal mapfre.com.co y Oficina Virtual MAPFRE Internet, que ofrecen al cliente otra vía de relación con la empresa. Actualmente se encuentran en fase de implementación nuevas funcionalidades, secciones y acciones de fidelización e interactividad.





## *Globalidad de la oferta*

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

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

### **SEGUROS PARA VEHÍCULOS**



- 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.
- Automóviles Familiar: protecciones especiales para el vehículo y sus ocupantes, cuando este es utilizado por varios miembros de la familia.
- 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.

- Automóviles Elite: póliza superior, que asegura el más exclusivo nivel de tranquilidad para quienes poseen vehículos considerados de gama alta.
- 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.
- 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.

### **SEGUROS HABITACIONALES**



- Hogar Plus: seguro para el hogar con excelentes amparos básicos y adicionales, bajo la modalidad multi riesgo.
- Hogar Trébol: extiende la protección a valores globalizados y da la posibilidad de amparar sólo contenidos o contenidos y construcción.
- Copropiedades: producto que cumpliendo con los requisitos establecidos en la Ley 675 de copropiedades, ampara las áreas y bienes comunes.

## SEGUROS EMPRESARIALES



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

## SEGUROS PARA PYMES



- Todo Riesgo PYME: es la póliza con la más completa gama de coberturas para pequeños y medianos negocios industriales, comerciales y de prestación de servicios.
- Restaurantes: estructurada exclusivamente para negocios como cafeterías, pizzerías, asaderos, fruterías, comidas rápidas y restaurantes.
- Hoteles: es la póliza Todo Riesgo PYME ampliada y estructurada a las necesidades específicas del negocio hotelero.
- 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.



## SEGUROS DE VIDA INDIVIDUAL



- Temporal Revalorizable: producto muy económico que brinda los beneficios de la protección para la familia del asegurado ante el fallecimiento por cualquier causa.
- Temporal anual revalorizable al IPC: producto ideal para brindar a la familia soporte económico ante la eventualidad del fallecimiento del asegurado, con valor asegurado creciente al IPC.
- Plan 4X1: permite formar un capital para cubrir necesidades a futuro y al mismo tiempo brinda protección en el eventual fallecimiento prematuro del cabeza de familia.
- Vida Plus: con este seguro no importa la edad a que llegue el asegurado, siempre estará protegido y a su familia le dejará un gran legado económico al presentarse el fallecimiento.
- Plan Seguro de Ahorro: este producto, además de económico, permite que el asegurado forme el capital que desea, en el tiempo que quiera y a la vez esta protegido con un seguro de vida.
- Vida Plena: el asegurado tendrá un capital para disfrutarlo cuando más lo necesita. (Duración: hasta la edad de 70 años).

## SEGUROS PATRIMONIALES



- Cumplimiento: para garantizar el pago de perjuicios causados que provengan del incumplimiento de obligaciones contenidas en un contrato o en una disposición legal específica.
- Manejo: ampara contra las pérdidas causadas por empleados con ocasión de la comisión de las conductas tipificadas en el ordenamiento penal colombiano.
- 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.

- Millón Vida: sistema de inversión para consolidar capital que contiene un seguro de vida.
- Su Futuro Seguro: 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.
- Accidentes Personales: los accidentes, generan muchas consecuencias económicas ante las cuales este producto, con protecciones a muy bajo costo y renovación anual, es ideal.
- Rentas Vitalicias: para quien esta 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 recibir una suma para sustentar cómodamente sus gastos.
- Vida Premium: los seguros en dólares son los más adecuados para quienes buscan altos niveles de protección. Para quienes desean formar un capital la opción Gold y la opción Platinum para quienes requieren protección hasta la edad de 70 año.
- Exequial: 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.
- Asistencia Médica Inmediata: un equipo médico calificado a disposición del asegurado en caso de que requiera consulta médica telefónica, valoración en casa o traslado a una entidad hospitalaria.
- Asistencia Odontológica: un equipo odontológico y tecnológico a disposición del asegurado para estabilización del dolor en una emergencia y para cuidado preventivo y correctivo de su salud oral.

- Segurviaje: ayuda material inmediata, en forma de prestación de servicios, a consecuencia de un accidente, ocurrido durante el transcurso de un viaje. La prestación de servicios se hace a través de ANDIASISTENCIA S.A. y la red mundial MAPFRE.

## SEGUROS DE VIDA COLECTIVOS



- Vida Grupo: ante el riesgo del fallecimiento prematuro de un empleado, las organizaciones tienen la posibilidad de brindarle a la familia de este, un beneficio económico importante.
- 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.
- 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.
- Viva en Familia Plus: el empleado y su familia están protegidos bajo este seguro ante fallecimiento por cualquier causa, incapacidad total y permanente, enfermedades graves, rentas clínicas y accidentes personales.



- **Agrovida:** a través de las asociaciones, federaciones o agremiaciones agroindustriales, protegemos la vida de los diferentes gestores de la producción nacional, donde el pago de la prima se hace en especie.
- **Vida Educadores:** este seguro esta dirigido a proteger al profesor o educador del sector público, oficial y privado de Colombia.
- **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.
- **Taxi Vida Plus:** póliza paquete, a muy bajo costo, que brinda la protección para los taxistas.
- **Vive País:** seguro dirigido a proteger a Gobernadores, Alcaldes, Concejales, Diputados, Personeros y Tesoreros de los municipios.
- **Accidentes Personales Colectivos y AP 5 y 10:** protección total a muy bajo costo, frente a las consecuencias económicas derivadas de un accidente. Las modalidades de AP 5 o 10, solo cubren el fallecimiento accidental, se pagan con una prima anual muy baja y dan protección por 5 o 10 años, respectivamente.
- **Asistencia Educativa:** el establecimiento educativo, mediante un pago a muy bajo costo, ampara a los estudiantes frente a las consecuencias económicas derivadas de un accidente.
- **Accidentes en Vuelo:** ampara en vuelo fallecimiento accidental e inhabilitación total y permanente. Adicionalmente repatriación de restos y gastos de cirugía.
- **Complicaciones en Cirugía Estética:** cobertura especial que ampara las complicaciones que se puedan presentar después de una intervención quirúrgica en instituciones

debidamente autorizadas, siempre y cuando dicha complicación no se derive de la responsabilidad civil del médico cirujano o de la clínica.

- **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.
- **Exequial:** garantiza para los empleados y su grupo familiar el apoyo y la tranquilidad económica frente a los tramites y costos de todas las actividades que conlleva la partida de un ser querido, desde los servicios exequiales hasta el destino final.

#### **ADMINISTRADORA DE RIESGOS PROFESIONALES - ARP**



- La ARP de MAPFRE COLOMBIA cuenta con el respaldo de FREMAP en España.
- Asignación de profesionales en seguridad industrial e higiene, para desarrollo de programas en salud ocupacional.
- Asesoramiento en materia de higiene laboral.
- Programas de reducción de accidentes.
- Programas preventivos para la empresa.

- Red nacional de consultores en promoción y prevención.
- Cursos a empresas y trabajadores.
- Biblioteca y videoteca orientadas a la prevención de riesgos.
- Auditoria médica.
- Seguimiento estricto a las incapacidades temporales parciales.
- Asistencia médica nacional e internacional 7x24x365.
- Red de médicos especialistas y droguerías a nivel nacional.
- Red de prestadores (IPS) reconocidos.
- Programas de rehabilitación.
- Re calificación y re ubicación laboral.
- Readaptación profesional.

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

### CISMAP



Los Centros Integrales de Servicios MAPFRE - CISMAP, fueron 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.

### PERITACIÓN IN SITU



Este es un servicio creado para brindar todo el respaldo necesario a los asegurados de las pólizas de automóviles, directamente en el lugar del hecho.

Con una sola llamada el cliente solicita la atención de la Unidad de Servicios Integrales MAPFRE, que cuenta con peritos altamente capacitados para:

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



## MAPFRE SI 24



La línea de contacto que durante 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año, ofrece:

- Servicio al cliente.
- Coordinación de 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.

## *Novedades incorporadas en 2009*

### LANZAMIENTO SEGUROS DE SALUD

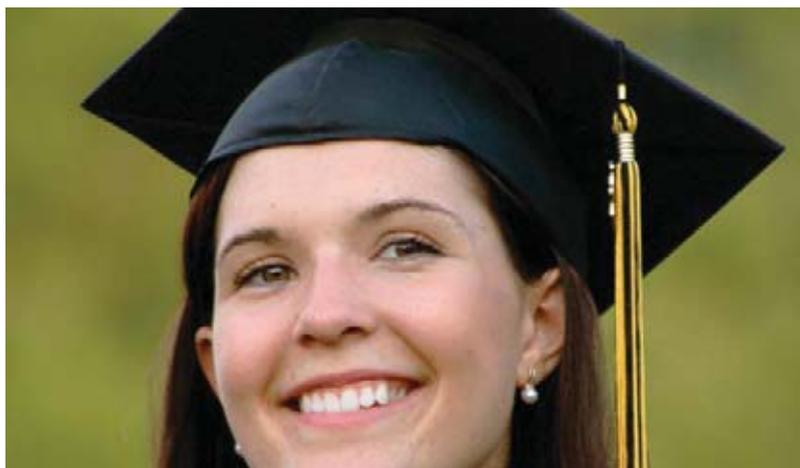


Los seguros de salud de MAPFRE COLOMBIA, Más Salud, fueron creados para ofrecer a toda la población colombiana, unas mejores coberturas a las que tiene derecho en el Plan Obligatorio de Salud (POS), con un precio competitivo, una excelente red médica y una moderna plataforma tecnológica:

- Más Salud Excelencia: cobertura integral de salud en Colombia y en el exterior, cubriendo al 100% cualquier hospitalización por enfermedad, maternidad o accidente.
- Más Salud Preferencial: cobertura ilimitada en Colombia, cubriendo al 100% cualquier hospitalización por enfermedad, maternidad o accidente.
- Más Salud Óptima: producto modular que permite escoger la mejor protección de salud de acuerdo con las necesidades particulares de cada persona o familia, brindando coberturas dentro de la Red Médica de MAPFRE a nivel nacional.
- Más Salud Enfermedades Graves: protección complementaria a la cobertura actual del asegurado en salud, a nivel mundial.

- Más Salud Platino: póliza en dólares con cobertura a nivel mundial con los mejores especialistas médicos, para todo evento de enfermedad, accidente o maternidad.
- Más Salud Vital: póliza de salud para ofertar a muy bajo costo con complementariedad básica al POS.

### MEJORAS AL PRODUCTO SU FUTURO SEGURO



En aras de diversificar el portafolio y atendiendo las necesidades particulares de la población el producto educativo individual de MAPFRE COLOMBIA Su Futuro Seguro, entró a ofrecer tres líneas para que un mayor número de familias colombianas tengan la oportunidad de garantizar la educación superior de sus hijos:

- Elite: permite asegurar y disfrutar en vida del desarrollo profesional de los hijos, sin importar el valor futuro de la Universidad.
- Prestigio: permite asegurar y disfrutar en vida del desarrollo profesional de los hijos, en cualquier universidad con un valor máximo de 14 SMMLV por semestre.
- Júnior: permite al tomador pactar el valor a recibir por cada semestre sin importar donde decida estudiar el beneficiario.

### MEJORAS A LOS PRODUCTOS TEMPORALES DE VIDA

- Disminución de tarifa.
- Mejora en las comisiones.
- Tarifas diferenciadas por amparo.
- Inclusión de nuevos amparos en asistencias.
- Nuevo temporal anual especial para deudores.

### LANZAMIENTO MÓDULO DE QUEJAS Y PETICIONES



Módulo de recepción y atención de quejas y peticiones, implementado a través de [www.mapfre.com.co](http://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.

### LANZAMIENTO ESTADO DE LA REPARACIÓN

Servicio colgado en [www.mapfre.com.co](http://www.mapfre.com.co), que permite una interacción directa entre los peritos de MAPFRE COLOMBIA, los talleres y el cliente, para que el afectado en un accidente pueda estar enterado del estado de reparación del vehículo. Funciona al 100% en Bogotá y se encuentra en perfeccionamiento para el resto del país.



## Los microseguros en MAPFRE COLOMBIA

En Latinoamérica la población en la BdP (Base de la Pirámide) está constituida por 360 millones de personas que viven con menos de USD \$300 al mes. La BdP en Colombia (45,5% de la población) es significativa y representa un reto y una oportunidad para el desarrollo de las microfinanzas y los microseguros como herramientas para reducir la pobreza, crear cultura del seguro y generar negocios con impacto social.

### LANZAMIENTO RECAUDO ELECTRÓNICO

A través de [www.mapfre.com.co](http://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.

### LANZAMIENTO MODELO DE CONVENCION

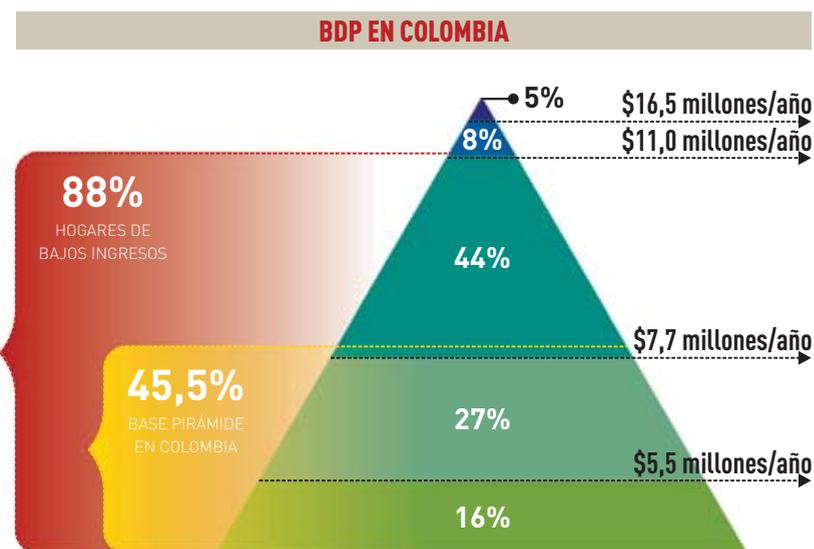
Proceso consolidado en 2009, el cual permite consultar en varios niveles la producción que tienen los intermediarios en la calificación de convención en una forma veraz y rápida.

### LANZAMIENTO COTIZADOR EN MÓVILES

Servicio para intermediarios que beneficia directamente al cliente, en el cual, las cotizaciones sobre productos para vehículos que se hacían a través de [www.mapfre.com.co](http://www.mapfre.com.co), se pueden realizar a través del servicio de telefonía móvil.

### INICIO IMPLEMENTACIÓN FACTURA ELECTRÓNICA

Servicio en fase de desarrollo, que permitirá que el intermediario, pueda consultar en forma detallada (fuente, valor, fecha, retenciones), los pagos de comisiones realizados por la empresa, lo cual permitirá que ellos lleven un mayor control de sus ingresos y a MAPFRE ajustarse a todos los requerimientos dados por la normatividad tributaria colombiana.

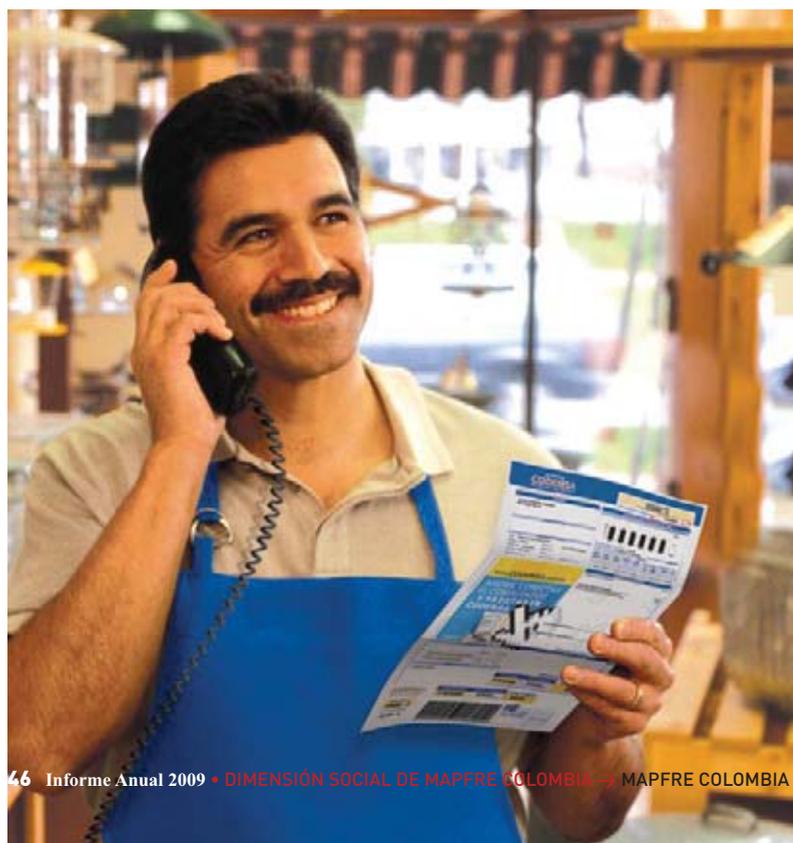


Es un hecho que la población de bajos ingresos usa estrategias inadecuadas para atender sus riesgos e incluso los subestiman. Las personas de bajos ingresos gastan la misma proporción en seguros y juegos de azar. No obstante, la probabilidad de muerte (a los 30 años) es 50 veces mayor que ganarse la lotería.

Los hogares de bajos ingresos a pesar de tener tasas de morbilidad y mortalidad más altas, ven los seguros como un lujo o como algo necesario pero no alcanzable. Comúnmente son personas que trabajan en la economía informal, tienen flujos de efectivo irregulares, administran sus riesgos por medio de diversos mecanismos informales, incluyendo redes de acción social y no tienen confianza en las compañías de seguros.

Consciente de todos estos precedentes, MAPFRE COLOMBIA ha sido una de las aseguradoras pioneras en el país en esta materia, desarrollando seguros de fácil suscripción a bajos precios, cuya distribución se realiza en alianza con microfinancieras y empresas de servicios públicos (E.S.P.), cooperativas, cajas de compensación, empresas de productos de consumo masivo, entidades gubernamentales y ONG. El recaudo en subsidios se hace a través de micro financieras y las facturas de servicios públicos.

### EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS (E.S.P.)



Los productos microseguros que MAPFRE COLOMBIA ha desarrollado para E.S.P. son:

Cuenta Protegida	Batería de Vida
Asistencia Domiciliaria	Exequias
Accidentes Personales	Viva Su Negocio
Garantía Extendida	Hogar
Vida	Automóviles

El negocio en alianza con las E.S.P. ha generado los mejores resultados sociales:

- Más de 1.000.000 de clientes asegurados (vida, accidentes, hogar, exequias, etc.).
- 85% de los seguros activos tienen cubrimiento familiar.
- Se han atendido más de 30.000 siniestros.
- Más de 11.500 clientes son tenderos y taxistas y están afiliados a un seguro especial para garantizar la continuidad de su negocio.
- Se han prestado más de 6.000 servicios funerarios.
- El promedio de la póliza mensual es de USD \$2,5.

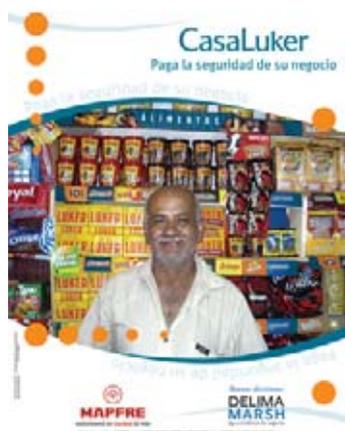
### CIFRAS MICROSEGUROS E.S.P. 2009

PRODUCTO	PRIMAS*	VENTAS NUEVAS	ASEGURADOS
Accidentes Personales	976,0	37.612	161.533
Asistencia Domiciliaria	-	-	9.089
Automóviles	79,2	425	117
Batería de Vida	188,8	-	7.758
Cuenta Protegida	42,0	-	1.234
Exequias	9.961,2	53.784	880.407
Garantía Extendida	475,3	7.149	62.343
Hogar	1.680,4	13.103	37.794
Vida	2.033,3	60.705	270.733
Viva Su Negocio	487,3	-	27.729
<b>TOTAL</b>	<b>15.923,5</b>	<b>172.778</b>	<b>1.458.737</b>

\*Primas expresadas en millones de pesos

## EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO

Gracias a programas como el que tenemos con CasaLuker, los tenderos adscritos, tienen la posibilidad de proteger su negocio contra incendio, explosión, granizo, inundación, actos mal intencionados de terceros, terrorismo, temblor, terremoto, erupción volcánica, hurto calificado y asistencias (plomaría, cerrajería y vidrios).



Este microseguro es un regalo que ofrecen los vendedores de CasaLuker a 15.000 tiendas como programa de fidelización que les ayuda a mejorar sus ventas.

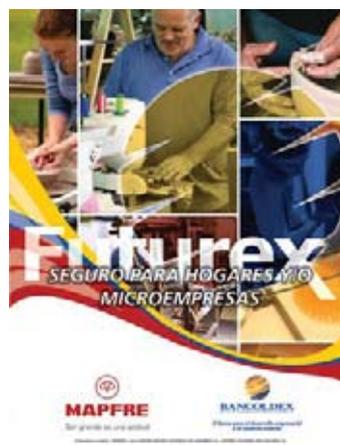
## CAJAS DE COMPENSACIÓN, COOPERATIVAS Y AGREMIACIONES

Hemos hecho una alianza estratégica para vender seguros a los afiliados de cajas de compensación, cooperativas y agremiaciones, con productos diseñados para cubrir necesidades básicas a muy buen precio: Canasta Familiar, Accidentes Personales con Asistencia Médica Domiciliaria, Exequias y Vida con Canasta Familiar.



## ENTIDADES GUBERNAMENTALES

La alianza de MAPFRE con el Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior de Colombia - BANCOLDEX, está generando una línea especial de microseguros (FUTUREX) para apoyar a los microempresarios colombianos y sus familias.



FUTUREX es una herramienta eficaz de reducción de la pobreza, al atender de manera integral necesidades reales de microempresarios y sus hogares, gracias a un seguro modular con opción de compra.

La alianza de MAPFRE con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, implementa microseguros para la población rural del país, otorgando subsidios por cinco años.

Y finalmente, la alianza de MAPFRE con el Banco Agrario de Colombia ofrece el seguro climático de cosecha, que bajo el esquema de seguro subsidiado del Gobierno, incentiva y protege la producción agrícola.

Además, este seguro contribuye a mejorar 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.



## Reclamaciones

MAPFRE cuenta con una Dirección para la atención de las quejas y reclamaciones que formulen todos los usuarios de sus servicios financieros.

Además MAPFRE cuenta con el Defensor del Asegurado, quien es el encargado de conocer, evaluar y resolver íntegramente, de forma objetiva y gratuita, las quejas que nuestros clientes o usuarios le presenten, acerca de posibles incumplimientos de normas legales o internas que rigen el desarrollo de las operaciones, contratos o servicios que se ofrecen, prestan o se ejecutan y que le afecten directamente, así como las relativas a la calidad en la prestación de los servicios por parte de MAPFRE.

QUEJAS O RECLAMACIONES	
Recibidas	1.061
Atendidas	1.025
Resueltas	1.025

TOPOLOGÍA DE QUEJAS Y RECLAMACIONES RESUELTAS	
Con contenido económico e incluyen una pretensión concreta	262
Respecto a incidencias en la operativa de los siniestros y pólizas	369
Otros	394

## La calidad en MAPFRE COLOMBIA

MAPFRE trabaja de forma permanente para conseguir elevados niveles de calidad en el servicio a los asegurados/clientes, proveedores e intermediarios, con especial dedicación a la rápida, eficaz y equitativa atención y liquidación de los siniestros.

MAPFRE COLOMBIA recibió del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - ICONTEC, agencia nacional de la Organización Internacional de Normalización ISO, responsable de la normalización técnica, certificación y metrología, el Certificado de Gestión de Calidad NTC-ISO

90012000 e IQNet otorgado para servicio de atención de siniestros, recaudo, cobranza y pago a asegurados con pólizas de seguros de automóviles y seguros generales, a nivel nacional, así como también, en la liquidación y pago de comisiones a intermediarios.

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



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

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



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

#### RESULTADOS OBTENIDOS ENCUESTA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

TIPO RAMO	NIVEL DE SATISFACCIÓN		
	BAJO	ALTO O MUY ALTO	INSATISFECHOS
Automóviles	5%	94%	1%
Asistencia	7%	90%	3%
Hogar	7%	91%	2%

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

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

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

La calidad es un respaldo que en MAPFRE trasciende fronteras. Diversas empresas del Grupo MAPFRE tienen certificaciones de calidad cuya renovación exige mantener elevados estándares en el servicio a los clientes, y constituyen una garantía de servicio para éstos:

#### CERTIFICACIONES DE ENTIDADES MAPFRE EN EL EXTERIOR

- Certificación ISO 9001-2000 al Área de Prestaciones de Seguros de Automóviles y a los centros médicos de atención a lesionados en accidentes de automóviles en España.
- Certificación ISO 9001-2008 al Servicio de Atención al cliente en los Centros de Servicio de Alcalá de Henares y Alcorcón en España.
- Certificación ISO 14001:2004 a MAPFRE EMPRESAS.
- Certificación AENOR de confidencialidad en el tratamiento de datos en el producto Y-CAR en España.
- Certificación AENOR de confidencialidad en el tratamiento de datos en el producto eBike en España.
- Certificación ISO 9001 - 2008 a MAPFRE ASISTENCIA.
- Certificación ISO 9001:2000 al servicio de call center de MAPFRE ASISTENCIA, BRASIL ASISTENCIA, ANDIASISTENCIA, VENEASISTENCIA, AFRIQUE ASISTANCE, ROAD CHINA, GULF ASSIST, IBEROASISTENCIA y MÉXICO ASISTENCIA.

## Fidelización

Durante 2009 se realizaron varias acciones de fidelización para clientes, con su respectivo apoyo en comunicaciones:

- Se enviaron 10.000 tarjetas de cumpleaños para los clientes de Vida Individual acompañadas con llamada de felicitación efectuada desde el call center.



- Se realizó el Seminario Gerencia de Riesgos, evento anual dirigido a los más importantes clientes corporativos donde a través de invitados internacionales se tratan temas de interés que buscan brindar formación especializada; el tema tratado en la séptima versión fue "Gestión integral de riesgos corporativos como fuente de ventaja competitiva".



- Se envió bimestralmente la publicación electrónica Boletín Control de Riesgos, dirigida a clientes empresariales.



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



- Se enviaron 3.000 obsequios de navidad a los niños beneficiarios del producto educativo Su Futuro Seguro, acompañados de tarjeta de felicitación, en busca de generar desde ya vínculos de posicionamiento y recordación de marca a los futuros profesionales del país.



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



## ▶ MAPFRE COLOMBIA y sus Intermediarios

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

### *Profesionales de la intermediación*

La actuación de la red de distribución de MAPFRE se apoya en la colaboración de un amplio colectivo de profesionales de la distribución de seguros (Intermediarios) que, desde diferentes posiciones (Delegados, Agentes - propios e independientes -, Corredores), desempeñan un papel relevante en la comercialización de las operaciones y en la atención a los asegurados.



### INTERMEDIARIOS POR TIPO Y GÉNERO

POR TIPO		POR GÉNERO	
TIPO	NÚMERO	GÉNERO	NÚMERO
Agentes	1.652	Femenino	721
Delegados	83	Masculino	696
Corredores	58	Personas Jurídicas	552
<b>TOTAL</b>	<b>1.793</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1.969</b>

### INTERMEDIARIOS POR ANTIGÜEDAD

RANGO	NÚMERO
Hasta 1 año con la compañía	299
De 1 a 3 años con la compañía	433
De 3 a 5 años con la compañía	223
Más de 5 años con la compañía	1.014

### INTERMEDIARIOS POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA

DEPARTAMENTO	NÚMERO	DEPARTAMENTO	NÚMERO
Antioquia	102	Magdalena	17
Atlántico	110	Meta	1
Bogotá	1.108	Nariño	20
Bolívar	38	Norte de Santander	46
Boyacá	30	Quindío	25
Caldas	33	Risaralda	31
Cauca	10	Santander	71
Chocó	1	Sucre	1
Córdoba	10	Tolima	55
Cundinamarca	55	Valle	161
Huila	44	<b>TOTAL</b>	<b>1.969</b>

Las relaciones de MAPFRE con las entidades y profesionales que colaboran como intermediarios en la distribución de sus operaciones, se desarrollan con vocación de estabilidad, permanencia y profesionalidad, lo que le permite contar con una de las redes de distribución más amplia del sector y con un



alto nivel de vinculación de los Intermediarios, que se traduce en niveles de rotación muy bajos. Esta vinculación se refuerza gracias a la globalidad de la oferta que, además de constituir un factor diferencial para el cliente, aporta a los Intermediarios un importante valor agregado, permitiéndoles presentar una oferta integral personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente, tanto de productos aseguradores como financieros.

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

Por otra parte, existe un programa habitual de visitas para incentivar la oferta comercial. Estos contactos personales se complementan con medios escritos (revistas, documentación y manuales), información a través de la Oficina Virtual, y contacto

a través de las plataformas operativas y telefónicas, que cuentan con áreas para la atención de los intermediarios, donde pueden realizar todo tipo de consultas y recibir orientación técnica y comercial.

También están las herramientas para facilitar la comunicación con la Red como Intranet/Docushare, e-mailing, boletín CIMA Comercial y la Revista el Mundo de MAPFRE COLOMBIA, con noticias y artículos sobre todos los temas de importancia. Actualmente estamos en la implementación y puesta en marcha de la herramienta comercial de seguimiento Génesis para información de gestión, quejas y peticiones.

### *Selección*

En el proceso de selección de nuevos Intermediarios, MAPFRE 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*

La estrategia de formación comercial durante el año 2009 se encaminó a desarrollar habilidades comerciales, a brindar la mayor información de productos y ventajas competitivas, con énfasis en Cultura MAPFRE.

#### **FORMACIÓN COMERCIAL**

TIPO DE FORMACIÓN	HORAS
Técnica	80 por curso
Comercial	120 por curso
Complementaria	80 por curso
Desarrollo de competencias	40 por curso





*Carreras de Observación: jornadas de formación con la Red Comercial*

### *Plan carrera*

En la apuesta por la profesionalización de sus Intermediarios, MAPFRE ha creado el programa Plan Carrera, un mundo de beneficios donde el Agente puede expandirse profesionalmente dentro de nuestra organización:

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

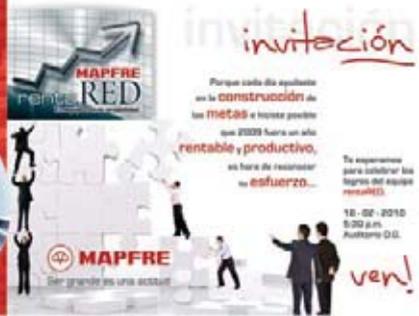
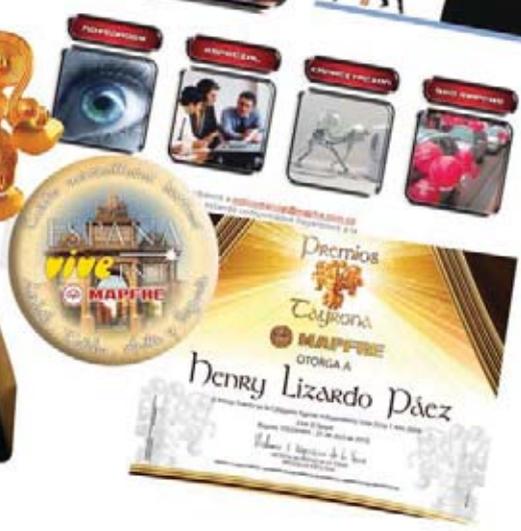
### *Incentivos comerciales*

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

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



*V Encuentro del Círculo Dorado MAPFRE en Santa Marta*



## ▶ 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. MAPFRE, a su vez, les garantiza una actuación socialmente responsable, transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establece su normativa interna de contratación.

### *Tipos de proveedores.*

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

- Proveedores de bienes y servicios de carácter general (material y mobiliario de oficina, papelería e impresos, servicios de correo, mensajería, valijas y reprografía, servicios de gestión documental y archivo, compras de marketing).
- 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.).
- Proveedores de bienes y servicios tecnológicos (hardware, software, comunicaciones).

#### **CLASIFICACIÓN Y COSTE DE FACTURADO DE PROVEEDORES**

<b>TIPO DE PROVEEDOR</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>COSTE</b>
Bienes y servicios de carácter general	2	\$7.842.377.964
Bienes y servicios específicos	4	\$61.651.390.425
Bienes y servicios tecnológicos	2	\$10.556.152.110

Además de los tres grupos de proveedores antes mencionados, algunos departamentos concretos gestionan de forma específica la relación con proveedores de productos y servicios de marketing y publicitarios.

### *Canales de relación y sistemas de apoyo*

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

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

### *Criterios de contratación y selección*

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

#### **PRESIDENCIA**

Convenios entre las sociedades del sistema MAPFRE en Colombia. Contratos o convenios sobre temas institucionales. Compraventa de bienes inmuebles. Convenios o pactos sobre alianzas estratégicas.

#### **VICEPRESIDENCIA FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA**

Contratos sobre productos financieros (cuentas corrientes, cuentas de ahorro, CDTS, etc.). Contratos de arrendamiento. Contratos sobre suministros (papelería y útiles de oficina). Contratos sobre muebles y equipos de oficina. Contratos de obra. Contratos con firmas de seguridad y mantenimiento

(mantenimiento de muebles, equipos de oficina, e Inmuebles). Convenio de corte de cuentas. Servicios: agencias de viajes, correo, mensajería. Contratos en comunicaciones fija y móvil. Leasing Vehículos. Leasing de Informática.

### **VICEPRESIDENCIA DE SEGUROS GENERALES**

Contratos con talleres. Contratos con proveedores de siniestros de la Unidad de Generales. Contratos con firmas ajustadoras e investigadoras. Contratos de Compraventa de vehículos (salvamentos). Contratos de Reaseguro. Contratos de seguros y sus anexos.

### **VICEPRESIDENCIA DE SEGUROS DE VIDA**

Convenios con entidades prestadoras de servicios de salud y demás proveedores asociados a la atención de siniestros de la unidad. Contratos de reaseguro. Contratos de seguros y sus anexos.

### **VICEPRESIDENCIA COMERCIAL Y DE LA ESTRUCTURA TERRITORIAL**

Contratos de prestación de servicios para eventos y campañas publicitarias, convenciones de ventas y demás actividades directamente relacionadas con el área de Mercadeo. Promotoras. Convenios comerciales. Aperturas de claves. Contratos con las Agencia Delegadas y Franquicias.

### **SECRETARÍA GENERAL**

Contratos con abogados y apoderados judiciales externos.

### **GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS**

Contratos laborales. Comodatos con empleados. Servicios para empleados: capacitaciones, eventos.

### **GERENCIA DE OPERACIONES**

Convenios con proveedores de asistencia de Vida y Generales. Contratos relacionados con archivo y digitación de datos.

### **GERENCIA DE INFORMÁTICA**

Contratos con firmas de mantenimiento de equipos de computo y empresas de Software. Contratos de cableado estructurado y eléctrico. Contratos relacionados con archivo, digitación y digitalización de documentos.

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

- Evaluar la conveniencia del contrato.
- Estudiar la capacidad técnica y económica del contratista, así como su solvencia moral.
- Revisar que las condiciones económicas y técnicas consignadas en el texto del contrato se ajusten a lo pactado entre las partes, teniendo en cuenta las necesidades y políticas de contratación de MAPFRE COLOMBIA.

Las respectivas áreas se apoyan y asesoran de la Vicepresidencia Financiera y Administrativa con los siguientes propósitos:

- Obtener economías de escala por volumen o convenios corporativos de las empresas del Sistema MAPFRE en Colombia o a nivel mundial.
- Utilizar la experiencia de la Vicepresidencia Financiera y Administrativa en la negociación de las condiciones técnicas y económicas de los contratos.



- Verificar del estricto cumplimiento de las obligaciones del contrato.
- Vigilar que el contratante o contratista, según sea el caso, remita el original de las pólizas a que se obligó en el contrato, junto con el comprobante de pago de las mismas.
- Vigilar las vigencias de los contratos, con el fin de llevar un estricto control de las terminaciones y las prórrogas.
- Vigilar que una vez se termine el respectivo contrato, éste se liquide, y se emitan los documentos recíprocos de paz y salvos.

### *Calidad*

MAPFRE COLOMBIA maneja un registro de proveedores y los evalúa cada dos años para asegurar el cumplimiento de cada uno, haciendo un comparativo por: precio, tiempo de entrega, forma de pago, calidad y en general todas las condiciones comerciales presentadas por el proveedor.

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 SARLAF debidamente diligenciado, firmado y con huella.

Dentro de las normas para la contratación de proveedores, los empleados de MAPFRE se rigen bajo los siguientes principios:

- Abstenerse de tener vínculos familiares (hasta segundo grado de consanguinidad) con los proveedores (firmas de abogados externos).
- Abstenerse de dar, ofrecer o aceptar, en forma directa o indirecta, regalos, favores, donaciones, invitaciones, viajes o pagos de ninguna persona con la que directa o indirectamente la compañía tenga relación (clientes, proveedores y otros).

- Abstenerse de realizar cualquier operación que de a lugar a conflicto en razón de la información a la que tenga acceso en ejercicio de sus funciones.
- Abstenerse de abusar de su condición de directivo, empleado o colaborador para obtener beneficios, para sí o para terceros, relacionados con los productos o servicios o para obtener beneficios personales de proveedores, clientes, etc.

### *Fidelización*

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





**Colombia: mucho en que creer... mucho que proteger.**

Museo del Oro, Bogotá, D.C.

# 6 Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA



## ► Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA

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

Este compromiso se materializa en la Política Medioambiental de MAPFRE, que se articula en torno a tres pilares: la integración del medio ambiente en el negocio, la gestión medioambiental, y la promoción de la responsabilidad medioambiental.

En esta aportación a la sostenibilidad contribuyen todos los que participan en la gestión de MAPFRE, a cualquier nivel, mediante la aplicación de un sentido de la responsabilidad y de la ética, que incluye un firme compromiso con la prevención de la contaminación, la conservación del medio ambiente, y la promoción del ahorro y la eficiencia energética.

### *Política Medioambiental y Energética*

#### **INTEGRACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA ENERGÍA EN EL NEGOCIO**

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

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

#### **GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA**

Cumplimiento de la legislación medioambiental y energética que es de aplicación a su actividad, así como otros compromisos adquiridos de forma voluntaria, y adopción de medidas para la mejora continua de su comportamiento en este ámbito a través del desarrollo de un Sistema Integrado de

Gestión Medioambiental y Energética, que fija objetivos periódicos cuyo cumplimiento se verifica mediante el desarrollo de auditorías.

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

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



## PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA

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

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

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

## Sostenibilidad en MAPFRE COLOMBIA

Se han ampliado las actuaciones sostenibles destinadas a empleados, tanto en lo referente al lugar de trabajo como al desarrollo de plataformas de comunicación y de acceso a redes informáticas fiables y seguras, que disminuyen la necesidad de desplazamientos.

Asimismo, se han implementado medidas para lograr un menor consumo de recursos por empleado, entre las que merecen destacarse las de fomento de la reducción de los consumos de agua, papel y energía.

### DATOS GENERALES EDIFICIO DIRECCIÓN GENERAL EN BOGOTÁ

Número total de ocupantes	280
Porcentaje ocupación por personal de MAPFRE	100%
Superficie construida	6.157,89 m <sup>2</sup>
Superficie libre	438,8 m <sup>2</sup>
Número de alturas	6 pisos
Número de garajes	1 sótano



## CONSUMO DE RECURSOS

- En el año 2009, para el ítem energía eléctrica, se consumieron 868.600 KWh en el año -72.383 KWh promedio mensual- en los servicios generales del edificio de la Dirección General (climatización, alumbrado, ascensores, etc.).
- Para el ítem agua, se consumieron 2.670 m<sup>3</sup> al año en el edificio de la Dirección General.
- Para el ítem papel, en oficinas a nivel nacional se consumieron 27 toneladas de papel, de las cuales 5 toneladas fueron en el edificio de la Dirección General.
- Se implementó la campaña de cambio de los vasos de plástico y de poliestireno expandido (conocidos en el país como vasos de icopor) por mugs institucionales y vasos de cartón biodegradable. Los mugs institucionales son para uso en el puesto de trabajo. Al realizar las rondas de servicio, el personal de cafetería no tiene a disposición vasos de cartón para empleados y colaboradores. Los vasos de cartón son para uso exclusivo de visitantes tales como intermediarios, clientes y proveedores.



## GESTIÓN DE RESIDUOS

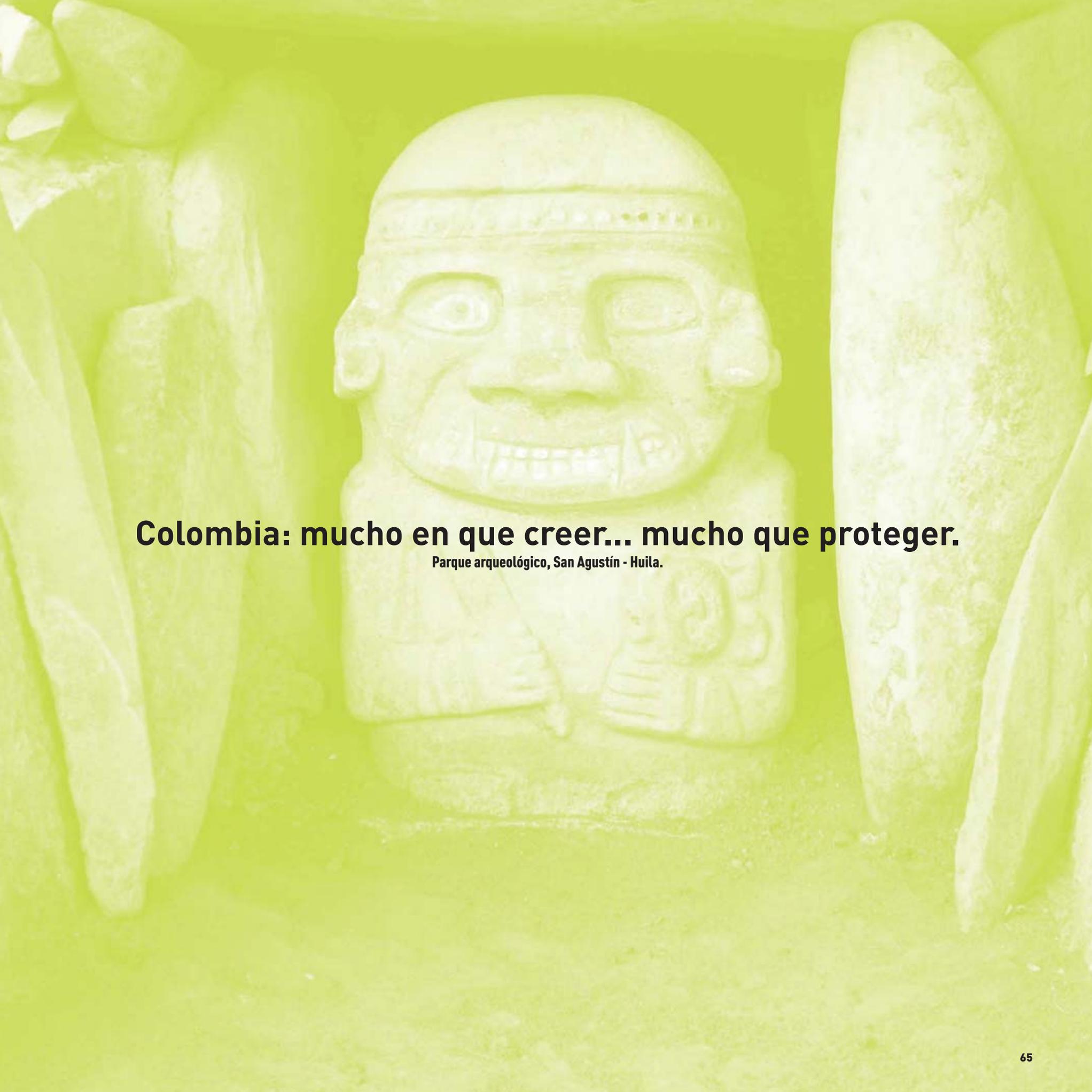
- Durante el año 2009 se entregaron al gestor de reciclado 1.390 Kg. de papel y cartón provenientes de Dirección General y se recopilaron los tóner desocupados provenientes de todas las oficinas a nivel nacional, alcanzando a reciclar el 30% de los suministrados.
- Los residuos provenientes del consultorio médico (25 Kg. aproximadamente al año) se almacenan en un cuarto aislado que cumple con los requerimientos de la Secretaría de Salud, estos son recogidos semanalmente por ECOCAPITAL empresa prestadora de este servicio.
- Se implementó el manejo de los residuos directamente en el puesto de trabajo llevado a cabo en las papeleras dispuestas para tal fin, que cuentan con dos compartimentos, uno para papel reciclable y otro para otros residuos.



## GESTIÓN ENERGÉTICA

- 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 se encienden en horas establecidas durante el día, no son permanentes.
- 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.





**Colombia: mucho en que creer... mucho que proteger.**

Parque arqueológico, San Agustín - Huila.

# 7 Información Complementaria



## ► Distinciones y Reconocimientos



### PRINCIPALES RECONOCIMIENTOS PARA MAPFRE COLOMBIA

- Tercera entidad con mejor reputación en el sector asegurador en el Informe mercoEMPRESAS Colombia (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), puesto 72 en el ranking general.
- Victoria Bejarano de la Torre, Presidente MAPFRE COLOMBIA, por primera vez entre los 100 líderes empresariales más valorados, en el Informe mercoLÍDERES Colombia (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa).
- Tercera entidad más deseada para trabajar en el sector asegurador en el Informe mercoPERSONAS Colombia (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), puesto 100 en el ranking general.
- Cuarta aseguradora en el estudio Top of Mind Colombia de Invamer Gallup - Revista Dinero.

### PRINCIPALES PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS PARA MAPFRE EN ESPAÑA

- José Manuel Martínez, Presidente Grupo MAPFRE, Premio Tintero (Asociación de Periodistas de Información Económica).
- José Manuel Martínez, Presidente Grupo MAPFRE, entre los 100 Hombres y Mujeres Iberoamericanos del año (Diario El País).
- José Manuel Martínez, Presidente Grupo MAPFRE, incluido en el Índice de Valores Empresariales (Serfusión).
- Entidad mejor valorada en el sector asegurador en el Informe Merco España 2009 (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa).
- José Manuel Martínez, Presidente Grupo MAPFRE, entre los 20 mejores líderes empresariales más valorados, según el Informe Merco España 2009 (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa).
- Mejor aseguradora en gestión de reclamaciones en España (Revista Euromoney).
- MAPFRE, entre las 30 marcas más valiosas de España (Interbrand).
- Diferentes premios a entidades del Grupo en el concurso de Detección de Fraudes (ICEA).
- MAPFRE VIDA, premio a las redes por captación y mantenimiento de clientes (ICEA).
- José Manuel Inchausti, Director General de Tecnologías y Procedimientos, premio ejecutivo de información del año del sector privado (Revista ComputerWorld).
- Los seguros modulares de salud, mejor seguro (Revista Mi Cartera de Inversión).
- MAPFRE FAMILIAR, mejor aseguradora de servicios sanitarios (Revista Medical Economics).
- MAPFRE QUAVITAE y SABIA BIOINGENIERÍA ARAGONESA, premio Tecnet 2009 al producto y servicio más innovador.
- MAPFRE, la aseguradora en la que más confían los clientes (Huete&Samhoud).
- Puesto 16 en el ranking de empresas más deseadas para trabajar (Monitor Español de Reputación Corporativa).



### PRINCIPALES PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS PARA MAPFRE EN OTROS PAÍSES

- José Manuel Martínez, Presidente Grupo MAPFRE, mejor empresario español en Chile (Cámara de Comercio de España en Chile).
- MAPFRE, entre las 40 mejores compañías del mundo (Revista Business Week).
- MAPFRE, mejor aseguradora de España (Revista World Finance).
- MAPFRE, en el Global Reputation Pulse 2009 (Reputation Institute y Revista Forbes).
- MAPFRE, entre las 500 mayores empresas del mundo y entre las 11 primeras compañías mundiales más admiradas (Revista Fortune).
- MAPFRE, en el puesto 315 del ranking global de las 2.000 mayores compañías del mundo (Revista Forbes).
- MAPFRE, mejor compañía de seguro directo de Latinoamérica (Revista Reactions).
- Juan José Almagro, Director General de Comunicación y Responsabilidad Social, distinción legislativa por su compromiso permanente en la difusión de la responsabilidad social empresarial (Senado de Mendoza, Argentina).
- Mención del premio latinoamericano a la responsabilidad de empresas (Foro Ecuemérico Social).
- MAPFRE ABRAXAS, compañía del año de la industria del motor 2009 (Instituto de Gestión del Transporte del Reino Unido).
- Mejor consultora en transferencia de riesgos en Argentina (Revista Euromoney).
- Eikon de oro a MAPFRE ARGENTINA (Revista Imagen).
- Primer premio prestigio seguros ejecutivos y cuarto premio prestigio seguros productores a MAPFRE ARGENTINA (CEOP y Revista Nuevos Bancos y Seguros).
- Premio emprendedor solidario 2009 a MAPFRE ARGENTINA (Foro Ecuemérico y Social).
- Antonio Cassio dos Santos, Presidente de MAPFRE BRASIL, mejor ejecutivo del sector (Periódico Valor Económico).
- Premio relieve en productos a MAPFRE BRASIL (Clube Vida en Grupo de Río de Janeiro).
- Premio nacional de teleservicios, en diferentes categorías, a MAPFRE BRASIL (Asociación Brasileña de Teleservicios).
- Certificación por prácticas socialmente responsables en México (Centro Mexicano para la Filantropía).
- Segundo puesto en el ranking de empresas más innovadoras de México (InformationWeek).
- MAPFRE GENEL YASAM, premio de responsabilidad social (Congreso de Seguros Active Academy).
- MAPFRE URUGUAY, premio nacional a la excelencia ciudadana (Centro Latinoamericano de Desarrollo).
- Mejor aseguradora en innovación, en gestión de reclamaciones y en precios de Chile (Revista Euromoney).
- Octava mejor empresa para trabajar en Argentina (Grupo Managers y Clarin).
- Puesto 28 en el ranking de las mejores empresas para trabajar en Argentina (Great Place to Work Institute).
- Puesto 40 en el ranking de las mejores empresas para trabajar en Brasil (Great Place to Work).
- Puesto 35 en el ranking de las mejores empresas para trabajar y reconocimiento como una de las empresas con mejores oportunidades para mujeres en México (Great Place to Work Institute).
- Reconocimiento en México como empresa Modelo en Equidad de Género (Instituto Nacional de las Mujeres).
- Puesto 2 en el ranking de las mejores empresas para trabajar en Paraguay (Great Place to Work Institute).

## ▶ Principales Asociaciones

ENTIDAD	DESCRIPCIÓN
<p><b>Federación de Aseguradores Colombianos - FASECOLDA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con más de 35 años, FASECOLDA, agrupa a las compañías de seguros, de reaseguros y a las sociedades de capitalización en Colombia.</li> <li>• Entidad gremial sin ánimo de lucro, que representa la actividad del sector asegurador frente a las entidades de vigilancia y control así como a la sociedad en general.</li> <li>• Lidera el desarrollo del renglón de seguros; impulsa la cultura de los seguros y la modernización de la industria; adelanta seguimiento de los proyectos de ley que se tramitan en el Congreso de la República y que puedan tener incidencia en el renglón de seguros; brinda asesoría técnica, jurídica y económica a sus asociados.</li> </ul>
<p><b>Instituto Nacional de Investigación y Prevención de Fraude - INIF</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INIF nació del esfuerzo mancomunado de las más grandes aseguradoras del país que se unieron en el objetivo común de investigar y prevenir el fenómeno del fraude en seguros, convencidas de que la única manera efectiva de contrarrestar su efecto era el trabajo conjunto.</li> <li>• Es una institución que reúne el mejor grupo de personas y los más avanzados métodos tecnológicos para generar resultados concretos, construyendo una cultura antifraude dentro de los usuarios del sistema asegurador y brindando a sus compañías socias soluciones gerenciales que disminuyan los riesgos de fraude a través de políticas internas, lo que se traduce en eficiencia y rentabilidad.</li> </ul>
<p><b>Consejo Colombiano de Seguridad - CCS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Consejo Colombiano de Seguridad es una asociación particular de carácter técnico y científico, sin fines de lucro, integrada por personas naturales y jurídicas del sector privado y entidades del gobierno nacional.</li> <li>• El CCS fue fundado en 1954 y su filosofía está orientada al provecho y beneficio del país y sus organizaciones asociadas, mediante el fomento y la promoción de actividades orientadas a reducir y minimizar los riesgos que a nivel de seguridad, salud y ambiente se puedan presentar en el sector empresarial del país y en la comunidad en general.</li> </ul>
<p><b>Cámara de Comercio Hispano-Colombiana</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Institución de carácter corporativo, sin ánimo de lucro, reconocida oficialmente por el estado español, a través del Ministerio de Economía y con personería jurídica reconocida por el Ministerio de Justicia de Colombia. Órgano de asociación civil que excluye toda actividad con ánimo de lucro..</li> <li>• Responde a las necesidades de los empresarios españoles y colombianos. Fortalece y fomenta el desarrollo de las relaciones económicas, comerciales, industriales y turísticas entre España y Colombia.</li> </ul>



## ► Índice de Indicadores GRI 2009

### Parte general

Alcance: NA: NO APLICA A LA COMPAÑÍA ND: NO DISPONIBLE CONFORME A GRI

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
1.1	✓	• Pág. 6-7 • Pág. 16-20
1.2	✓	• Pág. 18-19
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
2.1	✓	MAPFRE COLOMBIA
2.2	✓	
2.3	✓	• Pág. 37-47 • Pág. 8-9; 12-14
2.4	✓	Carrera 14 N° 96-34 Bogotá, D. C. - Colombia.
2.5	✓	• Pág. 10-11
2.6	✓	
2.7	✓	• Pág. 9; 12 • Pág. 36-51
2.8	✓	• Pág. 13 • Pág. 22-24
2.9	✓	No se han producido en MAPFRE COLOMBIA cambios significativos durante el 2009
2.10	✓	• Pág. 67-68
<b>PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>		
3.1	✓	2009
3.2	✓	La presente, es la primera memoria de MAPFRE COLOMBIA.
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>		
3.3	✓	Anual
3.4	✓	• Pág. 93

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>		
3.5	✓	
3.6	✓	
3.7	✓	
3.8	✓	El Informe da cobertura a todas las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador en el que MAPFRE COLOMBIA desarrolla sus principales actividades. • Pág. 6-7 • Pág. 19-20
3.9	✓	
3.10	NA	La presente, es la primera memoria de MAPFRE COLOMBIA.
3.11	NA	
<b>ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI</b>		
3.12	✓	• Pág. 70-77
<b>VERIFICACIÓN</b>		
3.13	✓	• Pág. 19-20 • Pág. 80
<b>GOBIERNO</b>		
4.1	✓	El Comité de Dirección de MAPFRE COLOMBIA está presidido por el Presidente e integrado por las Vicepresidencias, Gerencias de Informática, Procesos, Autos y Recursos Humanos. Además de definir la estrategia y supervisión de la organización es quien asume la aprobación del Informe de Responsabilidad Social.
4.2	✓	El Presidente de la compañía tiene además el cargo de Presidente Ejecutivo.

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
4.3	✓	En el Comité Directivo no hay miembros independientes.
4.4	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com).</li> <li>Código Ético y de Conducta.</li> <li>Pág. 34</li> </ul>
4.5	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com).</li> <li>Pág. 29</li> </ul>
4.6	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com).</li> <li>Código Ético y de Conducta.</li> </ul>
4.7	✓	
4.8	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com).</li> <li>Pág. 6-7</li> <li>Pág. 17-20</li> <li>Pág. 60-64</li> </ul>
4.9	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com).</li> <li>Código Ético y de Conducta.</li> <li>Pág. 18-20</li> </ul>
4.10	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en el Código de Buen Gobierno. (www.mapfre.com).</li> </ul>

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
4.11	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 18-19</li> </ul>
4.12	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 6-7</li> <li>Pág. 69</li> <li>En su edición Internacional e Interamericana, MAPFRE impulsa y patrocina el Premio Robin Cosgrove, para trabajos que se ocupen de la ética en los negocios, escritos por menores de 35 años.</li> </ul>
4.13	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 69</li> </ul>
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
4.14	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 18</li> <li>Esta memoria dedica un capítulo a los siguientes grupos de interés: empleados, clientes, intermediarios y proveedores. Además, dedica un capítulo a la Dimensión Medioambiental. En cada uno de estos capítulos, se tratan de forma específica los canales de relación o atención que MAPFRE COLOMBIA tiene establecidos con ellos.</li> </ul>
4.15	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 18</li> </ul>
4.16	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pág. 6-7</li> <li>Pág. 19-20</li> <li>Ver indicador 4.14</li> </ul>
4.17	✓	

## ► Indicadores de desempeño económico

## ► Indicadores de desempeño medioambiental

Alcance: NA: NO APLICA A LA COMPAÑÍA ND: NO DISPONIBLE CONFORME A GRI

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
EC1	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pág. 29</li> <li>• Pág. 58</li> </ul>
EC2	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pág. 19</li> </ul>
EC3	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pág. 29</li> </ul>
EC4	ND	
EC5	ND	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pág. 29</li> </ul>
EC6	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código Ético y de Conducta: epígrafe 3.2.3</li> <li>• Pág. 17</li> <li>• Pág. 56</li> </ul>
EC7	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En MAPFRE COLOMBIA, los altos directivos son locales.</li> <li>• Código de Buen Gobierno: Principio Institucional de actuación ética y socialmente responsable apartado C) "Equidad en las relaciones con quienes prestan sus servicios como consejeros, directivos, empleados, delegados y agentes y profesionales colaboradores. Ello exige objetividad en su selección y promoción, retribución y condiciones de colaboración adecuadas y razonables; y no discriminación por razón de su raza, ideología política, creencias religiosas, sexo o condición social."</li> </ul>
EC8	NA	
EC9	NA	

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>MATERIALES</b>		
EN1	ND	
EN2	ND	
<b>ENERGÍA</b>		
EN3	ND	
EN4	ND	
EN5	ND	
EN6	ND	
EN7	ND	
<b>AGUA</b>		
EN8	ND	
EN9	NA	
EN10	NA	
<b>BIODIVERSIDAD</b>		
EN11	NA	Todas las instalaciones de MAPFRE COLOMBIA, están ubicadas en suelo urbano o industrial y no están próximas a espacios naturales protegidos, por lo que no se generan impactos directos sobre la biodiversidad.
EN12	NA	
EN13	NA	

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
EN14	NA	Todas las instalaciones de MAPFRE COLOMBIA, están ubicadas en suelo urbano o industrial y no están próximas a espacios naturales protegidos, por lo que no se generan impactos directos sobre la biodiversidad.
EN15	NA	
<b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>		
EN16	ND	
EN17	ND	
EN18	ND	
EN19	ND	
EN20	NA	
EN21	NA	
EN22	✓	• Pág. 63
EN23	✓	No tenemos constancia de que se hayan producido en 2009 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	NA	
EN25	✓	Todas las instalaciones de MAPFRE COLOMBIA, están ubicadas en suelo urbano o industrial y no están próximas a espacios naturales protegidos, por lo que no se generan impactos directos sobre la biodiversidad.

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
EN26	✓	• Pág. 62-64
EN27	NA	
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
EN28	✓	No tenemos constancia de que se encuentren pendientes de tramitación multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental, por parte de MAPFRE COLOMBIA, durante el ejercicio 2009.
<b>TRANSPORTE</b>		
EN29	NA	El transporte del personal de MAPFRE COLOMBIA, no produce un impacto significativo.
<b>GENERAL</b>		
EN30	ND	

## ► Indicadores de desempeño social

Alcance: NA: NO APLICA A LA COMPAÑÍA ND: NO DISPONIBLE CONFORME A GRI

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>EMPLEO</b>		
LA1	✓	• Pág. 27
LA2	✓	
LA3	✓	• Pág. 27-29
<b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b>		
LA4	✓	0%.
LA5	✓	Se aplica lo dispuesto en la legislación laboral vigente en Colombia -CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO- que rige en todo el territorio de la República de Colombia para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad.
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>		
LA6	✓	• Código Ético y de Conducta: Entornos de trabajo seguros y saludables. Protección de la Salud. • Pág. 30-31
LA7	✓	• Pág. 31
LA8	✓	• Pág. 31
LA9	✓	• Ver indicador LA6 • Pág. 30-31
LA10	✓	• Pág. 28

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
LA11	✓	• Pág. 27-28
LA12	✓	• Pág. 28-29
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>		
LA13	✓	• Pág. 27
LA14	ND	No se dispone de la información tal y como la solicita el indicador, sin embargo en Política Salarial y Beneficios se informa al respecto. • Pág. 29
<b>PRACTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b>		
HR1	✓	• Pág. 17-19
HR2	ND	• No disponemos de la información tal y como la solicita el indicador aunque existe un procedimiento que tiene en cuenta estos aspectos. • Pág. 56-58 • Código de Buen Gobierno. Principios Institucionales (www.mapfre.com) • Código Ético y de Conducta. (3.2.3) • Pacto Mundial: MAPFRE pertenece al Pacto Mundial desde el 2004 y se compromete como Grupo con la implantación y cumplimiento de los principios que representa. Además, MAPFRE COLOMBIA reporta anualmente información para complementar el Informe de Progreso de MAPFRE.
HR3	✓	• Pág. 27-28

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>		
HR4	✓	No consta ninguna demanda laboral vigente relativa a situaciones o actuaciones discriminatorias.
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>		
HR5	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>No existen actividades que pongan en riesgo el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos.</li> <li>Código Ético y de Conducta: (3.1.1)</li> <li>Pacto Mundial: MAPFRE pertenece al Pacto Mundial desde el 2004 y se compromete como Grupo con la implantación y cumplimiento de los principios que representa. Además, MAPFRE COLOMBIA reporta anualmente información para cumplimentar el Informe de Progreso de MAPFRE.</li> </ul>
HR6	✓	
<b>TRABAJOS FORZADOS</b>		
HR7	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se han identificado operaciones que conlleven un riesgo significativo de episodios de trabajo forzado o no consentido.</li> <li>Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com)</li> <li>Código Ético y de Conducta.</li> </ul>
<b>PRACTICAS DE SEGURIDAD</b>		
HR8	✓	El personal de seguridad de MAPFRE COLOMBIA no es personal propio de la empresa. La empresa externa que presta el servicio de seguridad a la compañía es SEVICOL Ltda., empresa que capacita a sus empleados en aspectos de derechos humanos.

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>		
HR9	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se tiene constancia de incidentes relacionados con violaciones de los derechos con los indígenas.</li> <li>Pacto Mundial: MAPFRE pertenece al Pacto Mundial desde el 2004 y se compromete como Grupo con la implantación y cumplimiento de los principios que representa. Además, MAPFRE COLOMBIA reporta anualmente información para cumplimentar el Informe de Progreso de MAPFRE.</li> <li>Informe Progreso del Pacto Mundial (www.pactomundial.org).</li> <li>Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).</li> </ul>
<b>COMUNIDAD</b>		
S01	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>El tipo de actividad que desarrolla MAPFRE COLOMBIA no tiene un impacto significativo en las comunidades. Por esta razón este indicador no se ha considerado material para el presente Informe Anual.</li> <li>El programa de seguros masivos (microseguros) de MAPFRE COLOMBIA favorece el desarrollo de canales de distribución alternativos. Pág. 45-47</li> <li>Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).</li> <li>Por otra parte, MAPFRE COLOMBIA a través de FUNDACIÓN MAPFRE, tiene un fuerte compromiso con la comunidad. Ver apartado de FUNDACIÓN MAPFRE. Pág. 84-91</li> </ul>
S02	✓ 100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>MAPFRE COLOMBIA dispone de mecanismos internos para el control de los riesgos relacionados con la corrupción. Cuenta con un manual interno para la prevención de lavados de activos y detección del fraude.</li> <li>Pág. 18-19</li> <li>Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).</li> </ul>

## ► Indicadores de desempeño social

Alcance: NA: NO APLICA A LA COMPAÑÍA ND: NO DISPONIBLE CONFORME A GRI

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
S03	✓	• Pág. 26-27
S04	✓	No se ha producido ningún incidente significativo de corrupción durante 2009.
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>		
S05	NA	• El Código de Buen Gobierno de MAPFRE publicado en la Web corporativa. www.mapfre.com, no permite este tipo de prácticas.
S06	NA	• Código Ético y de Conducta.
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>		
S07	✓	No tenemos constancia de que en MAPFRE COLOMBIA, se hayan producido acciones respecto a estas causas.
S08	✓	No se han producido multas ni sanciones significativas derivadas del incumplimiento de leyes y regulaciones.
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR1	NA	Los productos y servicios aseguradores de MAPFRE COLOMBIA no afectan a la salud y seguridad de los clientes.
PR2	NA	El ciclo de vida de la póliza de seguros, depende del cliente y de la entidad aseguradora, quedando regulados todos los aspectos en el contrato que suscriben ambas partes.

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
PR3	✓	MAPFRE COLOMBIA aplica lo dispuesto en la Ley y demás normativa aplicable. Además, aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. • Ver indicador PR6.
PR4	✓	No tenemos constancia de que se hayan producido demandas por incumplimiento en la aplicación de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios de MAPFRE COLOMBIA.
PR5	✓	• Pág. 48-49
PR6	✓	MAPFRE COLOMBIA se rige y hace cumplir las pautas establecidas en el Manual de Normas de Uso y Aplicación de la Marca, como también la Guía de Estilos, provistos por MAPFRE España. Asimismo, se conduce por las instrucciones impartidas en materia de publicidad para las entidades sometidas a inspección o vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia: CIRCULAR EXTERNA 005 DE 2006 que rige a partir del 15 de junio de 2006 y a la fecha se encuentra vigente, aplicando a todo mensajes publicitario que se difunda. MAPFRE aplica en todo el Grupo lo dispuesto en la Guía de Buenas Prácticas en materia de transparencia y publicidad de UNESPA.
PR7	✓	No tenemos constancia de que se encuentren pendientes de tramitación multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos de las regulaciones relativas a comunicaciones de marketing, publicidad, la promoción y el patrocinio.

## ► Índice de indicadores GRI Suplemento Financiero

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR8	✓	No tenemos constancia de que se hayan producido reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
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.
<b>IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
FS1	✓	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio. • Pág. 6-7 • Pág. 17 • Pág. 61-64
FS2	✓	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales. • Pág. 18-19 • Pág. 62-64
FS3	✓	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.
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. • Pág. 27-29 • Pág. 62-64
FS5	✓	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente. • Pág. 36
<b>CARTERA DE PRODUCTO</b>		
FS6	✓	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector. • Pág. 8-14 • Pág. 36-51
FS7	✓	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos. • Pág. 36; 46
FS8	ND	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.

Indicador GRI	Disponibilidad*	Localización en el Informe/ Comentarios
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>		
FS9	✓	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos. • Proceso anual de Auditoría del Informe de Responsabilidad Social Corporativo de Ernst&Young • En MAPFRE COLOMBIA, la Dirección de Auditoría Interna ha realizado auditorías sobre varios aspectos vinculados a la Responsabilidad Social.
<b>GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD</b>		
FS10	ND	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.
FS11	NA	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.
FS12	NA	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.
<b>COMUNIDAD</b>		
FS13	✓	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos. • Pág. 13
FS14	✓	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros. • Pág. 45-47
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>		
FS15	✓	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa. • Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com). • Código Ético y de Conducta.
<b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b>		
FS16	✓	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario. • Pág. 27-28; 45-47; 52-53; 56-58 • Pág. 84-91

## ► Principios del Pacto Mundial y su equivalencia en GRI V3

La siguiente tabla muestra qué indicadores de desempeño del GRI V3 se relacionan con cada uno de los diez principios del Pacto Mundial.



Áreas	Principios del Pacto Mundial	Indicadores GRI 3*
DERECHOS HUMANOS	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>No discriminación: HR4</li> <li>Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6</li> <li>Trabajos forzados: HR7</li> <li>Prácticas de seguridad: HR8</li> <li>Derechos de los indígenas: HR9</li> <li>Relación Empresa/Trabajadores: LA4</li> <li>Salud y seguridad en el trabajo: LA6-LA9</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14</li> <li>Política Pública: S05</li> <li>Salud y seguridad del cliente: PR1, PR2</li> <li>Privacidad del cliente: PR8</li> </ul> <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC5</p>
	2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>No discriminación: HR4</li> <li>Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6</li> <li>Trabajos forzados: HR7</li> <li>Prácticas de seguridad: HR8</li> <li>Derechos de los indígenas: HR9</li> <li>Política Pública: S05</li> </ul>
DERECHOS LABORALES	3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Relación Empresa/Trabajadores: LA4-LA5</li> <li>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5</li> <li>Política Pública: S05</li> </ul>
	4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>Trabajos forzados: HR7</li> <li>Política Pública: S05</li> </ul>
	5. Erradicar el trabajo infantil.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>Libertad de asociación y convenios colectivos: HR6</li> <li>Política Pública: S05</li> </ul>
	6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Empleo: LA2</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14</li> <li>Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3</li> <li>No discriminación: HR4</li> <li>Política Pública: S05</li> </ul> <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC7</p>

Áreas	Principios del Pacto Mundial	Indicadores GRI 3*
MEDIO AMBIENTE	7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	<p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2</p> <p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisiones, vertidos y residuos: EN18</li> <li>• Productos y servicios: EN26</li> <li>• General: EN30</li> </ul> <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política Pública: S05</li> </ul>
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	<p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales: EN1, EN2</li> <li>• Energía: EN3-EN7</li> <li>• Agua: EN8-EN10</li> <li>• Biodiversidad: EN11-EN15</li> <li>• Emisiones, vertidos y residuos: EN16-EN25</li> <li>• Productos y servicios: EN26, EN27</li> <li>• Cumplimiento normativo: EN28</li> <li>• Transporte: EN29</li> <li>• General: EN30</li> </ul> <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política Pública: S05</li> <li>• Etiquetado de productos y servicios: PR3, PR4</li> </ul>
	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente.	<p>DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Materiales: EN2</li> <li>• Energía: EN5-EN7</li> <li>• Agua: EN10</li> <li>• Emisiones, vertidos y residuos: EN18</li> <li>• Productos y servicios: EN26, EN27</li> <li>• General: EN30</li> </ul> <p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política Pública: S05</li> </ul>
ANTI-CORRUPCIÓN	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidad: S02-S04</li> <li>• Política Pública: S05-S06</li> </ul>

(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](http://www.globalreporting.org))

\*Consultar el Índice de Indicadores GRI de las páginas 70-77



## ► Nivel de aplicación de los indicadores GRI V3

La presente Memoria 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 del *Global Reporting Initiative*, nivel que es refrendado externamente por tercera parte a través del certificado de verificación emitido por Ernst&Young.

Nivel de aplicación		C	C+	B	B+	A	A+
Contenidos básicos	Perfil según G3	Indicadores requeridos: 1.1; 2.1-2.10; 3.1-3.8, 3.10-3.12 4.1-4.4, 4.14-4.15	Informe verificado externamente.	Indicadores requeridos: 1.1-1.2 2.1-2.10 3.1-3.13 4.1-4.17	Informe verificado externamente.	Indicadores requeridos: 1.1-1.2 2.1-2.10 3.1-3.13 4.1-4.17	Informe verificado externamente.
	Enfoques de gestión según G3	No se requiere.		Para cada categoría de indicadores.		Para cada categoría de indicadores.	
	Indicadores de desempeño G3 e Indicadores sectoriales	Informar, al menos, sobre 10 indicadores de desempeño, por lo menos uno de cada ámbito: económico, social y medioambiental.		Informar, al menos, sobre 20 indicadores de desempeño, por lo menos uno de cada ámbito: económico, derechos humanos, derechos laborales, sociedad, responsabilidad sobre productos y medio ambiente.		Informar, sobre todos los indicadores centrales del G3 y del suplemento, con respecto al principio de materialidad: a) informando de cada indicador; b) explicando la razón para su omisión.	

## ▷ Informe de Verificación Externa



## REVISIÓN DE LA INFORMACIÓN RELATIVA A LAS OPERACIONES REALIZADAS EN COLOMBIA, E INCLUIDA EN EL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2009

A la Dirección de MAPFRE, S.A.

### Antecedentes:

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Social 2009 de MAPFRE, a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI).

Dicha revisión engloba la información incluida en el Informe Anual de Responsabilidad Social 2009 de MAPFRE para las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE que operan en COLOMBIA, y no la información incluida en el Informe local de Responsabilidad Social de MAPFRE COLOMBIA.

Dentro del alcance de las revisiones realizadas, se han desarrollado trabajos de verificación de las actividades y datos reportados para las operaciones de MAPFRE en COLOMBIA, por parte de Ernst & Young en las instalaciones de Mapfre en dicho país.

### Alcance

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

Las revisiones efectuadas se refieren al ejercicio 2009, 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 2008. Los procedimientos efectuados han sido los siguientes:

- Reuniones con responsables de MAPFRE en COLOMBIA para obtener la información sobre las actividades realizadas y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- 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 en COLOMBIA.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión con base en 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 2009 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información para las actividades de MAPFRE realizadas en COLOMBIA.

En el cuadro adjunto se incluye una relación de los indicadores incluidos en nuestro alcance para COLOMBIA.

El alcance de esta revisión limitada es sustancialmente inferior al de una 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).

ERNST & YOUNG, S.L.



María del Mar Ramírez Méndez  
Socio  
Madrid, 23 de febrero de 2010

LABORAL	
IND.	DESCRIPCIÓN
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por empresa y por región.
LA2	Número total de contratos y vacantes medio de empleados, desglosado por grupo de edad, sexo y región.
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.
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.
LA5	Periodo mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas modificaciones son especificadas en los convenios colectivos.
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud o comités de dirección-empresas, establecidos para ayudar a controlar y asegurar estos programas de seguridad y salud en el trabajo.
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.
LA8	Accesos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.
LA10	Presencia de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.
SOCIEDAD	
IND.	DESCRIPCIÓN
SO1	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
IND.	DESCRIPCIÓN
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.
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes e adherencia a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidas la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunidades de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el marketing y el uso de productos y servicios de la organización.
DERECHOS HUMANOS	
IND.	DESCRIPCIÓN
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de auditoría en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.
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.
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de huelga a sus socios colectivos pueden correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para mitigar estos riesgos.
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser objeto de espionaje de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.



**Colombia: mucho en que creer... mucho que proteger.**

**Parque Tayrona, Santa Marta - Magdalena.**

8

# Informe anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2009



**FUNDACIÓN MAPFRE**

[www.fundacionmapfre.com](http://www.fundacionmapfre.com)

## ► Acerca de FUNDACIÓN MAPFRE

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

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

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

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

Los objetivos de FUNDACIÓN MAPFRE son:

- Fomentar la seguridad de las personas y de sus patrimonios, con especial atención a la seguridad vial, la medicina y la salud.
- La mejora de la calidad de vida y del medio ambiente.
- Fomentar la difusión de la cultura, las artes y las letras.
- Promover la formación y la investigación en materias relacionadas con el seguro.
- Fomentar la investigación y la divulgación de conocimientos

en relación con la historia común de España, Portugal y los países vinculados a ellos por lazos históricos.

- Contribuir a la mejora de las condiciones económicas, sociales y culturales de las personas y sectores menos favorecidos de la sociedad.

Las actividades de FUNDACIÓN MAPFRE se desarrollan principalmente en España y en Iberoamérica, y para el cumplimiento de sus fines utiliza los siguientes medios:

- Concesión de ayudas a la investigación.
- Creación y sostenimiento de centros de carácter docente y de investigación.
- Concesión de becas para estudios en instituciones docentes públicas y privadas.
- Organización de exposiciones artísticas.
- Organización de conferencias, simposios, seminarios y coloquios.
- Organización de campañas de prevención de accidentes, directamente o en colaboración con entidades públicas o privadas.
- Edición y difusión de publicaciones, periódicas o unitarias.
- Concesión de becas o ayudas para la rehabilitación física o profesional de minusválidos y organización de actividades que contribuyan a tal fin.
- Promoción y apoyo de actividades y programas para la educación sanitaria y la promoción de la salud.
- Concesión de ayudas económicas o de otro tipo a las personas o colectivos menos favorecidos de la sociedad.

A lo largo de 2009, FUNDACIÓN MAPFRE, realizó en Colombia una inversión total por \$3.000 millones, pretendiendo contribuir al desarrollo y progreso de la Sociedad, aportando a la mejora directa o indirecta de las condiciones de vida de las personas y colectivos más desfavorecidos, a través de sus Institutos.

## ► Instituto de Cultura

### *Casa MAPFRE de Cartagena de Indias*

Conocida como la “Casa del Presidente Nieto” los orígenes de su construcción datan de finales del siglo XVII. Está situada en una de las zonas más antiguas e históricas de la ciudad. Ahora, la denominada Casa MAPFRE, es uno de los principales focos de promoción cultural y educativa que posee la FUNDACIÓN MAPFRE en Iberoamérica.

MAPFRE COLOMBIA logró llevar a cabo la restauración de este tesoro de la arquitectura en 1993, para que luego fuera adquirida por FUNDACIÓN MAPFRE en 1995, para instalar y poner en marcha un importante centro cultural que ha desplegado una permanente agenda de diálogo e intercambio de experiencias con diversas instituciones públicas y privadas, con las que ha firmado convenios de cooperación para el tratamiento de temas fundamentales de la vida local y regional.

Casa MAPFRE ha servido de marco a numerosas actividades formativas entre seminarios, encuentros, talleres y conferencias. Entre algunos de sus aspectos destacados se encuentra la biblioteca que se ofrece al servicio de toda la comunidad, y que cuenta entre su dotación con la Biblioteca



*Casa MAPFRE de Cartagena de Indias, en Colombia, es uno de los principales focos de promoción cultural y educativa que posee FUNDACIÓN MAPFRE en Iberoamérica.*

Digital Clásicos Tavera, colección de cerca de 80 CD's, que contienen una excelente compilación de obras clásicas de la historia y de la cultura Iberoamericana.

Con Casa MAPFRE, yendo más allá de los aportes a la educación y la cultura, FUNDACIÓN MAPFRE ha apuntado a las entrañas de la sociedad cartagenera, que tanto lucha por disminuir los índices de pobreza, para facilitar proyectos de recuperación y rehabilitación social, contribuyendo de esta manera a equilibrar sus condiciones en la búsqueda de una convivencia más segura como requisito esencial para la lograr la paz en que está empeñada el país.



### *MAPFRE Hay Festival Cartagena de Indias*

FUNDACIÓN MAPFRE es el socio principal del Hay Festival de Cartagena de Indias, festival literario que presta una especial atención a la creación literaria en América Latina, y el cual organiza y produce conjuntamente con The Hay Festival of Literature and The Arts.

La versión 2009 tuvo como sedes en la ciudad de Cartagena el Teatro Heredia Adolfo Mejía; el Claustro de Santo Domingo; el Centro de Formación de la Cooperación Española; la Casa Bolívar; la Plaza de La Aduana; y por supuesto, Casa MAPFRE. También se realizaron eventos en Bogotá en la Universidad Nacional de Colombia y la Biblioteca Luis Ángel Arango.

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



### *Exposición Suite Vollard de Picasso - Colecciones FUNDACIÓN MAPFRE*

Con una asistencia de 35.233 personas, entre el 9 de junio y el 9 de agosto de 2009 FUNDACIÓN MAPFRE llevó a cabo en el Museo de Antioquia la exposición Suite Vollard de Pablo Picasso, una muestra de gran importancia tanto para el Museo como para la ciudad de Medellín, ya que ésta constituye uno de los conjuntos gráficos más importantes para la historia del arte occidental del siglo XX y posee una dimensión fundamental dentro del contexto de la obra del artista español, nunca antes vista en la ciudad. De igual manera, la exposición permitió establecer un paralelo con las prácticas del grabado a nivel local y latinoamericano, al confrontarse en un diálogo con la exposición "Eros, dolor y muerte" del Museo La Tertulia de Cali, cuya curaduría se desprende del análisis temático que plantea la Suite Vollard.

Durante el tiempo que duró la muestra, se desarrollaron actividades académicas y culturales en torno a diferentes asuntos - la técnica, la literatura, el psicoanálisis, etc. - con el fin de acercar a los públicos a la producción artística y la vida de Picasso.

Los aportes de ambas instituciones hicieron del proceso de producción y montaje, una experiencia enriquecedora, lo que supone el fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales y la posibilidad de darle continuidad a un trabajo en conjunto.

A partir de las temáticas tratadas por el artista español (erotismo, violencia, amor, mitología, etc.) en la Suite Vollard, fue posible desarrollar una curaduría paralela con el Museo de Arte Moderno La Tertulia de Cali, cuyo acervo consta principalmente de obra múltiple de destacados artistas latinoamericanos; lo cual permitió ampliar las miradas y reflexionar sobre estos temas.

Se desarrolló una actividad didáctica en el Hall de las salas temporales que posibilitó un acercamiento de los públicos a las diferentes técnicas del grabado, su significado y usos. Este espacio, permitió realizar varias visitas guiadas y demostraciones con invitados especializados en el tema.

La exposición estuvo complementada por un ciclo de charlas, que tenía como objetivo reconocer la figura de Picasso bajo diferentes miradas y lecturas - la literatura, el psicoanálisis y la técnica -. Estas actividades contribuyen a la dinamización de los proyectos expositivos y a una comprensión más integral de los procesos que se adelantan en el Museo de Antioquia. También se desarrolló un Plan didáctico, cuyo objetivo fue generar un espacio de interacción y conocimiento de la vida y obra de Pablo Picasso.



## ► Instituto de Acción Social

### *Proyectos sociales*

Del total de los recursos destinados por FUNDACIÓN MAPFRE para Colombia, el Instituto de Acción Social invirtió \$1.000 millones de pesos (1,15% sobre primas emitidas) en apoyo a varias fundaciones locales con proyectos de su ámbito de acción en cuatro regiones del país: Bogotá, Occidente (Cali), Norte (Costa Atlántica) y Antioquia.

- Fundación DHARMA.
- Fundación FANA.
- Fundación Un Techo para Colombia.
- Fundación Madre Teresa de Calcuta.
- Secretariado Social de Soacha.
- Fundación CODESPA
- Fundación Proboquilla
- Fundación Rei
- Fundación Plan Internacional.
- Fundación Ayuda a la Infancia Hogares Bambi.

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



*S.A.R. la Infanta Dª Elena, Directora de Proyectos Sociales y Culturales de FUNDACIÓN MAPFRE, al lado de la Primera Dama de Colombia, durante el Hay Festivalito 2009.*



*Fernando Garrido, Director General del Instituto de Acción Social de FUNDACIÓN MAPFRE, protocolizando la entrega de recursos a varias Fundaciones en Colombia.*



*S.A.R. la Infanta Dª Elena y Fernando Garrido, en visita al barrio de Bella Flor, en Bogotá, donde la FUNDACIÓN MAPFRE promueve un proyecto social.*



### *Voluntariado corporativo*

MAPFRE COLOMBIA, atendiendo la invitación de la Fundación Un Techo para Colombia, enfrenta con entusiasmo la precariedad en la que viven personas en situación de vulnerabilidad social y lucha directamente contra la pobreza a través del voluntariado corporativo de sus funcionarios.

En 2009, 60 empleados se comprometieron con el voluntariado corporativo en cinco jornadas programadas, realizando en los barrios de Ciudad Bolívar la hermosa labor social de construir viviendas básicas donadas por FUNDACIÓN MAPFRE, y apoyar en programas de habilitación social, favoreciendo a 25 familias de escasos recursos.

No hay que confundir el voluntariado con las actuaciones realizadas por razones familiares, de amistad o de buena vecindad. También hay que tener en cuenta que el trabajo voluntariado no sustituye en ningún caso al trabajo remunerado.

Voluntario(a) es la persona que dedica parte de su tiempo a actividades en favor de los demás o de intereses colectivos y lo hace de forma organizada, cumpliendo tres características:

- La colaboración ha de ser desinteresada, es decir, el voluntario(a) no persigue ningún tipo de beneficio ni gratificación por su ayuda.
- Es una colaboración intencionada, persigue un fin y un objetivo positivo (buscar un cambio a mejor en la situación del otro) y legítimo -el voluntario(a) goza de capacidad suficiente para realizar la ayuda y de cierto consentimiento por parte del otro que le permite que le ayude-.
- Es una actividad organizada y en el seno de una institución o proyecto. El voluntario(a) forma parte del proyecto y colabora dentro de sus posibilidades. Participar en el seno de una organización supone mayor capacidad de acción, al disponer de más medios, y trabajar en equipo hace que la eficacia y el número de beneficiarios sea más elevado.



## ► Instituto de Seguridad Vial

FUNDACIÓN MAPFRE en alianza con Corpovisionarios -un centro de pensamiento y acción que identifica y transforma comportamientos relevantes para la convivencia y el desarrollo social, económico, político y ambiental de Colombia y Latinoamérica- y Transmilenio -el sistema de transporte masivo del Distrito Capital-, en el marco de la campaña "Amor por Bogotá" de la Alcaldía Mayor de la ciudad, desarrolló un proyecto de seguridad vial, que pretende identificar los comportamientos inseguros de usuarios de Transmilenio, la interacción de este sistema de transporte con los peatones, conductores de vehículos e incluso autoridades.

A tal efecto, lanzaron el concurso fotográfico "Transmilente" para que los ciudadanos hicieran un registro fotográfico de los buenos y malos comportamientos de los usuarios del sistema, y contrataron además un servicio de monitoreo y registro, generando evidencias a través de videos en la modalidad "cliente oculto" y también realizando entrevistas a aquellas personas que realizan acciones que ponen en riesgo su vida o las de las personas que interactúan con el sistema.

El objetivo final fue presentar a las autoridades nacionales, distritales y medios, la información y conclusión de estas conductas, proponiendo un plan de intervención de todos estos actores, para el control de la accidentalidad en este sistema de transporte.

Luego de recibir 2.325 fotografías, el 90 por ciento de aficionados y el 10 por ciento restante de profesionales, los usuarios de Transmilenio escogieron las cuatro mejores imágenes que retrataron los comportamientos prudentes e imprudentes que a diario se comenten en el sistema de transporte masivo.

La votación para la categoría aficionados, encargados de registrar los comportamientos imprudentes, se realizó entre el 9 y 16 de julio. Allí los usuarios escogieron su imagen favorita entre las 10 preseleccionadas por los jurados.

El mismo sistema de escogencia se implementó durante la semana del 17 al 26 de julio para la categoría profesionales, a



quienes correspondió registrar comportamientos prudentes. Para las dos categorías se registraron un total de 7.036 votos.

Los ganadores fueron César Franco, como aficionado, con segundo puesto John Valencia. Julián Sarmiento ganó entre los profesionales; en esta categoría Hernando Sánchez ocupó el segundo lugar.

Las fotografías escogidas por los usuarios fueron expuestas en la Estación Ricaurte. El ganador en aficionados recibió de premio una cámara digital Cannon Réflex de 12 megapíxeles, mientras que el profesional reclamó un bono de 4 millones de pesos para la compra de material fotográfico. El premio para el segundo puesto en las dos categorías fue una beca en la Academia Francesa de la Imagen.

## ► Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente

### *Congreso de Traumatología*

En mayo de 2009, FUNDACIÓN MAPFRE participó en el Congreso de Traumatología que se realizó en Cartagena de Indias, disponiendo un stand donde presentaron a los asistentes las actividades fundacionales, los programas y becas de investigación en el área de la salud, y las becas de especialización para profesionales de la salud. A dicho evento asistió, Yolanda Mingueza, Subdirectora del Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente de FUNDACIÓN MAPFRE.

Aprovechando la visita de Yolanda Mingueza, se realizó en Bogotá una convocatoria de la ARP para profesionales de la salud, en el edificio de la dirección general de MAPFRE COLOMBIA.

### *Seminarios internacionales*

En 2009 FUNDACIÓN MAPFRE, mediante convenio de colaboración con el Consejo Colombiano de Seguridad, apoyó a la ARP de MAPFRE COLOMBIA en la realización de varios seminarios internacionales, dictados por funcionarios de MAPFRE España y/o FREMAP:

- Trabajo en espacios confinados, dictado por Berta Sánchez Hernández (Sociedad de Prevención de FREMAP) los días 25 de noviembre en Bogotá, y 26 a 27 de noviembre en Cartagena.
- Trabajo seguro en altura, dictado por Roberto Sánchez Caballero (Sociedad de Prevención de FREMAP) los días 2 de septiembre en Bogotá, y 3 a 4 de septiembre en Cartagena.
- Gerencia gestión del riesgo en la empresa, impartido por Javier Minoves Casals (FREMAP) los días 3 a 4 de noviembre en Cartagena, y 5 a 6 de noviembre en Medellín (organizado por la Corporación de Salud Ocupacional y Medio Ambiente de Medellín).

Aprovechando la visita de los especialistas mencionados anteriormente, se realizaron también seminarios en prevención de riesgos, dirigidos a clientes, proveedores y gestores en prevención de la ARP.



# 9 Contacte con Nosotros



## ► **Contacte con MAPFRE COLOMBIA**

Las personas interesadas en consultar o completar la información aportada en este documento pueden contactar con la Entidad a través de:

### *Dirección General de MAPFRE COLOMBIA*

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

- Gerencia de Recursos Humanos: [mhenaop@mapfre.com.co](mailto:mhenaop@mapfre.com.co)
- Gerencia de Mercadeo y Publicidad: [glgarni@mapfre.com.co](mailto:glgarni@mapfre.com.co)

**O a través del portal [www.mapfre.com.co](http://www.mapfre.com.co)**



A large, conical pile of white salt dominates the center of the image. The salt is piled high, with some darker, possibly wet or impure, sections visible near the base. In the upper right corner, a metal structure, likely part of a salt processing or transport system, extends into the frame. In the lower left, several people are visible, some appearing to be working or tending to the salt. The background shows a bright, hazy sky with some clouds. The overall scene is a coastal salt flat in Guajira, Colombia.

**Colombia: mucho en que creer... mucho que proteger.**

Salinas marítimas, Manaure - Guajira.



Se ha preferido para la distribución y divulgación de este informe la versión digital. No imprima si no es absolutamente necesario.



VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

 **MAPFRE** | COLOMBIA

MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A.  
MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A.  
Carrera 14 N° 96-34 Bogotá D. C. - Colombia  
PBX: (+57) (+1) 650 3300  
[www.mapfre.com.co](http://www.mapfre.com.co)