



MAPFRE
COLOMBIA

Responsabilidad
Social

INFORME ANUAL

2014



CONTENIDOS

1. Carta del CEO	5	5. Dimensión medioambiental de MAPFRE Colombia	89
2. Información general	7	5.1 DIEZ AÑOS DE MEJORA CONTINUA	90
2.1 PRESENCIA INTERNACIONAL	11	5.2 COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD	91
2.2 ORGANIGRAMA MAPFRE COLOMBIA 2014	12	5.3 LA MATERIALIDAD DE LA DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL	94
2.3 PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS	13	5.4 MODELO DE DESARROLLO: EL SIGMAYE	96
2.4 ÓRGANOS DE GOBIERNO	16	5.5 ECOEFICIENCIA: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS	97
3. MAPFRE Colombia y la responsabilidad social	19	5.6 GESTIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO	99
3.1 MATERIALIDAD Y STAKEHOLDERS	19	5.7 PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD	102
3.2 EL MODELO Y LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	28	5.8 INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES	103
3.3 LA ACTUACIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE DE MAPFRE COLOMBIA	30	5.9 CONSECUCIÓN DE RESULTADOS 2014 Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN	105
3.3.1 Compromisos Internacionales con el desarrollo sostenible	30	5.10 INDICADORES DE DESEMPEÑO	106
• Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio	31	6. Información complementaria	109
• Principios para la Sostenibilidad en Seguros e indicadores GRI de MAPFRE	35	6.1 PRINCIPIOS SEGUIDOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME CORPORATIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	109
3.3.2 Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno.	37	6.2 ÍNDICE DE INDICADORES GRI4	111
3.4 Medidas de prevención y cumplimiento a disposición de los empleados.	42	6.3 INFORME DE VERIFICACIÓN EXTERNA	137
3.5 Principales asociaciones	47		
4. Dimensión social de MAPFRE Colombia	49		
4.1 MAPFRE COLOMBIA Y SUS EMPLEADOS	49		
4.2 MAPFRE COLOMBIA Y SUS CLIENTES	67		
4.3 MAPFRE COLOMBIA Y LOS PROFESIONALES Y ENTIDADES QUE COLABORAN EN LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS	75		
4.4 MAPFRE COLOMBIA Y SUS PROVEEDORES	81		
4.5 MAPFRE COLOMBIA Y LA SOCIEDAD	84		



1

Carta del CEO Colombia

Estimado lector,

La realización de esta memoria de Responsabilidad Social representa un ejercicio de transparencia sobre la labor que estamos desarrollando, en el que se refleja el compromiso que asume MAPFRE Colombia con la sociedad. Un ejercicio que detalla la contribución activa y voluntaria para crear valor compartido con todos los agentes que rodean la compañía.

En MAPFRE Colombia entendemos la responsabilidad social como algo inherente a nuestro negocio que deriva de todas las áreas y que nos permite adaptarnos con éxito a los nuevos retos que se nos plantean.

Este año, en un ejemplo más del compromiso adquirido, se ha actualizado el formato de publicación de la memoria y se ha elaborado bajo las directrices de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, cuyo contenido ha sido verificado de forma independiente por la firma Ernst & Young (EY). Además, incorporamos un ejercicio de identificación de asuntos relevantes para la empresa y para los empleados, clientes y proveedores de MAPFRE Colombia. (Estudio de Materialidad).

A continuación me gustaría destacar algunos de los aspectos más relevantes acerca de nuestro compromiso social y de creación de valor en 2014:

— MAPFRE Colombia cuenta con 591.936 clientes, el patrimonio más valioso de nuestra compañía, por ello se continúa trabajando en ofrecer productos adaptados a las necesidades y capacidades de nuestros clientes, ofreciendo todo tipo de opciones, como es el caso de los microseguros, de alto impacto social para personas con recursos limitados.

— Los intermediarios son el motor comercial de la empresa, por ello el principal cometido es la formación y el desarrollo de sus capacidades. Durante este ejercicio 2014 se han desarrollado más de 4000 asistencias a formaciones que contribuyen al desarrollo profesional de nuestra red de distribución.

— Los proveedores, aliados permanentes para nuestra organización. Mantenemos con ellos relaciones eficientes, transparentes y provechosas, gracias a un cuidadoso procedimiento para la selección, contratación y evaluación de proveedores en la que tenemos en cuenta las condiciones éticas, sociales y medioambientales.

— En MAPFRE Colombia, entendemos la gestión medioambiental como un aspecto clave en nuestra actividad, por ello se ha seguido trabajando para mantener los estándares internacionales de gestión medioambiental y energética ISO 140001 e ISO 50001 adquiridos de nuestros edificios principales.

Dentro de nuestra filosofía de mejora continua, de cara a 2015 continuaremos esforzándonos para mantenernos como referente de una compañía socialmente responsable, responder más y mejor a las expectativas de nuestros grupos de interés y seguir generando la confianza que la sociedad deposita en nosotros cada día.

¡Gracias por confiar en nosotros!

José Carpio Castaño
CEO

[G4-1, 33]



2

Información general

[G4-3, 5, 6, 7, 8]

MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A. y MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A., en adelante MAPFRE COLOMBIA son filiales en el país de MAPFRE, una multinacional que desarrolla principalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en 49 países de los cinco continentes

La matriz del Grupo es la sociedad holding MAPFRE S.A., cuyas acciones cotizan en las Bolsas de Madrid y Barcelona, y forman parte de los índices IBEX 35, Dow Jones Stoxx Insurance, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good y FTSE4Good IBEX.

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

El negocio del Grupo se configura a través de cuatro Unidades de Negocio (Seguros; Asistencia, Servicios y Riesgos Especiales; Global Risks y Reaseguro), tres grandes áreas territoriales, IBERIA, LATAM e INTERNACIONAL, y siete áreas regionales: IBERIA, LATAM NORTE, LATAM SUR, BRASIL, NORTEAMÉRICA, EMEA y APAC.

En Colombia MAPFRE inicia sus actividades en el año 1984, mediante una inversión de MAPFRE INTERNACIONAL en Seguros Caribe, una compañía de seguros local. Para 1993 MAPFRE ya se consolidaba como el principal accionista de Seguros Caribe y en 1995 se convierte definitivamente en MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A.

Los treinta años de MAPFRE en el país se han caracterizado por un sólido crecimiento, por su claro liderazgo en el sector, trayectoria integra, compromiso, transparencia y ética con sus stakeholders.

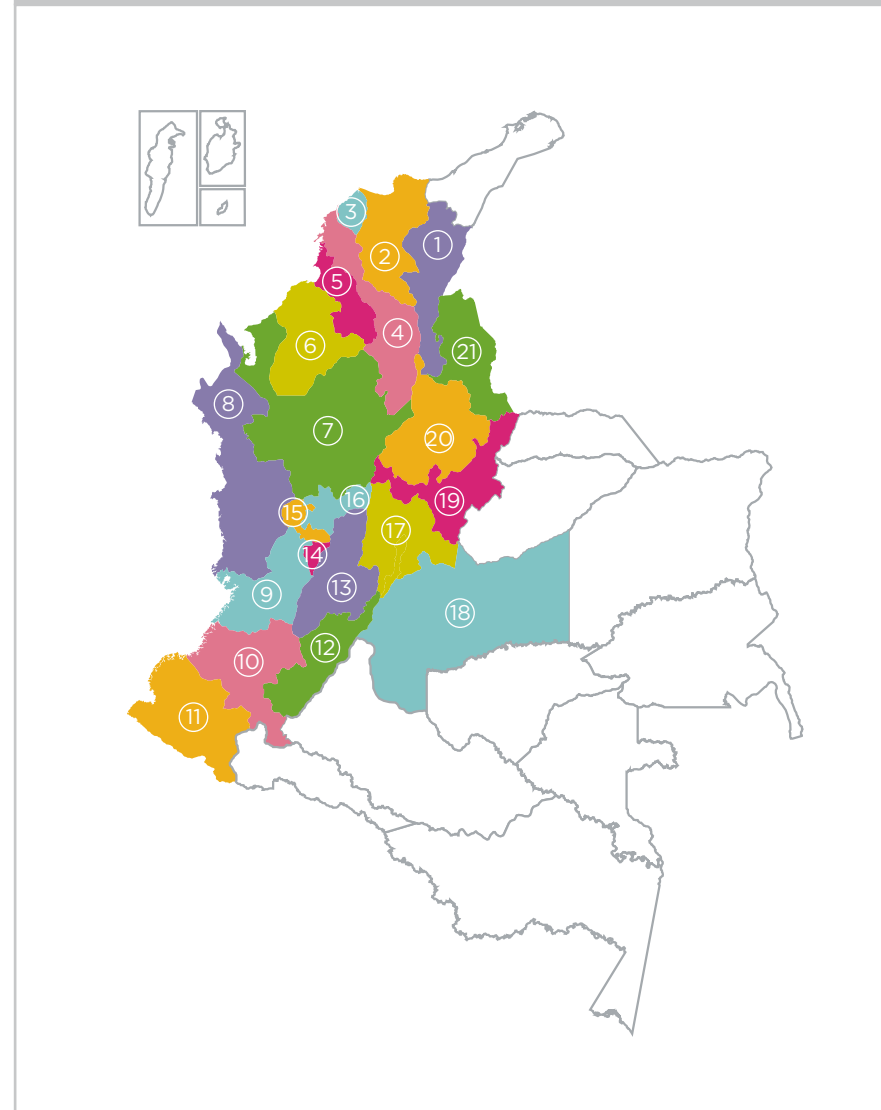
MAPFRE COLOMBIA cuenta con un amplio portafolio de productos, servicios y valores agregados, una extensa red de oficinas e instalaciones de atención, y un equipo humano de profesionales altamente capacitado, elementos todos que han sido dispuestos para entregarle al mercado una excelente opción, bajo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

Las actividades de MAPFRE COLOMBIA en la actualidad, 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.

Adicionalmente MAPFRE COLOMBIA cuenta con otras empresas que complementan su actividad, estas son: CREDIMAPFRE, MAPFRE SERVICIOS EXEQUIALES, ANDI ASISTENCIA, MAPFRE RE, SOLUNION y CESVICOLOMBIA.

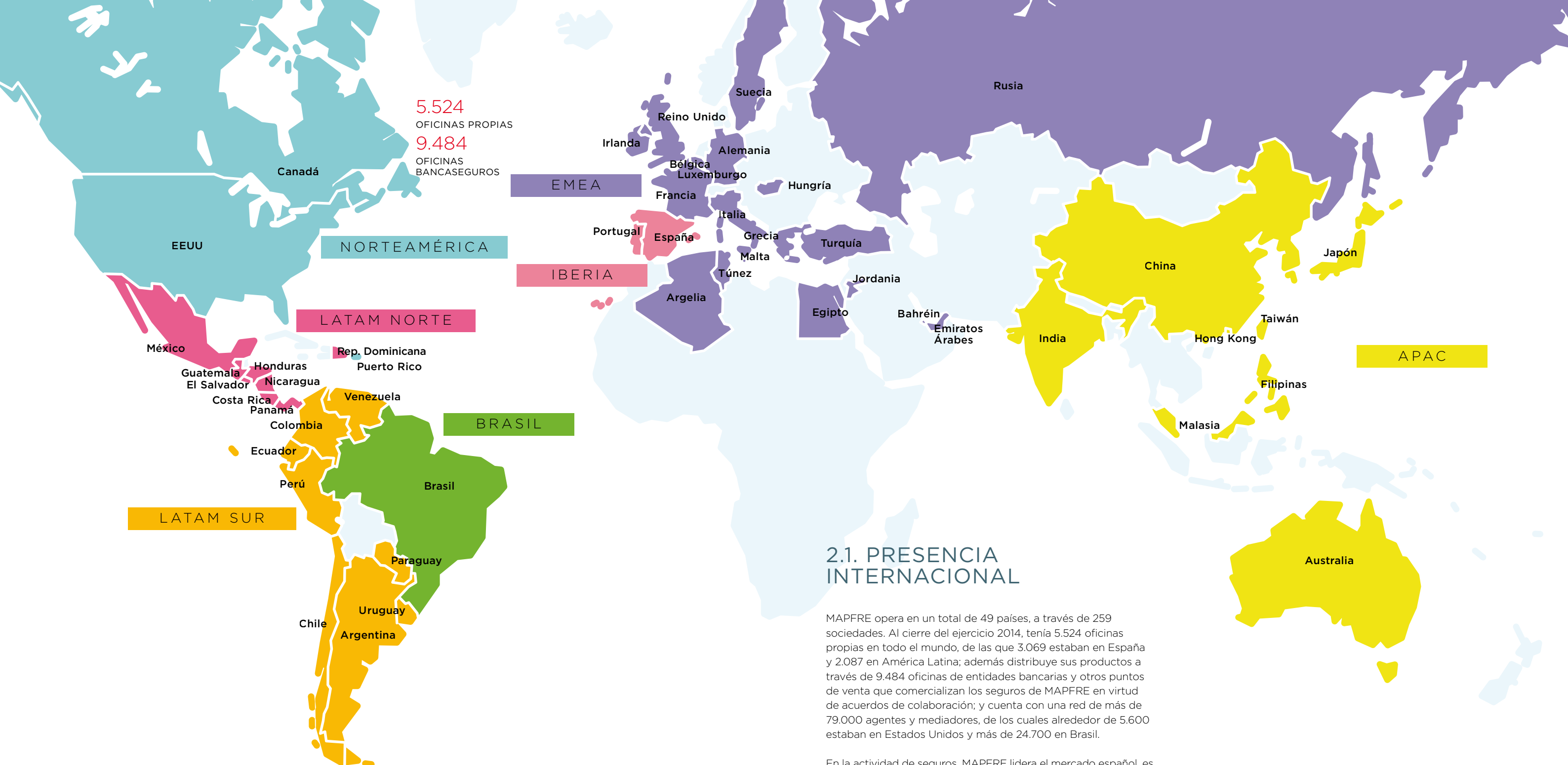
A cierre de 2014, MAPFRE COLOMBIA contaba con **139** oficinas ubicadas a nivel nacional, con una presencia física del **65,6%** de los Departamentos del territorio colombiano.

Red de Oficinas MAPFRE en Colombia



LEYENDA:

- | | | |
|--------------|--------------------|------------------------|
| 1. Cesar | 8. Chocó | 15. Risaralda |
| 2. Magdalena | 9. Valle del cauca | 16. Caldas |
| 3. Atlántico | 10. Cauca | 17. Cundinamarca |
| 4. Bolívar | 11. Nariño | 18. Meta |
| 5. Sucre | 12. Huila | 19. Boyaca |
| 6. Córdoba | 13. Tolima | 20. Santander |
| 7. Antioquía | 14. Quindio | 21. Norte de Santander |



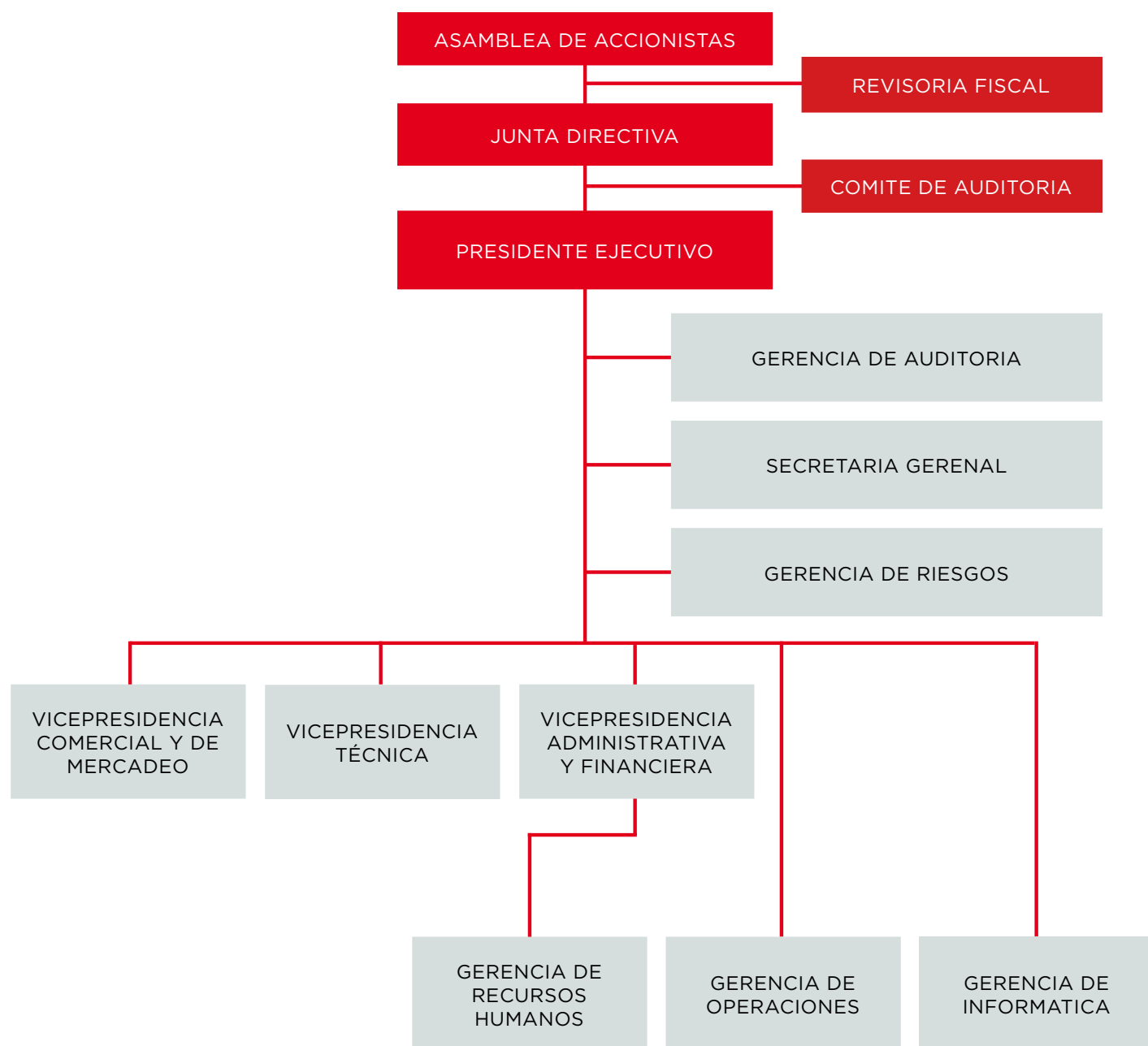
2.1. PRESENCIA INTERNACIONAL

MAPFRE opera en un total de 49 países, a través de 259 sociedades. Al cierre del ejercicio 2014, tenía 5.524 oficinas propias en todo el mundo, de las que 3.069 estaban en España y 2.087 en América Latina; además distribuye sus productos a través de 9.484 oficinas de entidades bancarias y otros puntos de venta que comercializan los seguros de MAPFRE en virtud de acuerdos de colaboración; y cuenta con una red de más de 79.000 agentes y mediadores, de los cuales alrededor de 5.600 estaban en Estados Unidos y más de 24.700 en Brasil.

En la actividad de seguros, MAPFRE lidera el mercado español, es la décima aseguradora en Europa, y está implantada en todos los países de América Latina -región en la que es el segundo grupo asegurador y el líder en Seguros No Vida-, en los Estados Unidos de América -donde es una de las 20 primeras aseguradoras de Automóviles del país-, en Australia, China, Filipinas, Francia, Indonesia, Irlanda, Malta, Portugal, Reino Unido y Turquía.

En la actividad de Asistencia, MAPFRE opera en 45 países y es la tercera compañía mundial del sector. Además, el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional (MAPFRE RE) que se encuentra entre las 15 primeras entidades en el ranking del reaseguro mundial y desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con 18 oficinas y dos sociedades filiales. Para la gestión de los programas globales de seguros, el Grupo cuenta con la compañía especializada MAPFRE GLOBAL RISKS.

2.2. ORGANIGRAMA MAPFRE COLOMBIA 2014

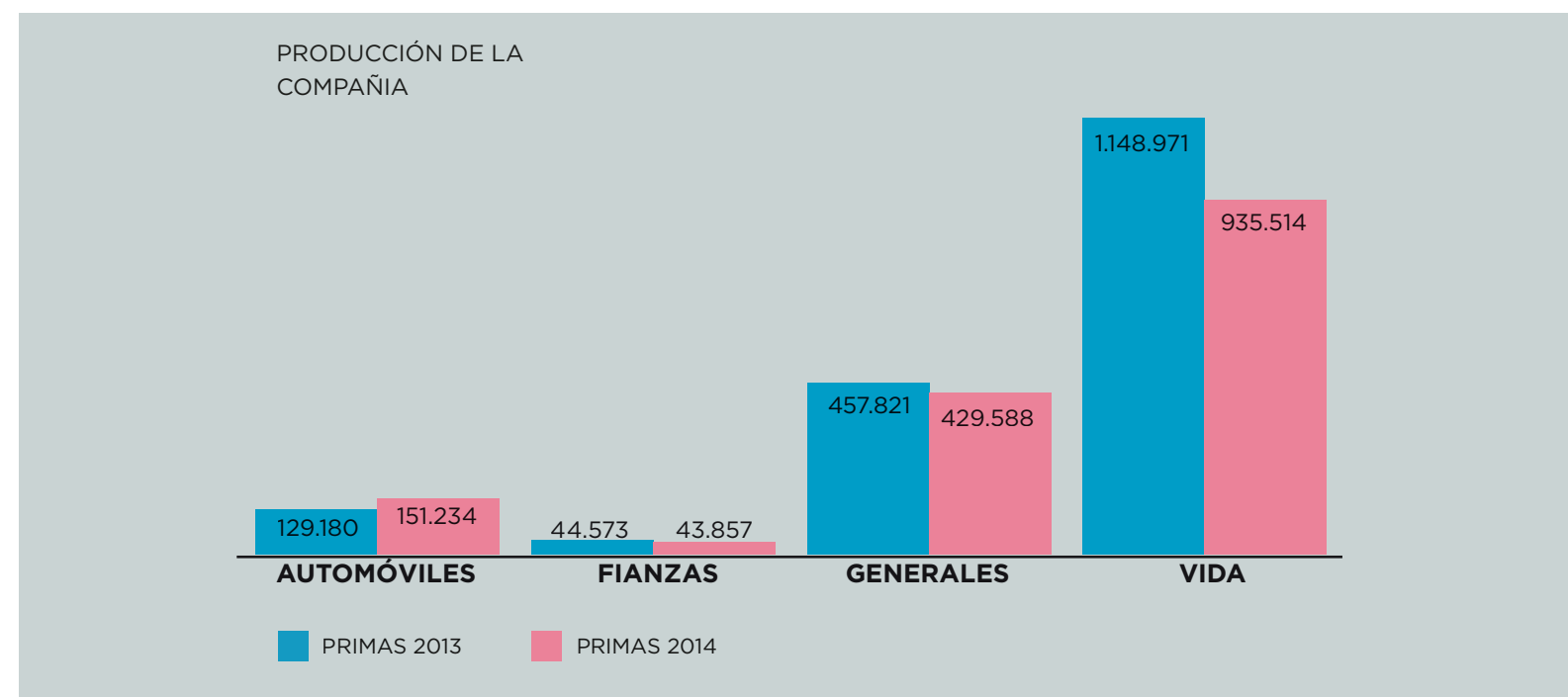


2.3. PRINCIPALES MAGNITUDES ECONÓMICAS

[G4-9]

El cierre del ejercicio 2014 arrojó un cumplimiento presupuestal del 76.07%, dado por un total de primas emitidas de 1.560.192 millones, con un decrecimiento del 12.38%.

La producción de la Compañía se distribuye as:



RAMO	PRIMAS 2013	PRIMAS 2014	% CREC.	% CUMP.
AUTOMÓVILES	129.180	151.234	17,07%	91,91%
FIANZAS	44.573	43.857	-1,61%	70,09%
GENERALES	457.821	429.588	-6,17%	86,21%
VIDA	1.148.971	935.514	-18,58%	70,58%
TOTAL MAPFRE	1.780.545	1.560.193	-12,38%	76,07%

1.560.193 PESOS COP
Primas 2014
76,07%
Cumplimiento

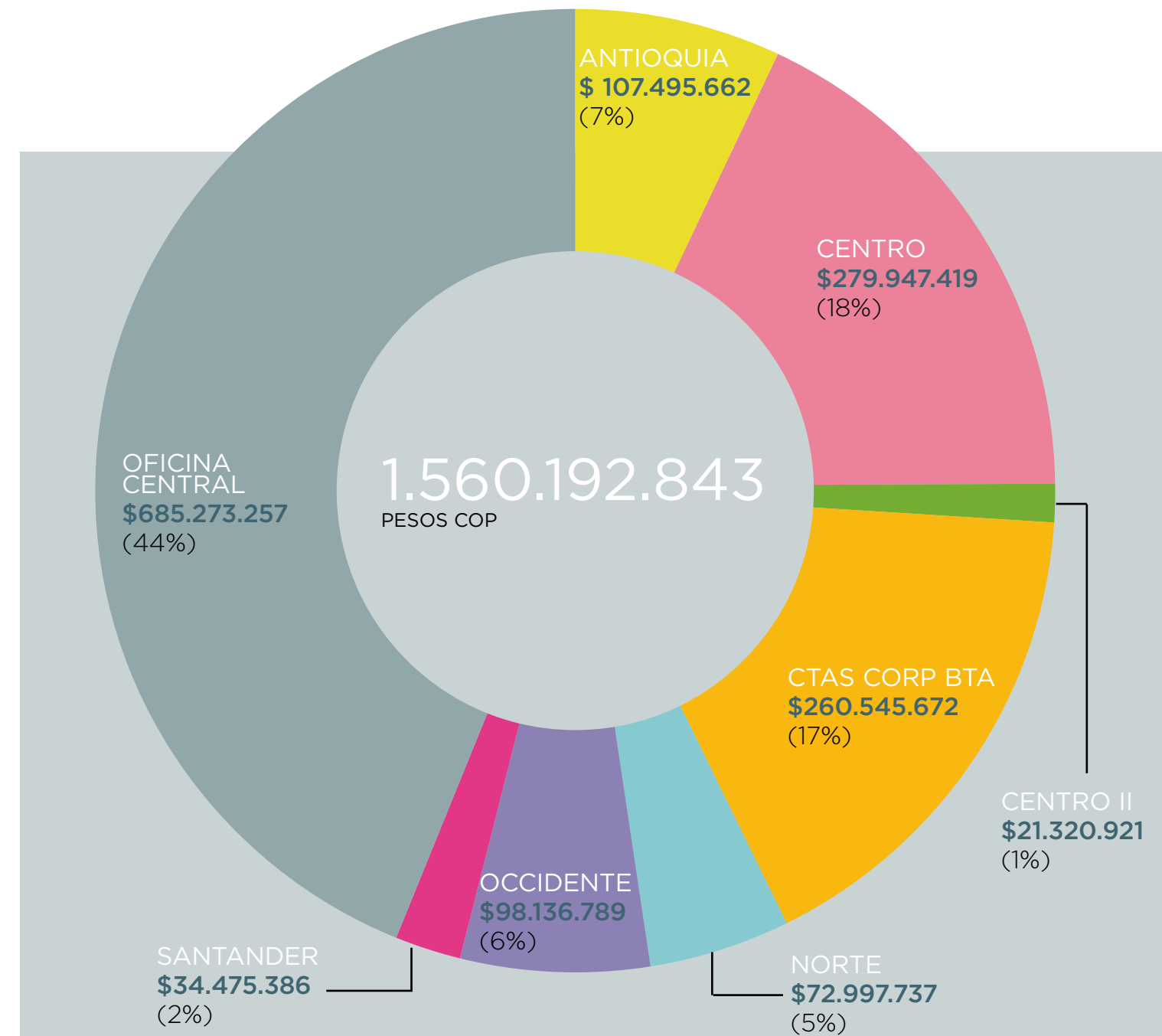
La Unidad de Generales cerró con \$624.679 millones en primas emitidas, lo cual implica un decrecimiento del -1.09% respecto al año 2013, dando un resultado presupuestal del 86.12%.

La Unidad de Vida cerró con \$935.514 millones en primas emitidas, con un cumplimiento presupuestal del 70,58% y un decrecimiento del -18,58%, con respecto al ejercicio anterior. En la clasificación de Seguridad Social, se incluyen los ramos Previsionales y Rentas, que son comercializados por la Oficina Central.

El 25.6% de las oficinas que componen la red territorial, cumplieron el presupuesto asignado para el 2014, el 36.7% presentaron resultados entre el 80 y 90%.

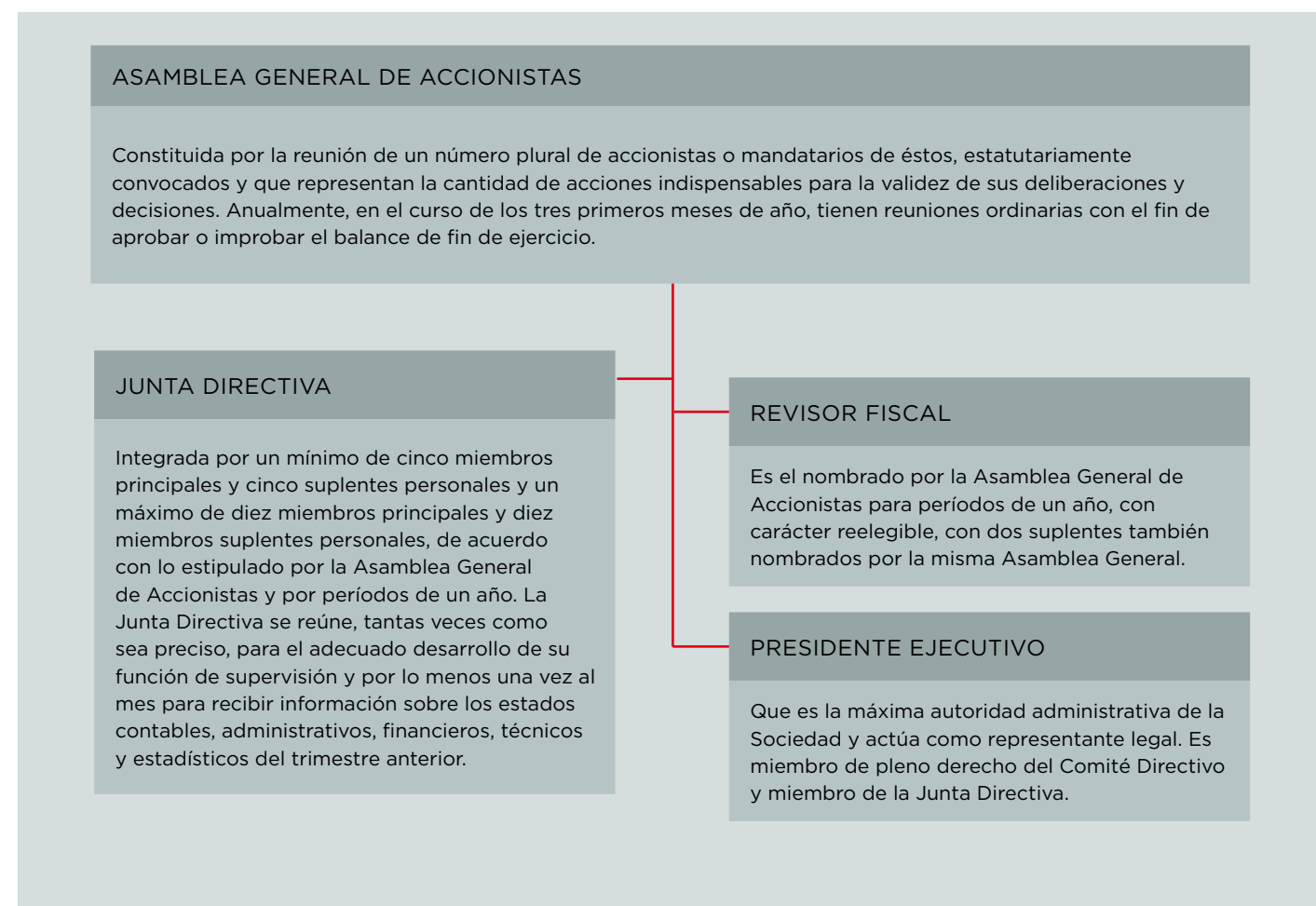
REGIONAL	2013	PPTO. 2014	2014	CREC.	CUMP.
ANTIOQUIA	\$106.780.133	\$126.680.415	\$107.495.662	0,67%	84,86%
CENTRO	\$241.044.194	\$291.572.260	\$279.947.419	16,14%	96,01%
CENTRO II	\$17.179.853	\$21.315.761	\$21.320.921	24,10%	100,02%
CTAS CORP BTA	\$287.817.617	\$325.854.321	\$260.545.672	-9,48%	79,96%
NORTE	\$69.829.096	\$82.026.268	\$72.997.737	4,54%	88,99%
OCCIDENTE	\$106.879.631	\$123.337.719	\$98.136.789	-8,18%	79,57%
SANTANDER	\$26.503.021	\$33.883.946	\$34.475.386	30,08%	101,75%
OFICINA CENTRAL	\$924.511.530	\$1.046.277.507	\$685.273.257	-25,88%	65,50%
TOTAL GENERAL	\$1.780.545.075	\$2.050.948.196	\$1.560.192.843	-12,38%	76,07%

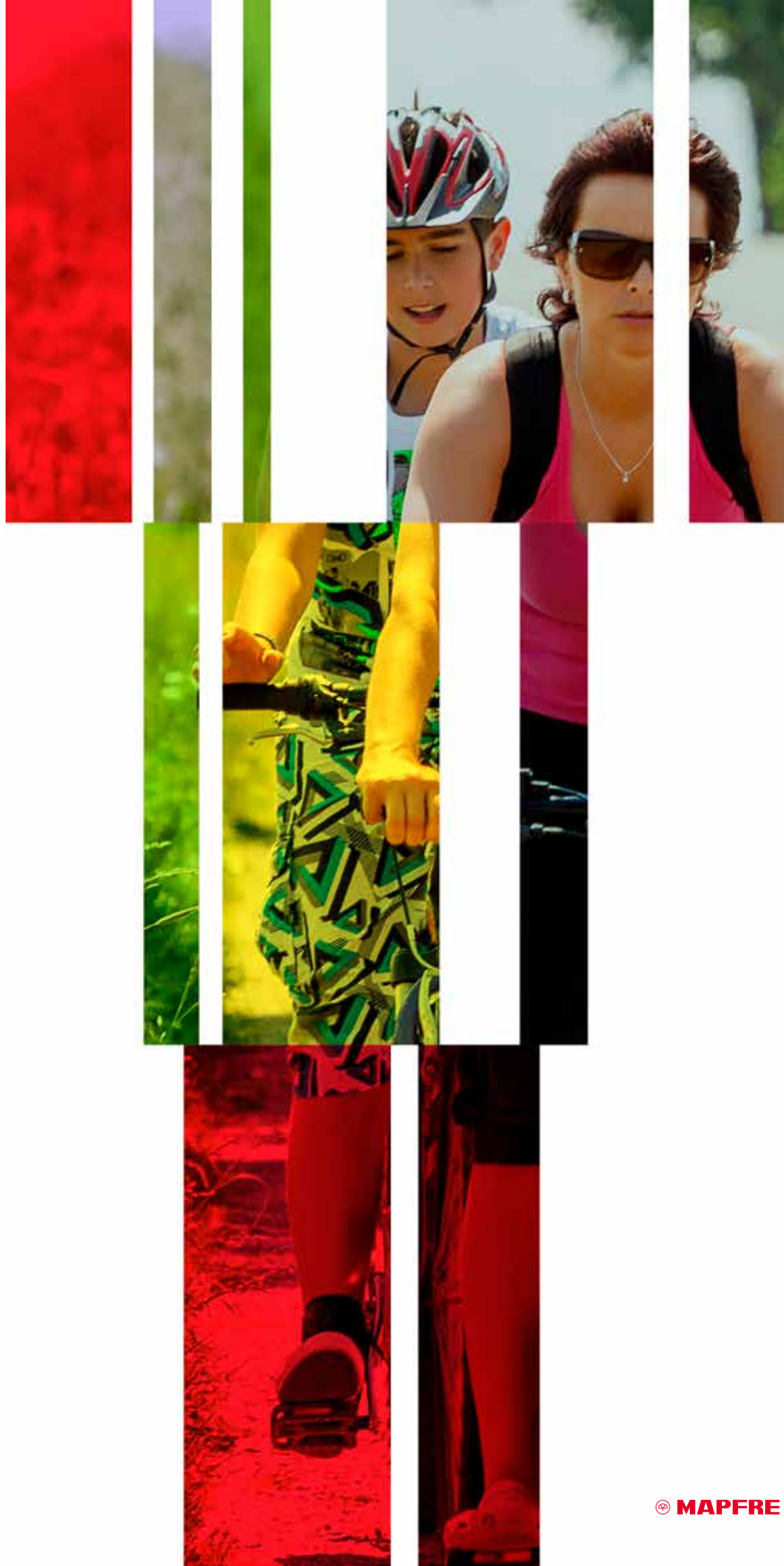
Desglose de primas por área territorial



2.4. ÓRGANOS DE GOBIERNO

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





3

MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social

3.1. MATERIALIDAD Y STAKEHOLDERS

3.1.1. Materialidad [G4-18, 20, 21]

En 2013, MAPFRE asumió el compromiso público de realizar los cambios necesarios para que en 2014 se pudiera adaptar el Informe Anual Corporativo de Responsabilidad Social así como las memorias locales, siguiendo los requerimientos de la última versión del Global Reporting Initiative (GRI) G4.

Bajo este nuevo marco y con el objetivo de identificar aquellas cuestiones relevantes para la Organización y nuestros grupos de interés, se ha diseñado el Estudio de Materialidad del Grupo MAPFRE 2014-2016, que se ha estructurado en 2 fases, la primera llevada a cabo durante el 2014 y la segunda programado para 2015-2016

MAPFRE COLOMBIA ha participado en el estudio de materialidad corporativo a continuación se detallan los principales pasos seguidos para la elaboración de la fase 1: Estudio de Materialidad en Colombia.

FASE 1.1: Análisis y valoración de las cuestiones relevantes: constituye el punto de partida para identificar internamente las cuestiones relevantes, para ello se han utilizado los indicadores G4. [G4-26]

Para el análisis se solicitó la participación de las áreas de Recursos Humanos, Proveedores, Medio Ambiente, Clientes, Gobierno Corporativo, Cumplimiento Normativo y Responsabilidad Social; quienes valoraron y justificaron los indicadores G4 relacionados con su ámbito de actuación.

En total se han analizado y valorado 124 indicadores G4.

FASE 1.2: Identificación de las cuestiones relevantes para MAPFRE: se analizaron las valoraciones y las respuestas obtenidas, para ello se realizó una primera selección de indicadores, en función del corte establecido como "material"

Con los indicadores que obtuvieron una puntuación inferior al corte establecido se hizo un segundo análisis antes de considerarlos definitivamente como no materiales, atendiendo, fundamentalmente a la naturaleza del propio indicador. Por ejemplo, todos aquellos indicadores, relacionados con Derechos Humanos, aunque hubieran obtenido una puntuación inferior a 3, se han considerado materiales, por su importancia y relevancia.

F1.3: Consulta a Grupos de Interés: en esta última etapa, el objetivo que se persigue es conocer la opinión de los grupos de interés acerca de los 18 temas identificados como relevantes para la compañía.

Teniendo en cuenta que los procesos de consulta son complejos, se decidió acotar la misma, a tres de los cinco grupos de interés de carácter estratégico para MAPFRE: empleados, clientes y proveedores.

El proceso de consulta a los grupos de interés lo ha realizado CBI Consulting, expertos en este tipo de procesos. Con ello, se garantiza el anonimato y la confidencialidad de las respuestas. La consulta se ha realizado a través de un cuestionario online, en el cual se solicitó al destinatario que priorizar del total de los 18 temas considerados como relevantes los seis más importantes.

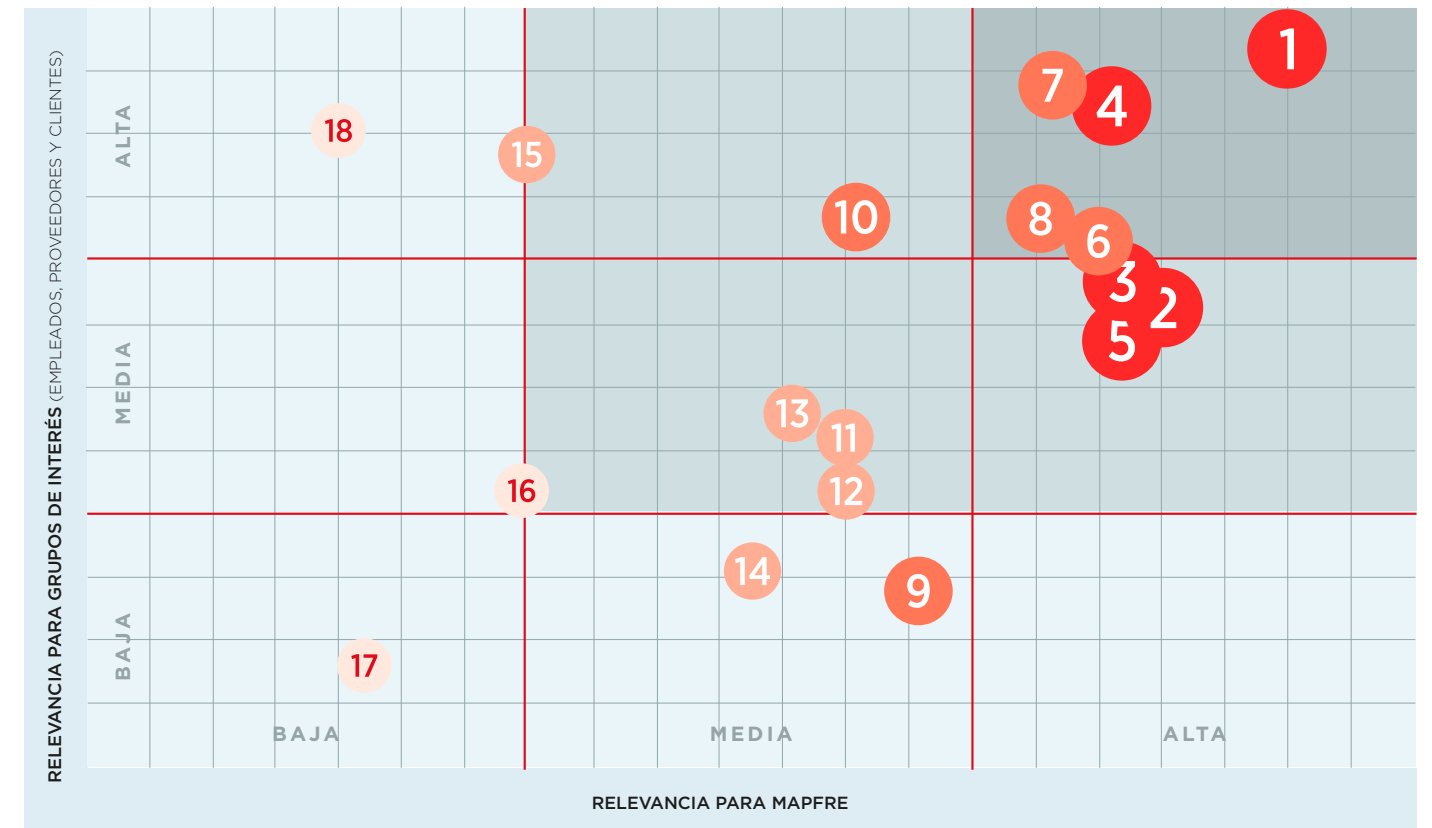
En el siguiente cuadro, se muestran los datos agregados de participación en Colombia. En 2015 se analizará el grado de respuestas obtenidas, para tratar de mejorar la participación en la fase 2.

Stakeholder	Nº Consultas enviadas	Nº Respuestas obtenidas	% Participación
Empleados	900	307	34
Cientes	17.000	427	2,49
Proveedores	12.000	121	1,00



Principales resultados del estudio de materialidad de COLOMBIA [G4-19]

1. Matriz de asuntos materiales para MAPFRE y los grupos de interés consultados en Colombia (empleados, proveedores y clientes)



LEYENDA:

- 1. Garantizar la calidad de los productos que ofrece
- 2. Garantizar la transparencia y la correcta gestión de la estructura de los órganos de gobierno
- 3. Asegurar la salud y el bienestar de los empleados
- 4. Proveer un entorno de trabajo en el que se respeten la diversidad, la igualdad y la no discriminación
- 5. Incluir la responsabilidad medioambiental dentro de la actividad de negocio
- 6. Garantizar la estabilidad y seguridad en el empleo
- 7. Respetar y proteger los Derechos Humanos Fundamentales
- 8. Ofrecer formación y desarrollo profesional a los empleados
- 9. Ofrecer productos y servicios relacionados con el ámbito medioambiental
- 10. Luchar contra la corrupción, el blanqueo de capitales y el fraude
- 11. Garantizar la selección y evaluación de proveedores bajo criterios Sociales, éticos y medioambientales
- 12. Asegurar la transparencia y el cumplimiento en materia fiscal
- 13. Optimizar el uso de recursos para minimizar el impacto al Medio Ambiente
- 14. Actuar frente al cambio climático
- 15. Garantizar el cumplimiento normativo y mecanismos formales de reclamación de clientes
- 16. Promover proyectos medioambientales y Sociales con grupos vulnerables
- 17. Proteger la biodiversidad
- 18. Contribuir al desarrollo social y económico de los países en los que operamos

2. Comparación de asuntos materiales por grupos de interés consultados



Stakeholders corporativos



3.1.2. STAKEHOLDERS [G4-24, 25, 26, 27]

MAPFRE COLOMBIA se acoge a la definición corporativa de Responsabilidad Social asumiéndola como un “compromiso voluntario y estratégico que implica procurar la consecución de sus objetivos empresariales, cumpliendo rigurosamente con sus obligaciones contractuales y legales, aplicando criterios de equidad y estabilidad en las relaciones con sus grupos de interés, contribuyendo así a la satisfacción de las necesidades presentes y futuras de la sociedad.”

Este compromiso que MAPFRE asume y los objetivos que lo componen requieren para su logro la participación e interacción con los grupos de interés definidos en la misión corporativa. Teniendo en cuenta la implantación de MAPFRE en el mundo, se han identificado 8 tipologías de stakeholders corporativos, como referencia para desarrollar los mapas locales.

Grupo de interés	A qué se compromete MAPFRE con el Grupo de Interés	Qué espera MAPFRE del Grupo de Interés	Canales de Relación
3 DISTRIBUIDORES, MEDIADORES Y COLABORADORES <i>Ver capítulo MAPFRE COLOMBIA y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos. pág. 75</i>	<ul style="list-style-type: none"> – A mantener un canal de diálogo permanente – A establecer unas relaciones honestas y constructivas 	<ul style="list-style-type: none"> – Confianza en la compañía – Honestidad en su relación con MAPFRE 	Web MAPFRE COLOMBIA; newsletter específicos; planes de formación; plataforma online mediadores; cartelería: folletos comerciales, carteles de campañas; revistas especializadas; programas formativos y de capacitación; reuniones comerciales con los canales de venta; redes sociales
4 PROVEEDORES <i>Ver capítulo MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores pág. 81</i>	<ul style="list-style-type: none"> – A escuchar y mantener un canal de diálogo permanente – A ser transparente e informar adecuadamente sobre los procesos de selección y sobre aquellas cuestiones de MAPFRE que le puedan afectar (Códigos de Conducta, políticas, etc.) – A respetar y garantizar el cumplimiento de las condiciones pactadas y acordadas en el contrato – A ser honesto y confiar en la relación que surja con el proveedor 	<ul style="list-style-type: none"> – Confianza en la compañía – Compromiso en el cumplimiento de las normas y políticas de la compañía que le puedan afectar – Honestidad en su relación con MAPFRE 	Plataformas web; portales específicos; plataformas telefónicas propias y concertadas; grupos de trabajo; reuniones y; encuestas internas
5 SOCIEDAD <i>Ver capítulo MAPFRE COLOMBIA y la Sociedad pág. 84</i>	<ul style="list-style-type: none"> – A mantener un canal de diálogo permanente – A establecer unas relaciones honestas y constructivas 	<ul style="list-style-type: none"> – Confianza en la compañía – Honestidad en su relación con MAPFRE 	Web Corporativa MAPFRE COLOMBIA; informes de Responsabilidad Social; redes sociales; revista Mundo MAPFRE COLOMBIA

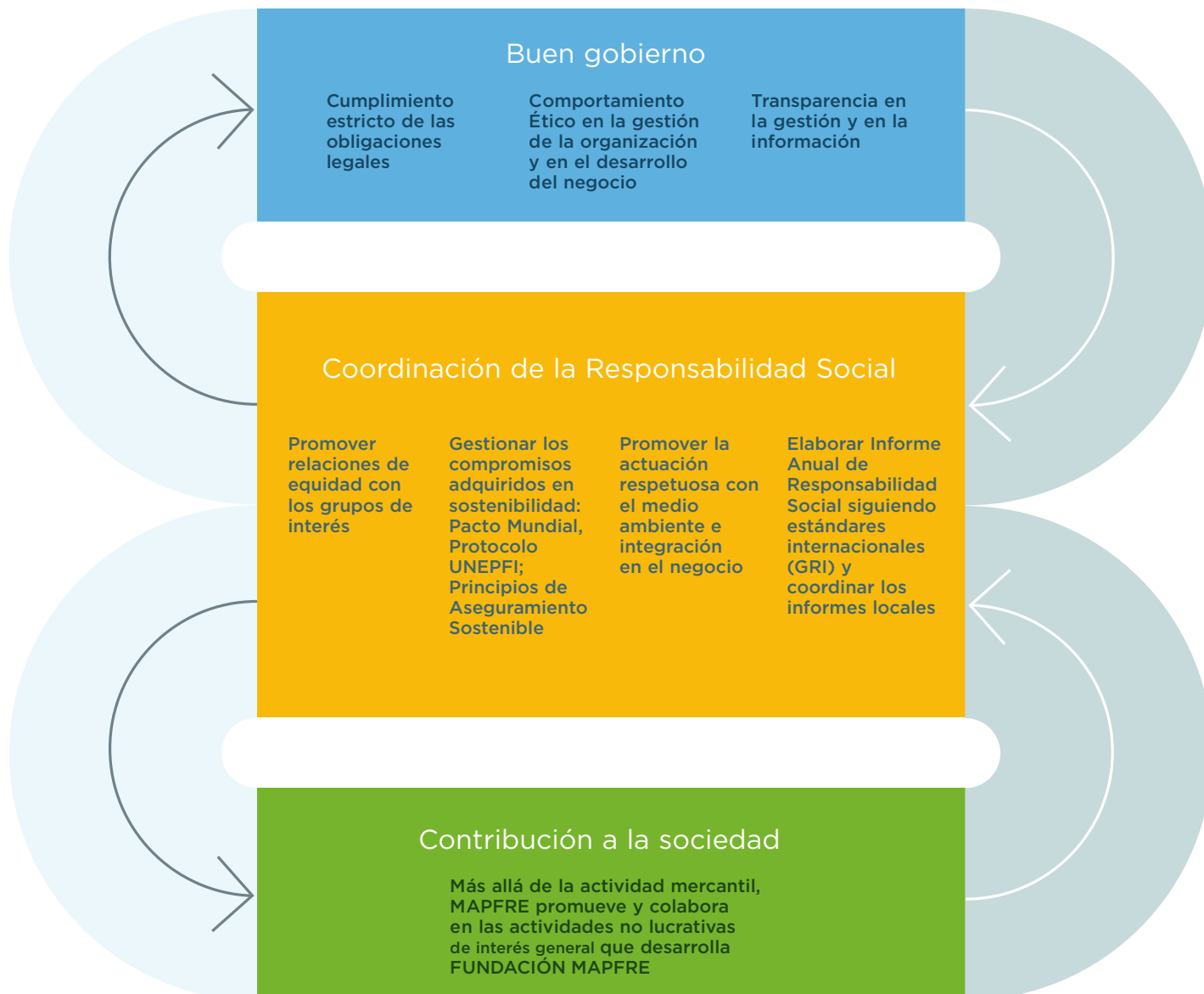
Grupo de interés	A qué se compromete MAPFRE con el Grupo de Interés	Qué espera MAPFRE del Grupo de Interés	Canales de Relación
6 ORGANISMOS REGULADORES Y SUPERVISORES	<ul style="list-style-type: none"> – A establecer unas relaciones honestas y constructivas 	<ul style="list-style-type: none"> – Honestidad en su relación con MAPFRE 	Directamente o a través de Asociaciones empresariales, locales e Internacionales
7 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> – A mantener una comunicación y diálogo, basado en la transparencia, la veracidad y el compromiso. 	<ul style="list-style-type: none"> – Confianza en la compañía – Honestidad en su relación con MAPFRE 	Contacto directo con medios de comunicación Sala de prensa web



3.2. EL MODELO Y LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

MAPFRE cuenta con un modelo y política de Responsabilidad Social, en la que se establecen los principios de actuación en este ámbito, que son de referencia y de aplicación en todo el Grupo.

El modelo se basa en tres pilares fundamentales: Buen Gobierno, la Coordinación de la Responsabilidad Social y la Contribución a la Sociedad más allá de su actividad mercantil. Este modelo está alineado con la estrategia de MAPFRE y promueve el desarrollo sostenible del negocio y las relaciones de confianza.



Política corporativa de Responsabilidad Social [G4-HR4, HR5; FS13, FS15]

<p>1 CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y DIRECTRICES INTERNACIONALES</p> <p>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 y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), 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.</p>	<p>6 CONSERVACIÓN Y PROMOCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE</p> <p>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.</p>
<p>2 PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO</p> <p>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.</p>	<p>7 DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS</p> <p>Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés, basados en la transparencia, la veracidad y el compromiso.</p>
<p>3 ENTORNO LABORAL RESPONSABLE</p> <p>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.</p>	<p>8 PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL</p> <p>Participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva la responsabilidad social.</p>
<p>4 INNOVACIÓN Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE</p> <p>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.</p>	<p>9 INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</p> <p>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.</p>
<p>5 CADENA DE VALOR SOSTENIBLE</p> <p>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.</p>	<p>10 CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO SOCIAL</p> <p>Contribución al desarrollo de las actividades no lucrativas de interés general que lleva a cabo la FUNDACIÓN MAPFRE, dentro de los límites previstos en los estatutos sociales.</p>

3.3. LA ACTUACIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE DE MAPFRE COLOMBIA [G4-15, 56, 57]

El Código de Buen Gobierno de MAPFRE establece los Principios Institucionales y Empresariales del Grupo, que marcan la actuación como empresa y nos ayudan a desarrollar negocios sostenibles en todos los países en los que operamos. Estos principios, se integran en la empresa a través de los siguientes valores: solvencia, integridad, vocación de servicio, innovación para el liderazgo y equipo comprometido.

El enfoque socialmente responsable de nuestras actividades se desarrolla a través del cumplimiento de los compromisos internacionales y de las políticas, normas y protocolos de actuación que se aprueban en la organización. Todo ello nos permite actuar bajo el principio de debida diligencia para la prevención, detección y erradicación de conductas irregulares, cualquiera que sea su naturaleza, que puedan tener un impacto negativo en la empresa y en el entorno en el que en el que desarrolla su actividad.

3.3.1. Compromisos internacionales con el desarrollo sostenible [G4-15; HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9,HR10; SO3, SO4, SO5]

Tanto el Código de Buen Gobierno como el principio primero de la Política de Responsabilidad Social, establecen el compromiso de MAPFRE con el respeto a los derechos reconocidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los diez principios contenidos en el **Pacto Mundial de Naciones Unidas. Este compromiso se desarrolla, principalmente, dentro del marco del Código Ético y de Conducta.**

Además, MAPFRE trabaja para incorporar de forma progresiva en la gestión del negocio los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de Naciones Unidas, analizando y revisando los sistemas que actualmente dispone la organización para respetar, investigar y resolver los conflictos que pudieran surgir, aplicando medidas, cuando proceda.

Por una parte, el Grupo cuenta con la experiencia de Business & Human Rights, consultores expertos en Derechos Humanos, que nos ayuda con el análisis de esta materia además de en Colombia, en Brasil, China, Turquía y Venezuela, donde

MAPFRE desarrolla actividades aseguradoras, y en Argelia, Egipto, Filipinas o Rusia, en los que desarrolla actividades de asistencia. En el futuro, se seguirá avanzando en el análisis y conocimiento de este tipo de riesgos.

Por otra parte, MAPFRE se adhirió en 2004 al Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact), y 10 años después, sigue comprometida con la integración en el negocio de sus 10 principios, así como en su promoción presentando anualmente su informe de progreso que en 2014 ha obtenido el nivel advanced.

Uno de los proyectos que se están desarrollando desde la Dirección de Responsabilidad Social y que se implantará en el grupo en 2015-2016 es una herramienta de diagnóstico e implantación de los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre empresas y Derechos Humanos.

Por otro lado también se está apoyando la nueva agenda de desarrollo, una vez finalizado el plazo para la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) de Naciones Unidas. Desde MAPFRE COLOMBIA se contribuirá con los objetivos post 2015 y la formación de los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de la misma forma que contribuye con los actuales Objetivos de Desarrollo del Milenio, como se muestra en la siguiente tabla:

Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio

Derechos humanos

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 4	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
1 APOYAR Y RESPETAR LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS FUNDAMENTALES, RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE, DENTRO DE SU ÁMBITO DE INFLUENCIA	Desempeño social <ul style="list-style-type: none"> – Inversión: G4-HR1, HR2 – No discriminación: G4-HR3 – Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11 – Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4 – Trabajo infantil: G4-HR5 – Trabajos forzados: G4-HR6 – Medidas de seguridad: G4-HR7 – Derechos de la población indígena: G4-HR8 – Relaciones entre los trabajadores y la dirección: G4-LA4 – Salud y seguridad en el trabajo: G4-LA5 - G4-LA8 – Diversidad e igualdad de oportunidades: G4-LA12 – Igualdad de retribución entre mujeres y hombres: G4-LA13 – Salud y seguridad del cliente: G4-PR1, G4-PR2 – Privacidad del cliente: G4-PR8 Desempeño económico: G4-EC5	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 5: Fomentar la salud materna Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo
2 EVITAR LA COMPLICIDAD EN LA VIOLACIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS	Desempeño social <ul style="list-style-type: none"> – Inversión: G4-HR1, G4-HR2 – No discriminación: G4-HR3 – Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11 – Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4 – Trabajo infantil: G4-HR5 – Trabajos forzados: G4-HR6 – Medidas de seguridad: G4-HR7 – Derechos de la población indígena: G4-HR8 – Evaluación: G4-HR9 – Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos: G4-HR12 	

Derechos laborales

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 4	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
3 APOYAR Y RESPETAR LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y FILIACIÓN Y, EL RECONOCIMIENTO EFECTIVO A LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA	Desempeño social — Relaciones entre los trabajadores y la dirección: G4-LA4 — Inversión: G4-HR1, G4-HR2 — Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo
4 ELIMINAR TODA FORMA DE TRABAJO FORZOSO O REALIZADO BAJO COACCIÓN	Desempeño social — Inversión: G4-HR1, G4-HR2 — Trabajos forzados: G4-HR6 — Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil
5 ERRADICAR EL TRABAJO INFANTIL	Desempeño social — Inversión: G4-HR1, G4-HR2 — Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4 — Trabajo infantil: G4-HR5 — Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer
6 ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN CON RESPECTO AL EMPLEO Y LA OCUPACIÓN	Desempeño social — Empleo: G4-LA1, G4-LA2 — Diversidad e igualdad de oportunidades: G4-LA12 — Inversión: G4-HR1, G4-HR2 — No discriminación: G4-HR3 Desempeño económico: G4-EC6	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo

Medio ambiente

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 4	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
7 APLICAR ENFOQUES ORIENTADOS AL DESAFÍO DE LA PROTECCIÓN MEDIOAMBIENTAL	Desempeño económico: G4-EC2 Desempeño medioambiental — Emisiones, vertidos y residuos: G4-EN19 — Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 — General: G4-EN31	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
8 FOMENTAR UNA MAYOR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL	Desempeño medioambiental — Materiales: G4-EN1, G4-EN2 — Energía: G4-EN3 - G4-EN7 — Agua: G4-EN8 - G4-EN10 — Biodiversidad: G4-EN11 - G4-EN14 — Emisiones: G4-EN15 - G4-EN21 — Efluentes y residuos: G4-EN22 - G4-EN24 — Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 — Cumplimiento normativo: G4-EN29 — Transporte: G4-EN30 — General: G4-EN31 Desempeño social — Etiquetado de productos y servicios: G4-PR3, G4-PR4.	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
9 FACILITAR EL DESARROLLO Y LA DIVULGACIÓN DE MEDIOS TECNOLÓGICOS RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL — Materiales: G4-EN2 — Energía: G4-EN5 - G4-EN7 — Agua: G4-EN10 — Emisiones, vertidos y residuos: G4-EN19 — Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 — General: G4-EN31	Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio

Anti-corrupción

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 4	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
10 LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN EN TODAS SUS FORMAS, INCLUYENDO LA EXTORSIÓN Y EL SOBORNO	Desempeño social — Lucha contra la corrupción: G4-SO3 - G4-SO5 — Comunidades locales: G4-SO2 - G4-SO4 — Política Pública: G4-SO5, G4-SO6	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo



MAPFRE como grupo reporta anualmente, a través del Informe de Progreso, los avances y las actividades que realiza para integrar en su actividad los diez principios del Pacto Mundial. Este año, el informe ha alcanzado el nivel Advance, lo que supone la máxima calificación por parte de Naciones Unidas.

Dentro de sus compromisos internacionales, destaca también la pertenencia de MAPFRE a la **Iniciativa Financiera del programa ambiental de Naciones Unidas (UNEPFI)** desde 2003 y desde 2012 a los **Principios para la Sostenibilidad en Seguros** promovidos por esta iniciativa.

Estos principios específicos para la industria aseguradora, promueven la incorporación en la gestión del negocio como riesgo y como oportunidad los aspectos medioambientales como: el cambio climático, los daños a la biodiversidad y la degradación del ecosistema, la gestión del agua y la contaminación; en segunda instancia los aspectos sociales relacionados con la inclusión financiera, los derechos humanos, los riesgos para la salud derivados del desarrollo y el envejecimiento de la población; y por último aspectos relacionados con el gobierno corporativo como: cumplimiento de la regulación, gestión ética, conflictos de intereses y transparencia. Estos son los denominados factores ASG (ESG, en sus siglas en inglés).

La siguiente tabla muestra los Principios para la Sostenibilidad en Seguros, y como MAPFRE trabaja en su integración en el negocio, a través de la información reportada en este informe anual, y los indicadores GRI 4, asociados a dichos principios:

Principios para la Sostenibilidad en Seguros

PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RS DE MAPFRE 2014	INDICADORES GRI 4 ASOCIADOS (R)
1 INTEGRAR EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES LAS CUESTIONES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA (CUESTIONES ASG) PERTINENTES A LA ACTIVIDAD DE SEGUROS	<ul style="list-style-type: none"> – Carta del Presidente – MAPFRE y la Responsabilidad Social: <ul style="list-style-type: none"> > Proceso de Materialidad > Stakeholders o grupos de interés: tabla de compromisos > La actuación ética y socialmente responsable: <ul style="list-style-type: none"> - compromisos internacionales Pág. - la gestión de factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno: referencia a las nuevas Políticas de Riesgos y cumplimiento; convertir el Riesgo en Oportunidad: formación. - medidas de prevención y control: cuadro de Políticas, normativas, protocolos, etc.; tabla de formación. – MAPFRE y sus empleados: Formación. – MAPFRE y los clientes: <ul style="list-style-type: none"> > Innovación en productos y servicios 2014. > Productos y Servicios de alto contenido social y medioambiental. > Reclamaciones y quejas. – MAPFRE y los profesionales y las entidades que colaboran en la distribución de sus productos: Selección y formación. – MAPFRE y los proveedores: Norma Corporativa de Compras; Criterios de Homologación – Dimensión medioambiental de MAPFRE: Cambio Climático y Biodiversidad. – Adhesión a la Declaración de Riesgos Climáticos de la Asociación de Ginebra. 	<ul style="list-style-type: none"> – ESTRATEGIA Y ANÁLISIS: Indicadores G4-1, G4-2 – GOBIERNO: Indicadores G4-34 – G4-55 – DESEMPEÑO ECONÓMICO: Indicador G4-EC2, EC8 – DESEMPEÑO AMBIENTAL: Indicadores G4-EN12, G4-EN14, G4-EN27, G4-EN29, G4-EN31 – DESEMPEÑO SOCIAL: Indicadores G4-LA12, G4-LA13; G4-HR1, G4-HR3; G4-PR1, G4-PR5 – SUPLEMENTO FINANCIERO: Indicadores FS1 – FS4, FS7 – FS9, FS11 – FS12, FS15 – FS16



PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RS DE MAPFRE 2014	INDICADORES GRI 4 ASOCIADOS (R)
<p>2 COLABORAR CON LOS CLIENTES Y SOCIOS COMERCIALES PARA CONCIENCIAR SOBRE LAS CUESTIONES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA, GESTIONAR EL RIESGO Y DESARROLLAR SOLUCIONES</p>	<p>— Carta del Presidente</p> <p>— MAPFRE y la Responsabilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Proceso de Materialidad > Stakeholders o grupos de interés: tabla de compromisos > La actuación ética y socialmente responsable: <ul style="list-style-type: none"> - la gestión de factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno: referencia a las nuevas Políticas de Riesgos y cumplimiento; convertir el Riesgo en Oportunidad: formación a clientes - medidas de prevención y control: cuadro de Políticas, normativas, protocolos, etc.; tabla de formación. <p>— MAPFRE y sus clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> > Canales de atención al cliente > Innovación en productos y servicios 2014 > Productos y Servicios de alto contenido social y medioambiental > Reclamaciones y quejas <p>— MAPFRE y sus proveedores</p> <ul style="list-style-type: none"> > Norma Corporativa de Compras > Evaluación > Canales de relación con proveedores y sistemas de apoyo. 	<p>— DESEMPEÑO AMBIENTAL: G4-EN1, G4-EN2, G4-EN7, G4-EN27</p> <p>— DESEMPEÑO SOCIAL: G4-LA11, G4-LA12, G4-LA13; G4-HR2, G4-HR7, G4-HR10</p> <p>— SUPLEMENTO FINANCIERO: FS5, FS10, FS16</p>
<p>3 COLABORAR CON LOS GOBIERNOS, LOS REGULADORES Y OTROS GRUPOS DE INTERÉS FUNDAMENTALES, CON EL FIN DE PROMOVER UNA ACCIÓN AMPLIA EN TODA LA SOCIEDAD SOBRE LOS TEMAS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA</p>	<p>— MAPFRE y la Responsabilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Stakeholders o grupos de interés. Tabla de compromisos > Principales asociaciones. > La actuación ética y socialmente responsable: <ul style="list-style-type: none"> - la gestión de factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno: convertir el Riesgo en Oportunidad: formación y publicaciones especializadas 	<p>— COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS: G4-15, G4-16</p> <p>— PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES: G4-24 - G4-27</p> <p>— DESEMPEÑO ECONÓMICO: G4-EC3</p> <p>— DESEMPEÑO AMBIENTAL: G4-EN14, G4-EN15</p> <p>— DESEMPEÑO SOCIAL: G4-SO5</p>
<p>4 RENDIR CUENTAS Y MOSTRAR TRANSPARENCIA, DIVULGANDO DE MANERA PÚBLICA Y PERIÓDICA LOS AVANCES EN LA APLICACIÓN DE ESTOS PRINCIPIOS</p>	<p>— Carta del Presidente</p> <p>— MAPFRE y la Responsabilidad Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Materialidad > La actuación ética y socialmente responsable: <ul style="list-style-type: none"> - compromisos internacionales <p>— Información complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Principios seguidos para la elaboración del informe corporativo de Responsabilidad Social. > Web corporativa: www.mapfre.com 	<p>— PARÁMETROS DE LA MEMORIA: G4-18 - G4-23; G4-32, G4-33</p> <p>— DESEMPEÑO SOCIAL: G4-PR6</p>

Además, FUNDACIÓN MAPFRE realizó la traducción oficial al español de estos principios y está disponible para su consulta en la siguiente dirección: http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/images/PSI-principios-sostenibilidad-seguros_tcm164-25621.pdf

En 2014, MAPFRE, como miembro de la **Asociación de Ginebra**, ha suscrito la **Declaración de Riesgos Climáticos**, un conjunto de principios orientadores sobre el papel que el seguro puede desempeñar en los esfuerzos mundiales para combatir los riesgos relacionados con el cambio climático.

3.3.2. Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno [G4-2]

MAPFRE asume el impacto que su actividad mercantil genera en el entorno y en la Sociedad. Su modelo de actuación en responsabilidad social y su política en la materia, facilitan la integración en el negocio de los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (llamados aspectos ASG).

Durante los últimos años, el sector asegurador se ha tenido que enfrentar a las consecuencias financieras y reputacionales de los riesgos denominados “emergentes” que surgen, entre otros, de las expectativas y necesidades ambientales, sociales y de gobernanza de la sociedad.

MAPFRE es consciente de que un adecuado seguimiento de los aspectos ASG permite a la organización obtener información adicional sobre esos riesgos potenciales y entender mejor los movimientos y transformaciones sociales o expectativas de los stakeholders (inversores, clientes, reguladores, distribuidores, público en general, empleados, etc.).

En este sentido, la gestión de riesgos ASG, ayuda en la toma de decisiones en áreas tan importantes como son la suscripción, la inversión, la innovación en productos y servicios y la gestión de la reputación, esta última, esencial para generar confianza en nuestros stakeholders.

La integración en la gestión de estos riesgos, junto con los riesgos propios, tradicionales de la actividad aseguradora, permite desarrollar y promover negocios más responsables y sostenibles.

Aunque estos riesgos a veces precisan de técnicas no convencionales para su evaluación, los mecanismos de aseguramiento (entendido como técnica de transferencia de riesgos a un tercero previo pago de una prima) son similares, a los que se utilizan en la industria aseguradora, que siempre ha demostrado su capacidad de anticiparse, integrar y dar cobertura a riesgos emergentes.

Los Factores ASG en MAPFRE [G4-14, 15, 16, 45, 47; EC2; HR1, HR5, HR6, HR7; FS4, FS9 - FS11]

Desde 2004, fecha de adhesión de MAPFRE al Pacto Mundial de Naciones Unidas, la entidad asume la obligación de integrar en el negocio sus 10 principios de actuación, principios que se relacionan con cuatro áreas muy específicas: Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción. Esta ha sido la base principal que MAPFRE ha utilizado para identificar los factores ASG, junto con otros documentos de referencia como el informe “The Global State of Sustainable Insurance Understanding and Integrating Environmental, Social and Governance Factors In Insurance”, publicado por UNEPFI (United Nations Environmental Program Financial Initiative) y que dio lugar a los Principios para la Sostenibilidad en Seguros, a los que MAPFRE se adhirió en 2012 y, el estudio realizado por la agencia española Servimedia, entre medios de comunicación y miembros del tercer sector, sobre las preocupaciones sociales en España y en el mundo.

Conscientes de que los factores ASG no son estáticos, sino que cambian y evolucionan en función del desarrollo del entorno político, económico y social a nivel global y local, el Comité Corporativo de Responsabilidad Social de MAPFRE los revisa y, en su caso, actualiza periódicamente.

Tabla de factores ASG de MAPFRE

TIPOS DE FACTORES	FACTORES Y CRITERIOS ESPECÍFICOS	FACTORES Y CRITERIOS COMUNES
Ambientales	<ul style="list-style-type: none"> – Cambio climático – Eco-eficiencia: optimización de recursos – Preservación de la biodiversidad y la degradación de los ecosistemas – Contaminación 	<ul style="list-style-type: none"> Derechos Humanos Comunidades Reputación
Sociales	<p>Derechos Laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aplicación de los convenios de la Organización Internacional del trabajo (OIT) – Empleo – Igualdad y no discriminación – Inclusión de colectivos vulnerables o de riesgo – Formación y desarrollo profesional – Salario digno – Conciliación de la vida laboral y personal <p>Seguridad y Salud</p> <ul style="list-style-type: none"> – Prevención: accidentes, bajas laborales, etc. – Salud: envejecimiento de la población, promoción de entornos saludables y programas globales – Seguridad: garantizar un entorno laboral seguro y confiable <p>Responsabilidad con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> – Marketing responsable – Canales de reclamación y seguimiento – Seguridad y protección de datos – Innovación en productos y servicios – Negocios inclusivos: inclusión aseguradora <p>Cadena de valor (proveedores, subcontratas, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> – Política y procedimientos de compras integrados: Selección, homologación y contratación incorporando criterios de responsabilidad social y medioambientales – Análisis y evaluación: Derechos laborales, Seguridad y Salud, Derechos Humanos, Medio Ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> Derechos Humanos Comunidades Reputación
Gobierno	<p>Ética, Integridad y principios</p> <ul style="list-style-type: none"> – Órganos de gobierno: <ul style="list-style-type: none"> > Liderazgo del Consejo > Anticorrupción y soborno > Transparencia fiscal > Reglamentos/Códigos Éticos y de Conducta: seguimiento, cumplimiento, evaluación, mecanismos de denuncia (internos y externos) transparencia – Protección de los derechos de los accionistas 	<ul style="list-style-type: none"> Derechos Humanos Comunidades Reputación

Análisis de Riesgos ASG

[G4-14, 15, 16, 45, 47; EC2; HR5 - HR7; SO3, SO4, SO5; FS1 - FS4, FS9 - FS11]

En febrero de 2014 MAPFRE aprobó dos políticas importantes en este ámbito:

– **La Política de Gestión de Riesgos del Grupo**, con los siguientes objetivos:

- > establecer las pautas generales, los principios básicos y el marco general de actuación en materia de gestión de riesgos.
- > promover una sólida cultura y un sistema eficaz de gestión de riesgos.
- > asegurar que el análisis de los posibles riesgos forme parte del proceso de toma de decisiones.
- > preservar la solvencia y fortaleza financiera del Grupo.

– **La Política de la Función de Cumplimiento del Grupo**, que establece como objetivo principal, minimizar la probabilidad de que se materialice el riesgo de cumplimiento, estableciendo para ello mecanismos de prevención y control eficaces, fomentando la formación del personal en la materia y promoviendo una cultura ética y de cumplimiento en toda la organización.

Muchos de los factores ASG enunciados en la tabla (pág. 43) se analizan específicamente por las áreas anteriormente mencionadas y se recogen, principalmente, en los Riesgos Operacionales, en los Riesgos Estratégicos y de Gobierno Corporativo, en los Riesgos de Cumplimiento y en los Riesgos de Seguridad y Medio Ambiente.

Los Riesgos Operacionales: el control de los riesgos operacionales y de procesos de negocio se promueve a través de Riskm@p, aplicación informática desarrollada internamente en MAPFRE, e incluye los riesgos derivados de fallos o inadecuaciones de sistemas, personas, procesos internos o eventos externos. Estos riesgos se agrupan en 10 áreas de riesgo: Actuarial, Jurídica, Tecnológica, Personal, Colaboradores, Procedimientos, Información, Fraude, Mercado y Bienes Materiales (ver cuadro adjunto).

La metodología establecida en MAPFRE permite:

- Identificar el nivel de exposición a los riesgos operacionales y de procesos de negocio que existe en MAPFRE (en las compañías filiales, en las Áreas Regionales y en el Grupo, además de los asociados al sector), a través del mapa donde se identifican los riesgos críticos.
- Elaborar un mapa de controles que, conocida la criticidad del riesgo, considere la efectividad de los controles implantados.
- Realizar un seguimiento de las medidas establecidas para la mitigación y/o eliminación de riesgos y para la mejora de los controles establecidos.

El modelo de control de riesgos operacionales y de procesos de negocio establecido se basa en un análisis dinámico por procesos de las diferentes Unidades de negocio, de forma que los gestores de cada área o departamento identifiquen y evalúen los riesgos potenciales que afectan tanto a los procesos de negocio como de soporte (Actividades Comerciales, Atención al Cliente, Coaseguro / Reaseguro, Comisiones, Desarrollo de productos, Emisión, Gestión administrativa, Inversiones, Provisiones técnicas, Recursos Humanos, Siniestros / Prestaciones y Sistemas tecnológicos).

En la siguiente tabla, se describen los tipos de riesgos operacionales de MAPFRE y que tienen relación con los factores ASG

Tipos de riesgos operacionales de MAPFRE/factores ASG

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
ACTUARIAL	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > la incorrecta definición de la política de reaseguro y los derivados de su incumplimiento > la inapropiada tarificación de productos y revisión de tarifas
JURÍDICA	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > el desconocimiento o no aplicación de la normativa legal, fiscal o específica de la actividad o por la realización de operaciones al margen de las leyes que gobiernan en los países > la no existencia de contratos mantenidos en la entidad, errores en su formalización/elaboración, no revisión de los mismos. > La incorrecta gestión de las reclamaciones y quejas y de operaciones sospechosas y obligatorias de blanqueo de capitales
TECNOLÓGICA	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > una inconsistente red tecnológica y líneas de comunicación (RCCM, ADSL telefónicas, fax, LAN/WAN, etc.) > una deficiente seguridad y protección de los sistemas tecnológicos y aplicaciones informáticas existentes, así como en el acceso (<i>passwords</i>) o encriptación de datos > la inexistencia de aplicaciones (<i>software</i>), la falta de adaptación de éstas a las necesidades de las áreas, e insuficiente integración entre las distintas aplicaciones
PERSONAL	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > la falta de formación, experiencia y capacitación de los empleados de la compañía o la no adaptabilidad del personal a la visión, misión y valores de la entidad. Se incluyen aspectos relacionados al dimensionamiento de los departamentos
COLABORADORES	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > la falta de formación, experiencia y capacitación de la estructura comercial de la compañía o de los profesionales externos contratados por la entidad > la no adaptabilidad de la red comercial o profesionales externos a la visión, misión y valores de la entidad > el insuficiente dimensionamiento de la estructura comercial o profesionales externos colaboradores
PROCEDIMIENTOS	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > un inconsistente diseño de políticas, procedimientos, planes y normativa interna de cada uno de los procesos de gestión > la incorrecta ejecución de los anteriores
INFORMACIÓN	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > una incorrecta comunicación o transacción de la información > la falta de confidencialidad en el tratamiento de la misma > la insuficiencia o no fiabilidad, ni veracidad de la información
FRAUDE	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > la falta de herramientas y procedimientos para detectar y prevenir acciones fraudulentas realizadas tanto por personas ajenas a la organización como por personas pertenecientes a la misma
MERCADO	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > el desconocimiento del mercado en el que se opera > la incapacidad de reacción ante los cambios que se producen en los mercados > el deterioro de la imagen de la entidad ante la sociedad y los mercados
BIENES MATERIALES	Riesgo de pérdida debido a la inadecuación o fallos producido por: > la falta de medios técnicos y materiales (se incluyen <i>hardware</i>) > la inapropiada gestión y protección de los activos

II. Riesgos Estratégicos y de Gobierno Corporativo: que incluye los riesgos de ética empresarial y de Buen Gobierno Corporativo, de estructura organizativa, de alianzas, fusiones y adquisiciones derivados del entorno regulador y, finalmente, el de competencia.

Además del Código de Buen Gobierno, MAPFRE dispone de un Código Ético y de Conducta que refleja los valores corporativos y sus principios de actuación, y ha creado el Comité de Ética como órgano garante de la aplicación, supervisión y control del Código, lo que contribuye a minimizar los riesgos en este ámbito. Además cuenta con la Política de Función de Cumplimiento.

III. Riesgos de Cumplimiento: definido como el riesgo de sanciones regulatorias o legdefinido como el riesgo de sanciones regulatorias o legales, pérdidas financieras materiales o pérdidas de reputación que puede sufrir una entidad como resultado de incumplir las leyes, regulaciones, reglas y estándares internos y externos o requerimientos administrativos aplicables a su actividad.

En relación con el proceso de gestión del riesgo de cumplimiento, durante el ejercicio 2014 se ha avanzado en la estructuración e implantación de la función de Cumplimiento en las Unidades de Negocio, tanto españolas como de otros países en los que opera el Grupo, así como en la elaboración de un mapa de riesgos de cumplimiento con identificación y valoración de los mismos.

IV. Riesgos de Seguridad y Medio Ambiente: cuya identificación, tipificación, evaluación y seguimiento dependen de la Subdirección General de Seguridad y Medio Ambiente y del Comité de Seguridad y Medio Ambiente Corporativo, este último como órgano responsable de garantizar la correcta gestión de los riesgos de seguridad y medioambientales del Grupo, de manera alineada con los objetivos y necesidades empresariales de la compañía

Las actuaciones llevadas a cabo por MAPFRE para la gestión de los riesgos de Seguridad y Medioambientales relacionados con los factores ASG son las siguientes:

— *Protección de la privacidad de los datos de los empleados, clientes y colaboradores:* MAPFRE cuenta con controles destinados a preservar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información que maneja y de los sistemas de información que la soportan. En este sentido, MAPFRE otorga la máxima prioridad a la protección de los datos de carácter personal de sus empleados, clientes, colaboradores y resto de grupos de interés.

— *Protección de las personas:* MAPFRE dispone de Planes de Emergencia y Autoprotección, así como de sistemas

de seguridad, sistemas de protección contra incendios y protocolos específicos, destinados a prevenir daños a las personas (y a los bienes que éstas pudieran tener) que se encuentren en sus instalaciones o en eventos organizados por la compañía. Además, se realizan acciones formativas e informativas para prevenir riesgos de seguridad en el ámbito privado de los empleados y colaboradores, en particular mediante consejos de cara a los periodos vacacionales, con motivo de viajes, etc.

— *Supervivencia de las operaciones en caso de desastre o catástrofe:* MAPFRE desarrolla planes de continuidad de negocio destinados a garantizar que sus clientes van a poder disponer de los servicios que MAPFRE les presta independientemente de que se produzcan situaciones de desastre o catástrofe.

— *Colaboración en la detección e investigación de actos delictivos:* MAPFRE colabora estrechamente con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, dando respuesta en tiempo y forma a las peticiones de información realizadas por estos organismos.

— *Protección medioambiental:* MAPFRE dispone de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética con el que se identifican, evalúan y minimizan los riesgos ambientales causados por nuestra actividad. A través de este sistema, se evita el consumo indiscriminado o excesivo de energía y suministros, mediante la implantación de medidas de eco-eficiencia. En relación al cambio climático, MAPFRE ha aprobado el Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático a 2020, donde se definen actuaciones concretas en cuanto a la adaptación, mitigación y compromiso de reducción de emisión de gases de efecto invernadero, relacionados con las plagas biológicas y epidémicas, y los riesgos de la naturaleza o catastróficos.

La importancia de convertir los riesgos en oportunidades de negocio

Las empresas aseguradoras juegan un papel importante a la hora de afrontar los desafíos globales en sostenibilidad. Por esta razón, una adecuada gestión de los riesgos ASG permite a la empresa desarrollar nuevos productos para mitigar y reparar los impactos negativos, derivados de esos riesgos en caso de producirse.

En este sentido, los riesgos derivados del cambio climático son los que tradicionalmente han tenido y tienen un mayor impacto económico, siendo también los que han tenido un mayor desarrollo durante estos últimos años. Pero las demandas sociales en cuanto a los riesgos relacionados con otros factores como el envejecimiento de la población, los derechos humanos, la desigualdad económica y social, la ética de las organizaciones y la reputación, entre otros, ofrecen la oportunidad a las empresas aseguradoras de desarrollar productos innovadores, relacionados con estos factores ASG, que impacten de forma positiva las sociedades en las que operan.

Por otra parte, además de la gestión adecuada de los riesgos, es necesario generar una cultura aseguradora entre los clientes y la sociedad, para tomar conciencia de la importancia de conocer, prevenir y adoptar soluciones de protección y mitigación de los diferentes riesgos que pueden existir en la vida personal y profesional, para que llegado el momento, se puedan afrontar sin que afecten al patrimonio.

MAPFRE **facilita a sus clientes / asegurados y reasegurados la posibilidad de tener una atención individualizada y un asesoramiento experto, desde las diferentes líneas de negocio que les permite obtener una adecuada protección financiera de sus riesgos, a través de coberturas de seguro y reaseguro.** (Para ampliar la información ver paginas 73 de MAPFRE COLOMBIA y sus Clientes)

3.4. MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CUMPLIMIENTO, A DISPOSICIÓN DE LOS EMPLEADOS

[G4-HR4, HR6, HR7; SO3, SO4, SO5; FS1]

Tabla de Políticas, normativas, procedimientos, protocolos y otros documentos de referencia a disposición de los empleados

Políticas

- Código de Buen Gobierno
- Código Ético y de Conducta
- Estatuto del Área de Gestión de Riesgos
- Estatuto de Auditoría Interna
- Política de Auditoría Interna
- Política de Continuidad de Negocio
- Política de Control Interno
- Política Escrita del Área Actuarial del Grupo MAPFRE
- Política de Función de Cumplimiento del Grupo MAPFRE
- Política de Gestión de Riesgos del Grupo MAPFRE
- Política Medioambiental y Energética
- Política de Responsabilidad Social
- Política de Seguridad Corporativa
- Política de Seguridad de la Información

Normativas, Protocolos y Reglamentos

- Norma corporativa de compras
- Normativa sobre Seguridad de la Información
- Norma sobre el Uso del Tabaco
- Normas Prevención de Blanqueo de Capitales
- Protocolo para la Prevención y el Tratamiento del Acoso

Otros documentos de referencia

- Nuevo posicionamiento estratégico de MAPFRE
- Canal de Denuncias Financieras y Éticas: acceso a los canales de denuncias MAPFRE

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

Código Ético y de Conducta y Comité de Ética: [G4-49, 50, 57; LA16; HR3, HR4, HR12; SO5]

El Código sienta las normas de conducta que deben regir el comportamiento y actuación entre los empleados y su relación con terceros, que debe estar basada en el respeto mutuo entre todas las personas con las que se relacionan; el compromiso con su trabajo y con la empresa; la responsabilidad, la solidaridad y la cooperación; y la integridad y el respeto a la legalidad, de forma que en el entorno laboral exista un ambiente de confianza que permita el desarrollo personal y profesional, de respeto a los derechos humanos y laborales básicos, libre de explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación. Este Código es de obligado cumplimiento en el Grupo.

Código Ético y de Conducta: principales contenidos

1) RELACIONES CON Y ENTRE LOS EMPLEADOS:

- Derechos laborales
- Compromiso, Eficiencia y Desarrollo Profesional
- Respeto a las personas
- Igualdad de oportunidades y no discriminación
- Conciliación de la vida laboral y personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Protección y uso apropiado de los bienes de la empresa
- Confidencialidad de la Información y Protección de datos de carácter personal

2) RELACIONES CON TERCEROS

- Marca e imagen de la empresa
- Calidad del servicio, atención al cliente y competencia leal
- Relación con proveedores
- Relación con los socios
- Conflictos de intereses
- Anticorrupción y soborno

3) RESPONSABILIDAD SOCIAL:

- Política de actuación
- Política medioambiental
- Transparencia de la información

4) CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA: Comité de Ética: competencias, composición y régimen de funcionamiento

Para que todos los empleados profundicen en su conocimiento, se ha puesto en marcha un curso de formación on-line sobre el Código. Está previsto que en un periodo no superior a cinco años, toda la plantilla haya realizado esta formación. Por otra parte, el Código es un documento público y disponible en la intranet y en la página web. (www.mapfre.com)

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

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

Durante el ejercicio 2014 el Comité de Ética ha recibido una consulta relacionada con este procedimiento. Asimismo, durante dicho ejercicio el Comité no ha recibido, por los canales establecidos al efecto, denuncias relacionadas con el Código de Ética y Conducta.

Canal de Denuncias Financieras y Éticas: [G4-58; SO7,SO8]

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

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

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

Dentro del Canal de Denuncias se establece también el Canal de Consultas y Denuncias Éticas, que permite que cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o que observe una situación que pudiera suponer un incumplimiento o vulneración de cualquiera de los principios y normas éticas o de conducta establecidas en el mismo, pueda comunicarlo al Comité de Ética, de forma confidencial y con total garantía. El Canal de Consultas y Denuncias Éticas es accesible a todos los empleados, a través de un buzón electrónico www.mapfre.com/Ética. Los empleados también pueden plantear sus consultas y denuncias por correo postal.

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

En su actividad en Colombia MAPFRE no ha recibido demanda alguna por competencia desleal, prácticas monopolísticas o prácticas contra la libre competencia.

Cumplimiento:

MAPFRE COLOMBIA, por medio de su Dirección de Riesgos, quien ejerce la función de Cumplimiento, conduce a la organización a tener un compromiso institucional, conduciendo todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético y tolerancia cero con el incumplimiento normativo. Bajo esta premisa, persigue la consecución de un entorno global de cumplimiento, incluyendo tanto las leyes y demás disposiciones normativas, como las reglas y estándares internos y externos. También se apoya de manera permanente en la Secretaría General para realizar el seguimiento de los cambios en la normatividad emitida por los entes reguladores de Colombia.

La tolerancia cero con el incumplimiento se complementa con las actuaciones preventivas desarrolladas por la función de cumplimiento del GRUPO MAPFRE para mitigar el riesgo de que eventualmente pudiera producirse un incumplimiento.

Esta función coadyuva a que el Grupo minimice este riesgo, fomenta la concienciación sobre la necesidad de cumplir la normativa interna y externa y asegura que el cumplimiento quede perfectamente integrado en su cultura y en el desarrollo de todas sus actividades. Asimismo, es importante subrayar que todo el personal es responsable de integrarse en la cultura de cumplimiento.

La gestión efectiva del riesgo de cumplimiento es considerada como un impulso básico para el crecimiento

sostenible y rentable, a la vez que colabora en la protección de la solvencia, integridad y reputación de MAPFRE y respalda al Grupo en la consecución de sus objetivos estratégicos.

La compañía no ha recibido multas o sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.

Control Interno:

El Sistema de Control Interno (SCI), es el conjunto de procesos diseñados para garantizar con razonable seguridad, en el marco de los principios y valores establecidos en el **Código de Buen Gobierno del Sistema MAPFRE**, y en el **Código Ético y de Conducta**, que los siguientes objetivos del Grupo MAPFRE sean alcanzados:

- Mejorar la eficiencia y eficacia de las operaciones de la organización; se entiende por eficacia la capacidad de alcanzar las metas y/o resultados propuestos; y por eficiencia la capacidad de producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos, energía y tiempo.
- Prevención y mitigación en la ocurrencia de fraudes, originados tanto al interior como al exterior de las organizaciones.
- Gestión adecuada de los riesgos.
- Aumento en la confiabilidad y oportunidad en la Información generada por la organización.
- Adecuado cumplimiento de la normatividad y regulaciones aplicables a la organización.
- En MAPFRE la implantación del Sistema de Control Interno, se ha basado en la aplicación amplia y exhaustiva del estándar COSO, habiendo adoptado la siguiente definición de Control Interno:
 - Conjunto de procesos diseñados para garantizar con razonable seguridad, en el marco de los principios y valores establecidos en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE, que los objetivos del Grupo MAPFRE sean alcanzados en lo que se refiere a la eficiencia y efectividad operacional, confianza en los registros contables y financieros y conformidad con las reglas y normas externas e internas.
 - De acuerdo con el modelo COSO, existe una relación directa entre los objetivos que la entidad desea lograr y los componentes de la gestión de riesgos.

El Sistema de Control Interno apoya a la organización en el cumplimiento de los objetivos estratégicos manifestados en la Misión, Visión y Valores de la compañía.

Prevención del Blanqueo de Capitales:

La Superintendencia Financiera de Colombia establece en su circular externa 026 de 2008 los criterios y parámetros mínimos que las entidades vigiladas deben atender en el diseño, implementación y funcionamiento del Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo (SARLAFT), en consonancia con los estándares internacionales sobre la materia, especialmente por el GAFI - GAFISUD.

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

Adicionalmente, de conformidad con su reglamento, MAPFRE mantiene una vigilancia permanente para detectar y poner en conocimiento de los organismos correspondientes cualquier operación sospechosa de realizarse con el objetivo de “blanquear” recursos procedentes de actividades delictivas. Para ello, MAPFRE tiene establecidos los medios humanos y organizativos.

Lucha contra el fraude

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

Seguridad:

La seguridad es un aspecto fundamental en todas las actividades que MAPFRE realiza y por ello, desde el punto de vista de la responsabilidad social, se centra en la protección de los trabajadores, la salvaguarda de la información de sus clientes y otros grupos de interés, y la sostenibilidad de sus operaciones y de los servicios que presta.

La protección de los trabajadores se materializa proporcionando un entorno de trabajo seguro consecuencia del mantenimiento preventivo de las instalaciones; la dotación

de planes de autoprotección en los centros de trabajo; el diseño de medidas específicas en viajes y desplazamientos (especialmente a zonas con inestabilidad); y el apoyo directo y especializado ante la aparición de situaciones de riesgo.

El compromiso con la confidencialidad y seguridad de la información relativa a los clientes se concreta en el establecimiento de altos estándares de cumplimiento de las obligaciones normativas más exigentes en materias como privacidad y protección de datos. Para ello, se establecen medidas de salvaguarda técnica y jurídica, garantizando la confidencialidad e integridad necesaria y respondiendo así a la confianza depositada por clientes y demás grupos de interés.

Asimismo, los procesos de negocio incorporan desde su inicio criterios de seguridad para minimizar los riesgos e incidentes y posibilitar el normal desarrollo de las actividades. Además, se diseñan e implantan soluciones de continuidad de negocio que garantizan el mantenimiento de los servicios que se prestan a los clientes ante situaciones de contingencia grave, contribuyendo así a la sostenibilidad de las operaciones de negocio.

Para posibilitar todas estas actuaciones, se promueve la formación y certificación en materia de seguridad de sus trabajadores en el desarrollo de sus funciones y como garantía de calidad en la prestación de servicios.

Formación en Responsabilidad Social: [G4- HR2; FS4]

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

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

Tabla 1. Formación a empleados en políticas y sistemas anti-corrupción.

TIPO DE CURSO		2014
Código ético y de conducta	Nº empleados	636
	Horas totales	636
Responsabilidad Social	Nº empleados	636
	Horas totales	636
Control Interno	Nº empleados	986
	Horas totales	986
Corrupción	Nº empleados	118
	Horas totales	118
Blanqueo de Capitales	Nº empleados	118
	Horas totales	118
Igualdad	Nº empleados	636
	Horas totales	636
Cultura y Valores Corporativos	Nº empleados	636
	Horas totales	636

Auditorías de Responsabilidad Social:

La Dirección General de Auditoría de MAPFRE ha realizado 12 trabajos especiales en 2014 sobre diferentes aspectos vinculados a la Responsabilidad Social en MAPFRE COLOMBIA. Dichos trabajos versan sobre aspectos tales como recursos humanos, control interno, prevención del blanqueo de capitales, servicio de atención al cliente, gestión de reclamaciones, prevención contra fraudes, revisión del cumplimiento ético y social e Informe de Responsabilidad Social Corporativa.



3.5. Principales asociaciones Colombia
[G4-15, 16]

COLOMBIA	
PRINCIPALES ASOCIACIONES 2014	<ul style="list-style-type: none"> – Asociación Colombiana de Técnicos en Reaseguros (ACTER) – Asociación Colombiana de Derecho de Seguros (ACOLDESE) – Asociación latinoamericana de Suscriptores de Seguros Marítimos (ALSUM) – Asociación de Actuarios – Cámara de Comercio Bogotá (CCB) y Nivel Nacional – Cámara de Comercio Hispano Colombiana – Casa España – Centro de Experimentación y Seguridad Vial Colombia (CESVICOLOMBIA) – Consejo Colombiano de Seguridad (CCC) – Federación de Aseguradores Colombianos (FASECOLDA) – Fundación de Aseguradores Colombianos (FUNDASEG) – Instituto Nacional de Investigación y Prevención del Fraude (INIF). – Instituto Nacional de Seguros (INS) – Life Insurance Marketing Research Association (LIMRA) – Life Office Management Association (LOMA)



4

Dimensión Social de MAPFRE Colombia

4.1. MAPFRE COLOMBIA Y SUS EMPLEADOS

[G4-EC5]

MAPFRE COLOMBIA promueve un entorno laboral basado en un ambiente de confianza para los empleados, que permita su desarrollo profesional y personal, garantizando la formación necesaria para su adecuado desarrollo profesional, con estabilidad y seguridad. Un entorno libre de ofensas, de cualquier tipo de explotación, intimidación, acoso y discriminación.

La conducta de todos los empleados debe estar basada en el respeto mutuo, el compromiso con su trabajo y con la empresa, la responsabilidad de realizar su trabajo lo mejor posible, la solidaridad y la cooperación con los compañeros y la Sociedad, la integridad y el respeto a la legalidad. MAPFRE cuenta con un Código de Ética y Conducta, de obligado cumplimiento para todas las personas que integran MAPFRE, con independencia de su actividad o ubicación geográfica, publicado y accesible tanto en la intranet como en la web corporativa. Además cuenta con un Comité de Ética, al que puede recurrir cualquier empleado que tenga dudas sobre la aplicación del Código, o quiera plantear un incumplimiento.

MAPFRE condena expresamente la explotación laboral infantil y no emplea ni directa ni indirectamente mano de obra infantil.

Este capítulo da respuesta a los cuatro de los 18 temas identificados como relevantes para MAPFRE y los stakeholders que han participado en el proceso de materialidad (empleados, proveedores y clientes) y que están directamente relacionados con la gestión de personas.

Estos cuatro temas son:

PROMOVER un entorno de trabajo en el que se respeten la diversidad, la igualdad y la no discriminación

GARANTIZAR la seguridad y la estabilidad en el empleo

Ofrecer FORMACIÓN y desarrollo profesional a los empleados

Asegurar la SALUD y bienestar de los empleados

4.1.1. Organización

ESTRUCTURA DE PLANTILLA [G4-10; LA12]

A 31 de diciembre de 2014, la nómina de MAPFRE COLOMBIA estaba integrada por 1150 personas, lo que representa un 18% más que en 2013.

CATEGORÍA	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
DIRECTIVOS	29	34	17	15	46	49
JEFES	66	56	71	58	137	114
TÉCNICOS	206	221	200	237	406	458
ADMINISTRATIVOS	171	213	212	316	383	529
TOTAL	472	524	500	626	972	1150

La edad media de los empleados se situaba al cierre del ejercicio entre **30 y 39 años**, y su antigüedad media entre 2 y 5 años. La rotación de empleados fue del **18%**.

POLÍTICA DE EMPLEO [G4-9, 10; LA1; HR5, HR6]

Acorde con las políticas y compromisos corporativos con la Responsabilidad Social en cuanto al fomento de la estabilidad y seguridad laboral MAPFRE COLOMBIA se compromete con sus empleados a procurar un entorno con garantías legales y oportunidades de continuidad, por ello la Política de Empleo fomenta la contratación fija frente a la temporal. El porcentaje de contratación fija en el año 2014 ha sido de 86%

CONTRATACIÓN FIJA		
	2013	2014
HOMBRES	468	484
MUJERES	491	509
TOTAL	959	993

CONTRATACIÓN TEMPORAL		
	2013	2014
HOMBRES	4	40
MUJERES	9	117
TOTAL	13	157

Los siguientes cuadros reflejan las altas y bajas producidas durante 2014, clasificadas por los motivos que las han originado:

ALTAS Y BAJAS POR MOTIVO	HOMBRES		MUJERES	
	2013	2014	2013	2014
ALTAS:				
Fusión o adquisición	0	0	0	0
Captación externa	118	151	113	231
TOTAL	118	151	113	231
BAJAS:				
Enajenaciones	0	0	0	0
Voluntarias	53	66	46	61
Despidos	15	18	20	21
Jubilaciones	1	0	1	0
Otros motivos	28	15	19	23
Invalidez	97	99	86	105

DIVERSIDAD, INCLUSIÓN E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES [G4-LA12]

El Código de Ética y Conducta reconoce el compromiso de proveer un entorno de trabajo adecuado en el que se respeten las políticas de igualdad establecidas y se valore la diversidad sin ningún tipo de discriminación por razón de sexo, raza, ideología, religión, orientación sexual, edad, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra condición personal, física o social.

Programa Global de Discapacidad

Aunque en Colombia no existe obligación legal de tener empleados en estado de discapacidad, MAPFRE COLOMBIA se sumó al Programa Global de Discapacidad del Grupo, comprometiéndose a integrar a empleados con discapacidad y a promover su desarrollo profesional y personal, evitando cualquier tipo de discriminación con inclusión de personal en condición de discapacidad en el Call Center. Al cierre de 2014 en MAPFRE COLOMBIA trabajaban 4 empleados en condición de discapacidad. Adicionalmente se realizó una alianza con la Fundación Jabes, para la contratación de 3 aprendices con discapacidad cognitiva.

El Programa Global de Discapacidad que se desarrollará durante los años 2014 y 2015 y que cuenta con actuaciones que ayuden a:

Contribuir a la **INTEGRACIÓN** laboral de las personas con discapacidad.

Generar una **CULTURA** sensible a la discapacidad para conseguir la normalización de estas personas.

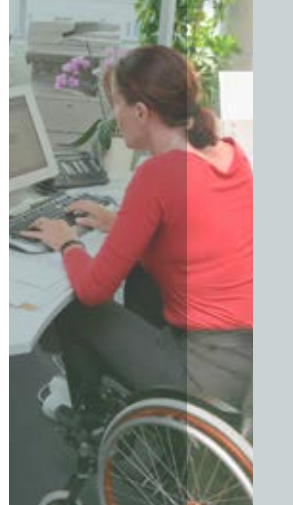
Mejorar la **CALIDAD** de vida de las personas con discapacidad que trabajan en la empresa.

Desarrollar **PRODUCTOS** y servicios dirigidos a este colectivo

Contribuir a **DIFUNDIR** esta cultura entre los proveedores de MAPFRE (actuación incluida en 2014).



Las principales actuaciones que se han definido y se van a poner en marcha a lo largo de los dos próximos años son las siguientes:



Actuaciones de sensibilización

- Curso e-learning global
- Actividades de ocio y deporte destinadas a personas con discapacidad
- Charlas y actividades de sensibilización en los programas formativos de desarrollo.
- Noticias en la intranet y divulgación de estudios realizados por FUNDACIÓN MAPFRE

Actuaciones de integración laboral

- Integrar en el plan de becarios a personas con discapacidad.
- Priorizar en los procesos de selección a candidatos con discapacidad que hayan realizado prácticas en la empresa.
- Fomentar la contratación de personas con discapacidad a través de convenios con entidades especializadas.

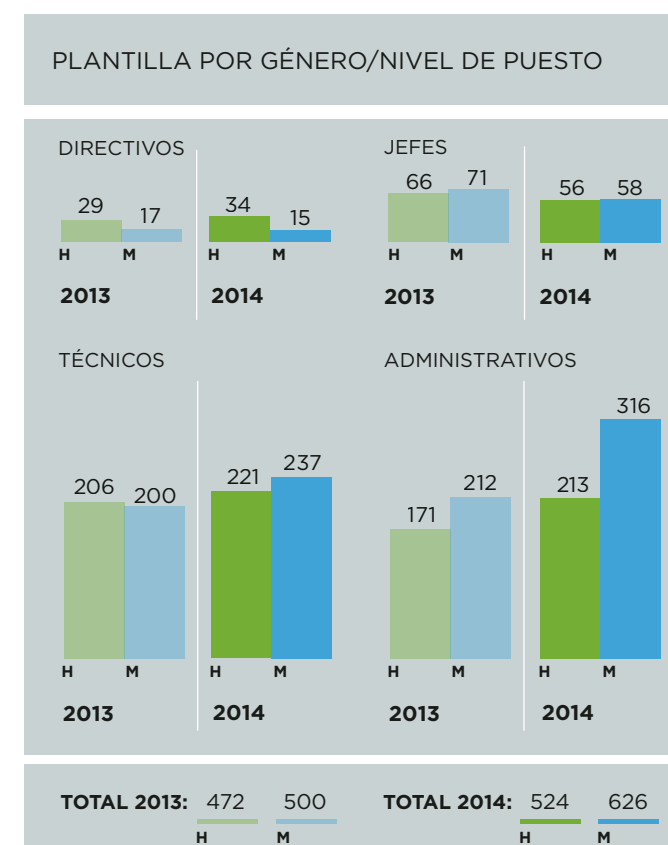
Actuaciones para la mejora de la calidad de vida

- Procedimientos de atención personalizada a empleados a los que les sobrevenga una discapacidad.
- Revisión de la accesibilidad de todos los edificios y puestos de trabajo.
- Accesibilidad tecnológica.

Actuaciones para el desarrollo de productos

- Estudio de necesidades de este colectivo no cubiertas en el marco asegurador.
- Diseño de nuevos productos y servicios específicos.

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES [G4-LA10, LA12]



Durante el año 2014, un total de 636 empleados de MAPFRE Colombia realizaron el curso e-learning sobre igualdad de género, que es de obligada realización para todos los empleados de MAPFRE en el mundo.

Para 2014, la nómina de 1150 personas en MAPFRE COLOMBIA se conformaba en un 54% por mujeres y un 46% por ciento por hombres.

El 14% de la nómina corresponde a Directivos y Jefes, del cual 6,3 % son mujeres y 7,8% son hombres.

Estas relaciones porcentuales reflejan claramente el trato equitativo que se concede a las personas en la Compañía, primando para la contratación a cualquier cargo las calidades y cualidades profesionales y humanas.

MEDIDAS DE PROTECCIÓN DE LOS EMPLEADOS FRENTE AL ACOSO MORAL Y SEXUAL EN EL TRABAJO [G4-LA16; HR3]

MAPFRE vela por garantizar un entorno laboral libre de acoso en el que se respete la dignidad de las personas. El respeto a las personas y la ética en las relaciones deben regir el comportamiento de todos los empleados, en especial de todos los directivos y jefes.

El acoso psicológico, el acoso sexual y el acoso por razón de sexo contaminan el entorno laboral, pueden tener un efecto negativo sobre la salud, el bienestar, la confianza, la dignidad y el rendimiento de las personas que lo padecen.

MAPFRE dispone de mecanismos que permiten evitar situaciones de esta naturaleza y, si éstas se produjeran, dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo. Los principios y pautas de actuación para prevenir y corregir este tipo de conductas están recogidos en el Protocolo para la Prevención y Tratamiento del Acoso en la empresa.

En MAPFRE Colombia específicamente, estos temas son atendidos por el Comité de Convivencia Laboral, creado con el fin de lograr el bienestar laboral promoviendo relaciones sanas y armónicas; generando mecanismos de intervención para mejorar las condiciones laborales, proteger a los trabajadores contra los riesgos psicosociales que afectan la salud en los lugares de trabajo, así como prevenir y solucionar situaciones causadas por conductas de acoso laboral. El comité está compuesto por número igual de miembros elegidos y designados, con sus respectivos suplentes. Los representantes de los trabajadores fueron elegidos

MAPFRE promueve la igualdad de oportunidades en el puesto de trabajo, valora la diversidad individual de los empleados y reconoce la heterogeneidad de las personas.

La política de MAPFRE en materia de igualdad está formalmente reflejada en la declaración realizada por la Comisión Delegada en el año 2010:

“La Comisión Delegada de MAPFRE considera que una política activa y estructurada en materia de igualdad y conciliación favorece la productividad y facilita el equilibrio entre el ámbito laboral, el personal y familiar de todos los trabajadores. A tal efecto, declara su compromiso con la promoción e impulso de iniciativas que desarrollen las políticas de igualdad y conciliación de MAPFRE, cuyos principios generales están contenidos en el Código Ético y de Conducta”.

por votación secreta, y los de la compañía fueron designados por la alta gerencia.

Tiene por objeto definir los mecanismos tendientes a buscar la prevención y solución del acoso laboral, para propiciar condiciones dignas y justas protegiendo la dignidad, la intimidad, la honra, la salud mental y el buen clima laboral. Definir las directrices para su funcionamiento. Describir la metodología para la recepción y gestión de las quejas de los trabajadores.

Para el año 2014 la composición del Comité fue la siguiente:

COMITÉ DE CONVIVENCIA			
POR PARTE DE LOS COLABORADORES DE MAPFRE VIDA		POR PARTE DE LA COMPAÑÍA MAPFRE VIDA	
PRINCIPAL ROCIO DEL PILAR ARENAS	SUPLENTE CLARA INES MUÑOZ PRIETO	PRINCIPAL CATALINA PRIETO DIAGO	SUPLENTE MERCEDES MARÍA PENAGOS
PRINCIPAL LEONARDO FRANCO ROMERO	SUPLENTE JULIAN ALEXANDER MOLINA	PRINCIPAL LEONARDO MESA	SUPLENTE JOHANA IZQUIERDO ALFONSO
POR PARTE DE LOS COLABORADORES MAPFRE GENERALES		POR PARTE DE LA COMPAÑÍA MAPFRE GENERALES	
PRINCIPAL IVONNE ANDREA CARO	SUPLENTE CAMILO VELASCO BOHORQUEZ	PRINCIPAL AURELIO PABON	SUPLENTE LINA VICTORIA FUENTES
PRINCIPAL CLAUDIA PATRICIA BOTERO	SUPLENTE TERESA SANCHEZ GONZALEZ	PRINCIPAL GERARDO OSPINA CASTRO	SUPLENTE SANTIAGO GARCIA

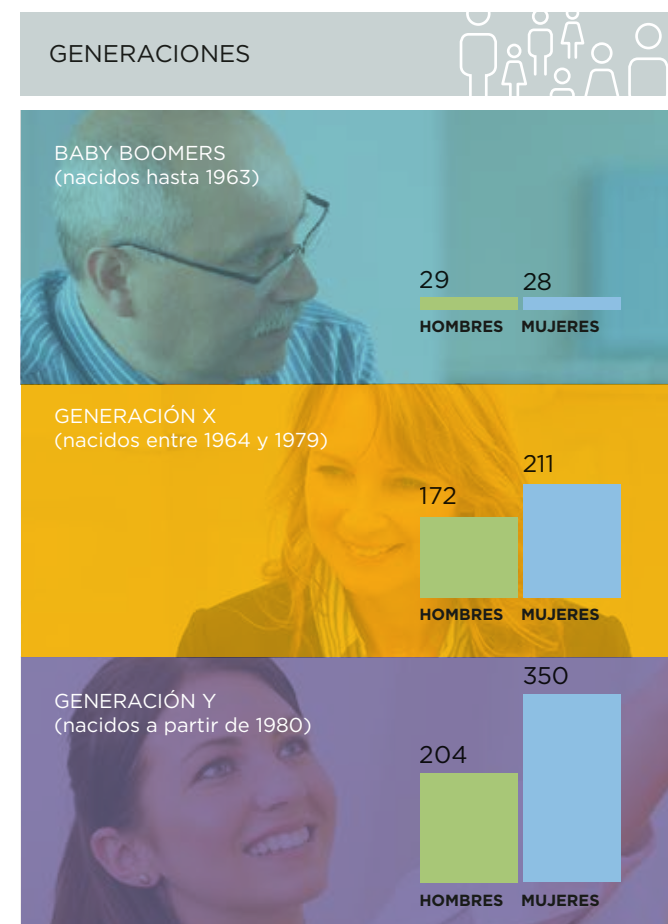
Durante 2014 en MAPFRE COLOMBIA se recibieron 4 denuncias de posible acoso laboral, cuyo trámite de acuerdo a la legislación colombiana se llevó a cabo a través del comité de convivencia, quién determino que las mismas se daban por falta de comunicación y no exactamente por lo que se define como acoso laboral.

Diversidad Cultural [G4-EC6; LA12]

En MAPFRE trabajan 1150 empleados de 3 nacionalidades. Esta situación garantiza una gran diversidad cultural, que permite a la empresa contar con el talento necesario para su desarrollo, con personas innovadoras y con distintos puntos de vista.

Diversidad generacional [G4-LA12]

La composición de la plantilla de empleados de MAPFRE COLOMBIA integra personas de varias generaciones, dicha composición se aprecia en el cuadro adjunto.



*Solo incluye datos de Seguro Directo.

En los próximos años se desarrollarán actuaciones concretas para potenciar que la convivencia de personas de diversas generaciones sea un elemento enriquecedor para los equipos.

4.1.2. Desarrollo, movilidad y promoción y formación

El desarrollo de los empleados y su permanencia en el Grupo son objetivos de MAPFRE con el fin de potenciar la empleabilidad de su plantilla, su movilidad funcional, geográfica y su promoción dentro de la empresa.

Para ello, se cuenta con planes de carrera y de desarrollo profesional, una política global de movilidad y promoción y un modelo global de formación. Asimismo, se ha desarrollado un mapa global de puestos, que ha permitido definir y describir todos los puestos de trabajo que se necesitan para el desarrollo de la actividad de la empresa.

DESARROLLO [G4-LA10, LA11]

MAPFRE quiere ofrecer a todos los empleados oportunidades de desarrollo profesional con criterios homogéneos, transparentes y claros que permitan incrementar su empleabilidad y potenciar sus opciones dentro de la organización.

Durante el año 2014 se han realizado 5 programas de desarrollo locales, en los que han participado más de 135 empleados. MAPFRE COLOMBIA evalúa el desempeño de sus empleados, tanto en cuanto a sus objetivos como a sus competencias, a través de un sistema de Evaluación del Desempeño común. Este sistema estaba implantado a finales del año 2014 para el 78 por 100 de los empleados. Todos los empleados son evaluados de acuerdo a tres competencias que son comunes y que tienen que ver con el perfil del empleado y con los valores de la empresa, estas tres competencias son COMPROMISO, ORIENTACIÓN AL CLIENTE e INNOVACIÓN.

Durante el año 2014, el 43% de los empleados de MAPFRE COLOMBIA ha sido evaluado a través de este sistema.

Este proceso de autoevaluación y evaluación facilita la comunicación entre los empleados y sus responsables, y permite establecer planes de acción individuales enfocados al desarrollo profesional de los empleados y basados en potenciar sus fortalezas y trabajar sus áreas de mejora.

MAPFRE COLOMBIA cuenta además con proyectos específicos de desarrollo de talento interno a los que se han incorporado 186 empleados durante el año 2014. Todos estos planes han contado con un proceso inicial de identificación objetiva, con pruebas homologadas, y un plan de desarrollo específico para cada empleado que incorpora acciones formativas y acciones de promoción interna y movilidad.

Estos programas han sido orientados a:

Ofrecer una **visión global** de MAPFRE y el negocio asegurador.

Profundizar en el conocimiento de nuestros negocios y estructura.

Desarrollar **habilidades** directivas, interpersonales y de desarrollo de negocio.

MOVILIDAD INTERNA Y PROMOCIÓN [G4-LA10]

MAPFRE COLOMBIA promueve el desarrollo profesional de los empleados y dentro de este desarrollo es pieza clave la promoción y la movilidad interna.

Desde la empresa existe el compromiso de ser transparente e informar sobre los aspectos más relevantes en el desarrollo del negocio, por ello existen procedimientos automatizados que permiten que los empleados tengan información de las vacantes que surgen en la empresa, del perfil requerido y de los pasos que deben dar para optar al puesto. Actualmente se está trabajando en una plataforma de movilidad interna internacional que permitirá agilizar los procesos de movilidad interna entre países.

De las vacantes publicadas en el año 2014, 113 han sido cubiertas por movilidad interna, aproximadamente el 56%. En torno a un 30% de las mismas suponen una promoción.

Política de selección

MAPFRE COLOMBIA promueve la igualdad de oportunidades en el entorno de trabajo y cuenta con una Política Global de Selección de obligado cumplimiento que garantiza la objetividad, el máximo rigor y la no discriminación en todos los procesos de selección.

Además se han homogeneizado las herramientas y pruebas de selección que se utilizan en todo el mundo para incorporar a cada puesto al candidato que tenga el perfil más adecuado para el mismo. Cada puesto tiene definidos los requerimientos técnicos y las competencias necesarias para el adecuado desempeño de sus funciones. Durante el año

2014 se ha elaborado el Mapa de Puestos Global MAPFRE que ha permitido definir y describir todos los puestos de trabajo que se necesitan para el desarrollo de la actividad de la empresa.

En 2014 se han realizado 382 procesos de selección basados en nuestro procedimiento interno.

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



FORMACIÓN [G4-LA9, LA10]

MAPFRE se compromete a garantizar la formación necesaria para el adecuado desarrollo de las funciones profesionales del empleado e incrementar su polivalencia y empleabilidad en las diferentes áreas de la empresa.

Una plantilla con buena formación es sinónimo de calidad en el trabajo y de éxito empresarial.

La formación interna es clave para MAPFRE y contribuye a transmitir la cultura interna y a compartir los conocimientos. Por ello la Dirección de la empresa se involucra activamente y más del 80 por 100 de la formación se imparte internamente.

El Modelo Global de Formación está diseñado en torno a cuatro grandes ejes, según el colectivo al que se dirige y la naturaleza de los contenidos formativos: formación para la dirección con contenidos comunes en Estrategia, Management, Dirección de Personas, Tecnología, Comunicación, Finanzas e Idiomas; formación técnico-comercial del negocio, concentrada en productos y conocimientos técnicos de los servicios que ofrecemos; formación transversal, común a todos los empleados y donde se incluyen Cultura MAPFRE, políticas corporativas, habilidades e Idiomas; y programas de desarrollo, locales y globales.

Durante el año 2014 se ha diseñado la UNIVERSIDAD CORPORATIVA MAPFRE que cuenta con un Campus presencial en Madrid, (Campus "Monte del Pilar") en el cual han tenido oportunidad de asistir a las diferentes escuelas varios empleados de MAPFRE Colombia, así como algunos de sus directivos. También se ha realizado el lanzamiento de un e-Campus virtual interactivo, el que mediante un espacio on-line común para todos los países, "Compartiendo conocimiento", los empleados de MAPFRE en el mundo pueden conectarse en un nuevo entorno de aprendizaje colaborativo, donde de manera activa han venido participando también funcionarios de diversas áreas de MAPFRE Colombia.

La Universidad cuenta con:

- Escuelas Técnicas de Conocimiento.
- Escuela de Liderazgo para la Dirección.
- Escuela de Cultura, Políticas Globales, Habilidades e Idiomas.
- Escuela de Desarrollo Profesional.

Todas las escuelas cuentan con programas presenciales y programas e-learning, siendo algunos de ámbito global y otros de ámbito local.



Entrega de diplomas al grupo de formación presencial.

Con todo ello, se busca alcanzar los siguientes objetivos:

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

Potenciar la formación de los empleados en las áreas de conocimiento adecuadas a su actividad.

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

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

En el año 2014 MAPFRE COLOMBIA invirtió \$750.683.896 en formación, cifra que representa el 1% del importe de las retribuciones.

Formación por categoría laboral

NIVEL DE PUESTO	2013		2014	
	ASISTENTES	HORAS	ASISTENTES	HORAS
DIRECTIVOS	262	2.244	192	2.143
JEFES	1.878	61.026	1.164	132.662
TÉCNICOS	2.981	26.227	1.032	7.907
ADMINISTRATIVOS	3.542	17.449	1.167	8.238
TOTALES	8.663	106.946	3.555	150.950

Formación por metodología

	2013		2014	
	ASISTENTES	HORAS	ASISTENTES	HORAS
PRESENCIAL	4.532	94.734	2.713	143.886
E-LEARNING	4.131	12.212	842	7.063
TOTALES	8.663	106.946	3.555	150.950

Formación por contenido

	2013		2014	
	ASISTENTES	HORAS	ASISTENTES	HORAS
TÉCNICA	771	30.972	1.072	14.283,50
COMERCIAL	1.304	53.853	800	128.989
CORPORATIVA	6.089	16.800	1.235	6.615,50
TOTALES	8.164	101.625	3.107	149.888

En el año 2014, un total de 139 empleados realizaron el programa de bienvenida e inducción.

Además MAPFRE tiene definidos como idiomas corporativos el español, el inglés y el portugués y tiene implantada en todo el mundo una Norma de Idiomas para que los empleados se formen principalmente en estos idiomas. Durante 2014 en MAPFRE COLOMBIA se han formado en idiomas 57 empleados.

Durante el año 2014 se desarrolló el Programa Corporativo presencial MISIÓN, VISIÓN y VALORES, que ha permitido transmitir a 636 empleados la nueva visión estratégica de MAPFRE y las competencias corporativas asociadas a nuestros valores.

Dentro de la Escuela de Desarrollo Profesional se han desarrollado globalmente los siguientes programas:

Programa de Integración Internacional (MIP), impartido íntegramente en inglés y en el que todos los ponentes son miembros de la Dirección de MAPFRE. El programa va dirigido a directivos de primer nivel que se han incorporado



recientemente a la empresa. El objetivo del programa es ofrecer una visión global de MAPFRE y transmitir la cultura y valores de la empresa. Este año han participado 16 directivos de 9 países, uno de los participantes fue de MAPFRE Colombia.

Programa de Desarrollo Directivo Internacional (IMDP), organizado junto con la Oxford Leadership Academy e impartido íntegramente en inglés, en el que han participado 19 directivos de 9 países.

Programa de Desarrollo Directivo (PDD), con título otorgado por la Universidad de Alcalá y organizado junto con el Instituto de Empresa, escuela de negocios de referencia, y en el que han participado 20 jefes y mandos de 11 países, uno de los participantes fue de MAPFRE Colombia.

Programa de Desarrollo "AVANZA con MAPFRE", organizado conjuntamente con la Universidad Autónoma de Madrid, dentro de la Cátedra UAM-MAPFRE "José Manuel Martínez", y la Escuela de Negocios ESIC, dirigido a empleados con alto potencial de desarrollo, procedentes de distintos países donde MAPFRE tiene presencia. En el año 2014 han participado 17 empleados de 3 países.

Practicantes Universitarios

MAPFRE cuenta con acuerdos con Instituciones Educativas y Universidades que permiten a los jóvenes realizar prácticas en la empresa y con ello contribuir a su integración en el mercado laboral. En 2014 han realizado prácticas en MAPFRE COLOMBIA 17 jóvenes.

4.1.3. Política de compensaciones y de reconocimiento

[G4-55; EC5; LA2, LA13]

MAPFRE se compromete a mantener una retribución justa y para ello aprobó su Política Retributiva en enero de 2014 con el fin de establecer las retribuciones adecuadas a los empleados, de acuerdo al puesto de trabajo que ocupan y a su desempeño, así como actuar como un elemento motivador y de satisfacción que permita alcanzar los objetivos marcados y cumplir con la estrategia de la empresa.

Sus principios generales son los siguientes:

Se basa en el **puesto de trabajo** que ocupa cada empleado.

Es **competitiva**, con respecto al mercado.

Garantiza la equidad interna.

Es **flexible y adaptable** a los distintos colectivos y circunstancias del mercado.

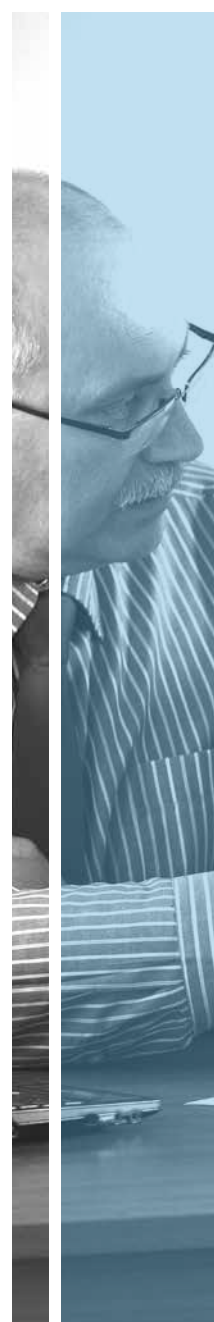
Está **alineada** con la estrategia.

En el ejercicio 2014, en MAPFRE COLOMBIA se pagaron retribuciones por valor de \$70.016.049.

Cuadro de retribuciones 2014

TIPO	MONTO	%
RETRIBUCIONES FIJAS	\$33.209.116	47%
RETRIBUCIONES VARIABLES	\$10.472.585	15%
SEGUROS SOCIALES	\$7.333.173	10%
BENEFICIOS SOCIALES	\$10.846.780	15%
INDEMNIZACIONES	\$640.486	2%
OTROS COMPLEMENTOS	\$7.513.909	11%
TOTALES	\$70.016.049	100%

El salario en MAPFRE COLOMBIA es significativamente superior al salario mínimo del país. El salario mínimo legal del país en 2014 fue de \$616.000. El salario mínimo de entrada en MAPFRE COLOMBIA fue de \$780.000.



Salarios promedios

	2013		2014	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
DIRECTIVOS	\$15.627.000	\$11.691.000	\$12.901.000	\$11.757.000
JEFES	\$5.014.000	\$4.220.000	\$5.979.000	\$5.065.000
TÉCNICOS	\$2.314.000	\$2.059.000	\$2.652.000	\$2.199.000
ADMINISTRATIVOS	\$1.411.000	\$1.387.000	\$1.277.000	\$1.382.000

El incremento salarial se realiza anualmente de acuerdo a lo establecido en la normativa y convenios locales, así como a las bandas salariales por puesto de trabajo, que se han definido en la empresa atendiendo a criterios de competitividad externa y equidad interna. En todos los países se toman como referencia indicadores económicos externos y estudios de mercado. El desempeño del empleado, su desarrollo profesional y las promociones alcanzadas en la empresa son elementos clave para la determinación del incremento salarial individual.

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

En el año 2014 los beneficios sociales y los empleados con derecho a ellos eran los siguientes:

BENEFICIOS SOCIALES		
Tipo de beneficio social	Nº de beneficiados	
	2013	2014
SEGURO DE VIDA	791	848
SEGURO DE SALUD	655	653
DESCUENTOS EN SEGUROS DE LA COMPAÑÍA	426	848
PREMIOS DE NATALIDAD PREMIOS DE NUPCIALIDAD	34	35
PREMIO DE PERMANENCIA EN LA EMPRESA	103	82
Otros (plan beca -auxilio educativo para empleados-, posibilidad de compra de "recuperos", leasing de equipos, días adicionales por paternidad, días adicionales de vacaciones por antigüedad, vestimenta informal los viernes, curso de inglés e-learning.)	600	796

En general, todos los beneficios se ofrecen a los empleados en MAPFRE COLOMBIA, con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. El importe destinado en 2014 a beneficios sociales fue de \$10.846 millones.

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



Reconocimiento a los empleados que han llegado al Quinquenio.

4.1.4. Conciliación de la vida personal y laboral

MAPFRE COLOMBIA promueve el desarrollo profesional y personal de los empleados y considera que su desarrollo integral es positivo tanto para ellos como para la empresa. Por ello cuenta con una política activa y estructurada en materia de conciliación que facilita el equilibrio entre el ámbito laboral y personal de los empleados; incrementa la satisfacción y el compromiso de los empleados con la empresa; atrae y fideliza talento; y favorece la productividad.

En 2014 se implementó el programa ReconoSER MAPFRE en donde se entregó a los colaboradores una cuponera de tiempo para que pudieran disponer durante el año de tiempo libre para realizar sus actividades personales sin necesidad de solicitar permisos adicionales.

Teletrabajo y acceso remoto.

Permisos por motivos personales o familiares o de salud (embarazo, matrimonio, traslado de domicilio, exámenes, consulta médica, incidencia familiar grave, adopción).

Descansos por maternidad y paternidad, y adopción o acogimiento.

Excedencias por motivos familiares y de estudio.



MAPFRE COLOMBIA tiene establecidas medidas para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral como la implementación del teletrabajo en una prueba piloto con la ayuda de la Plataforma de Virtualización de Escritorios y Aplicaciones (VEA), que le permite a los colaboradores trabajar desde sus casas.

Durante el año 2014 se contó con la participación de colaboradores en esta modalidad, en tanto que al cierre de 2014 con 24 empleados

4.1.5. Salud y bienestar [G4-LA12, LA8]

MAPFRE ha asumido en su Código Ético y de Conducta el compromiso de proporcionar entornos de trabajo seguros y saludables, garantizando el derecho de las personas a la protección de su salud e integridad, yendo más allá del propio entorno de trabajo e implicando a la familia del empleado. Para MAPFRE una empresa saludable es aquella donde la seguridad, la salud física y psíquica y el bienestar del empleado son políticas estratégicas de la empresa que redundan en una mayor competitividad.

En MAPFRE COLOMBIA se desarrollan numerosas iniciativas en materia de salud y bienestar alineadas con el Mapa de Riesgos de la compañía, tanto preventivas como de promoción de la salud.

Los empleados reciben todos los años formación en materia de salud y hábitos saludables.



Formación de empleados en hábitos saludables.

PREVENCIÓN [G4-LA5, LA7, LA8]

El Comité Paritario del Sistema de Seguridad y Salud en el trabajo COPASST constituye un medio importante para promocionar la Salud Ocupacional en todos los niveles de la empresa, busca acuerdos con las directivas y responsables del Sistema de Gestión para la Salud y Seguridad en el Trabajo (antes 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.

La resolución 2013 de 1986 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 del Sistema de Seguridad y Salud en el trabajo (COPASST). El artículo 35 del Decreto 1295 de 1994 establece para empresas de menos de 10 trabajadores, la obligación de nombrar un Vigía Ocupacional.

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

Los ejes de acción fundamentales del COPASST 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 del SG-SST Sistema de Gestión, salud y seguridad en el trabajo, y con el apoyo de la ARL, los programas y las actividades derivadas del panorama de riesgo a fin de realizar seguimiento y control a su ejecución.
- Programar y realizar actividades de formación en prevención, atención y legislación, referente al tema.
- Implementar seguridad y mejoras en áreas físicas a fin de evitar enfermedades profesionales.

En Colombia se ha impartido formación sobre el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y política de salud ocupacional; se han desarrollado planes de emergencia y

análisis de vulnerabilidad, investigaciones de accidentes y matriz de patologías públicas, así como programas de riesgo psicosocial y de seguridad vial.

De igual manera se han implantado los programas de vigilancia correspondientes a riesgo cardiovascular, riesgo visual, riesgo osteomuscular, información sobre drogas y alcohol, PVE Auditivo y Visual.

PROMOCIÓN DE LA SALUD [G4-LA6]

MAPFRE COLOMBIA 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 a nivel nacional.

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

Actividades del programa de salud ocupacional

ACTIVIDADES	2013	2014
HIGIENE POSTURAL / SENSIBILIZACIÓN MAIL	0	0
FORMACIÓN DE LÍDERES DE SALUD OCUPACIONAL	16	16
PAUSAS ACTIVAS EN SITIO	735	800
AUDIOMETRÍA Y CUIDADO DEL OÍDO	50	90
ELABORACIÓN PANORAMA FACTOR DE RIESGO	35	45
SIMULACRO DE EVACUACIÓN	500	100
VACUNACIÓN INFLUENZA	50	100
CONSERVACIÓN VISUAL Y AUDIOMETRÍAS	50	100
DONACIÓN DE SANGRE	30	32
AUTO EXAMEN DE SENO	0	0
PREVENCIÓN SIDA	0	0
CITOLOGÍAS	28	40

Durante el 2014 se realizó la Semana de la Salud MAPFRE. Esta iniciativa promueve el cuidado de la salud y, a través de diferentes actividades, se difunden medidas para prevenir enfermedades y mejorar la calidad de vida. Entre las acciones que se realizaron se destacan vacunación, donación de sangre, citologías, examen optométrico, higiene oral o charlas sobre nutrición y ejercicio, Stands lúdicos con el apoyo de la Caja de Compensación Familiar, charlas de protocolo y etiqueta, bailoterapia, desayunos saludables, Charlas de seguridad vial, Karaoke.etc.



Semana de la salud en las oficinas de MAPFRE Colombia

MAPFRE COLOMBIA realiza un seguimiento y control de las bajas laborales y en especial de las bajas de larga duración.

Además cuenta con un grupo que analiza situaciones especiales de empleados con problemas graves de salud. Los datos de accidentes laborales y enfermedad común en los dos últimos años, han sido los siguientes:

Tasa de absentismo

	2013		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Nº de accidentes laborales	15	8	23
Nº total de horas perdidas por accidentes laborales	1.664	560	2.224
Nº de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	10.984	14.368	25.352
Nº total de horas teóricas de todos los empleados	843.360	900.036	1.743.396

	2014		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Nº de accidentes laborales	48	17	65
Nº total de horas perdidas por accidentes laborales	4.849	500	5.349
Nº de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	12.037	22.652	34.689
Nº total de horas teóricas de todos los empleados	1.006.080	1.201.920	2.208.000

4.1.6. Comunicación con los empleados

[G4-11; LA4, LA8]

MAPFRE COLOMBIA se compromete a escuchar y mantener un diálogo permanente con los empleados y con sus representantes, a ser transparente e informar sobre aquellos aspectos relevantes en el desarrollo del negocio.

Los canales de comunicación con los empleados son la intranet, el correo electrónico, los boletines digitales y las revistas (El Mundo de MAPFRE, revista global para todos los empleados en el mundo, y El Mundo de MAPFRE COLOMBIA revista editada en Colombia).

Los empleados tienen a su disposición recursos y herramientas, como buzones, encuestas, blogs y foros, para conseguir una comunicación bidireccional y recibir sus comentarios y sugerencias.



Página web Reconoser

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

— **Reconoser MAPFRE (Intranet)**, portal del recurso humano de MAPFRE que brinda información para todos los colaboradores y acceso a links de interés.

— **El Mundo de MAPFRE COLOMBIA**, acciones enfocadas al entretenimiento y la calidad de vida de todos los colaboradores.

— **Fondos de pantalla (wallpapers)**, herramienta que aprovecha la conexión de la red de trabajo local, para que en las pantallas de los computadores de los empleados aparezcan periódicamente mensajes y campañas de interés.

REPRESENTANTES DE EMPLEADOS

Aunque en MAPFRE COLOMBIA no hay organizaciones sindicales, mantenemos una línea de máximo respeto a los derechos de los trabajadores en materia sindical y de negociación colectiva, de acuerdo con la normativa aplicable en el país y lo dispuesto en el Código de Ética y Conducta de MAPFRE (publicado en la web www.mapfre.com). El Código Ético y de conducta de MAPFRE COLOMBIA se encuentra también publicado en la Intranet.

4.1.7. Actividades sociales con los empleados

MAPFRE COLOMBIA quiere contribuir a la mejora del entorno de trabajo a través de actividades que permiten la relación entre los empleados y que fomentan el conocimiento y el trabajo en equipo. Los beneficios derivados de las actividades sociales organizadas por la empresa son múltiples.

Incrementan la motivación y compromiso del empleado con la empresa.

Se consideran medidas de conciliación de la vida laboral y personal muy apreciadas y valoradas.

Actúan como elemento integrador, ya que facilitan el conocimiento y la relación de personas de diferentes ámbitos de la empresa y niveles jerárquicos.

Permiten Compartir actividades de ocio, deporte y cultura.

Mejoran la imagen de la compañía y refuerza el orgullo de pertenencia.

Las actividades sociales que se desarrollan anualmente están dirigidas tanto a empleados como a sus familiares.

En el año 2014, un total de 6.301 empleados y familiares participaron en estas actividades sociales relacionadas con nuestro programa de bienestar el cual estuvo direccionado hacia la recreación y mejora de la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias, porque seguimos empeñados en fomentar el entretenimiento y fortalecer lazos de amistad y camaradería con el fin de mantener motivados a los colaboradores y fidelizarlos con la marca MAPFRE.

Resumimos así la participación alcanzada en el año:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	Nº DE EMPLEADOS BENEFICIADOS	Nº DE FAMILIARES BENEFICIADOS
Celebración navidad Niños	329	543
Celebración día de la Mujer	591	0
Exámenes Médicos Ocupacionales	620	0
Torneo FASECOLDA	110	0
Fiesta fin de Año	1056	0
Mundial 2014	1056	0
Semana de la Salud	1056	0
Torneo interno de Bolos	248	0
Torneo interno de Fútbol	275	200
Vacaciones Recreativas	63	81
Aniversarios	73	0
	5477	824

Consolidado: N° de empleados beneficiado: 5.477 N° de Familiares beneficiados: 824.

A continuación se describen brevemente las actividades más representativas:

— **Regalos de navidad para hijos de colaboradores de la Compañía:** Se seleccionaron más de 35 tipos de juguetes de acuerdo con la edad y género de los niños, dando cobertura desde quienes reportan hijos en gestación hasta los 12 años cumplidos. Esta tradicional actividad se realiza a nivel nacional y pretende que los hijos de los colaboradores reciban un presente en esta fecha tan especial.

— **Día Internacional de la mujer:** Una fecha importante para la Compañía y la oportunidad de que la empresa pueda homenajear a las mujeres que hacen parte de la familia MAPFRE; se les entregó un pequeño obsequio.

— **Participación torneo FASECOLDA:** Para MAPFRE COLOMBIA es un orgullo contar con deportistas en este importante evento que integra a todo el sector asegurador en torno al deporte y la cultura. Las expectativas en cuanto a resultados fueron superadas toda vez que en las diferentes ciudades y disciplinas deportivas se obtuvo reconocimiento en las modalidades en las cuales fueron inscritos deportistas como: baloncesto, voleibol, tenis de campo, tejo y mini tejo, squash: ajedrez, natación, billar bolos y tenis de mesa.

— **Fiesta fin de año:** Con la participación de más de 1000 personas de todas las empresas del grupo MAPFRE en Colombia, en este evento fueron entregados los reconocimientos a las personas que cumplieron quinquenios.

— **Torneo interno de bolos:** Esta actividad se realiza tradicionalmente desde hace más de 12 años con la participación activa de ambos géneros. Se entregan premios en todas las categorías y modalidades llegando con este incentivo a un grupo numeroso de colaboradores.

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

— **Vacaciones recreativas:** Actividad dirigida a los hijos de colaboradores, que reunió cerca de 63 niños entre los 6 y los 12 años, quienes con gran entusiasmo esperan cada año



Final del campeonato de fútbol con los empleados de MAPFRE COLOMBIA



Fiesta fin de año con los empleados de MAPFRE Colombia.

el plan que ha sido preparado especialmente para ellos, las actividades fueron ecológicas y de diversión como visitas a parques y a cine.

— **Regalos de cumpleaños para los colaboradores de la Compañía:** Este año, la Compañía obsequió a todos sus colaboradores un regalo de cumpleaños que podía ser escogido en la plataforma ReconoSER entre varias opciones.

4.1.8. Voluntariado corporativo

MAPFRE COLOMBIA promueve el Voluntariado Corporativo de sus empleados, y colabora con la FUNDACIÓN MAPFRE quién cuenta con un Programa General para ello, donde se establecen las líneas básicas para el desarrollo de los planes locales de voluntariado.

Durante el año 2014 el voluntariado en MAPFRE COLOMBIA contó con 111 participaciones de empleados en 7 actividades, invirtiendo 49 horas y beneficiando a más de 164 personas sin recursos o en riesgo de exclusión social.

La principal actividad desarrollada fue la construcción de viviendas para familias de escasos recursos con la Fundación Catalina Muñoz. En esta actividad se construyeron 7 casas para 7 familias en las ciudades de Bogotá, Cali, Barranquilla y Medellín, en donde se beneficiaron 30 personas, los voluntarios participaron activamente en el proceso de construcción. Una de estas jornadas se realizó con la



Voluntarios trabajando en equipo en Colombia

participación de voluntarios del equipo directivo de las empresas del Grupo MAPFRE en Colombia y del Director del Instituto de Acción Social de Fundación MAPFRE.

En el mes de octubre se realizó la campaña de donación de sangre con la participación de 34 personas.

En el mes de noviembre, “MES SOLIDARIO MAPFRE” se realizó recolección de mercado, juguetes y ropa que fueron entregados a la Fundación Hogares Bambi Colombia.

4.1.9. Encuestas de satisfacción y compromiso

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

Este importante ejercicio tuvo un porcentaje de participación del 94% sobre el total de la población, con un resultado del 69.5 como índice de ambiente laboral (IAL) que se encuentra en el rango de satisfactorio.

Esta valoración se cimentó en dimensiones determinantes como la credibilidad, respeto, imparcialidad, camaradería y orgullo a través de encuestas individuales con cobertura nacional.

Se ha establecido que la encuesta se realizará en 2016, y en 2015 se desarrollarán los planes de acción para la mejora del indicador.

DIMENSIÓN	RESULTADOS MEDICIÓN 2014 CLIMA LABORAL		
	ACEPTACIÓN	INC. / IND.	VALORACIÓN
CREDIBILIDAD	82%	12%	Media (+)
RESPECTO	74%	17%	Media (+)
IMPARCIALIDAD	66%	21%	Media (-)
CAMARADERÍA	76%	18%	Media (-)
ORGULLO	86%	10%	Media (+)
APRECIACIÓN GENERAL	85%	12%	Media (-)
ÍNDICE DEL AMBIENTE LABORAL	69.5		
BRECHA FRENTE A LA EXCELENCIA	25.7		
VALORACIÓN DEL AMBIENTE LABORAL	Satisfactorio		

4.2. MAPFRE COLOMBIA Y SUS CLIENTES [G4-8]

MAPFRE COLOMBIA ha centrado su estrategia en el cliente, como eje de todas sus actuaciones, y ha continuado durante el año 2014 avanzando en esta línea para mejorar su eficiencia, reduciendo los costes operativos y beneficiando así a sus asegurados y clientes.

El compromiso con la satisfacción de las necesidades de los clientes, a través de servicios y prestaciones de alta calidad, se articula mediante una amplia oferta dirigida a particulares y a empresas, y una profesionalizada red comercial, que distribuye los productos de MAPFRE COLOMBIA a través de múltiples canales.

Este capítulo muestra la forma en la que MAPFRE trabaja de forma permanente para sus clientes y, también da respuesta, de forma específica, a dos de los 18 temas que están directamente relacionados con los clientes, identificados como relevantes en el proceso de materialidad realizado en 2014, y que se refieren a la calidad de los productos y servicios, al cumplimiento normativo y a los mecanismos formales de reclamación.

MAPFRE es líder en varios de los mercados en los que opera y la cuota de mercado en Colombia es la siguiente:

PARTICIPACIÓN MERCADO 2014

Primas Daños y Personas	8,1%
Primas Daños	7,0%
Primas Autos	5,8%
Primas Gerentes	9,9%
Primas Personas	9,0%
Primas Vida	4,7%

El objetivo de MAPFRE es incrementar el número de clientes, fidelizar a los ya existentes y aumentar su vinculación, potenciando la venta cruzada de sus productos.

La amplia oferta de productos y servicios hace que el perfil del cliente del Grupo sea muy diverso, incluyendo tanto personas físicas como jurídicas, y dentro de éstas tanto pequeñas y medianas empresas como grandes grupos industriales o financieros. Por ello, se diseñan productos específicos para satisfacer las necesidades de cada segmento de cliente y prestar así un servicio integral y especializado de máxima calidad y eficiencia.

El ejercicio 2014 cerró para MAPFRE COLOMBIA con un total de 591.936 clientes:

Mapa del cliente - asegurado de MAPFRE COLOMBIA 2014

	2014
AUTOMÓVILES	
Número automóviles asegurados	143.707
Número clientes de automóviles	89.535
HOGAR	
Número clientes hogar	16.219
Número hogares asegurados	57.587
SALUD Y ENFERMEDAD	
Número personas con seguros y contratos de salud y enfermedad	10.270
Número pólizas y contratos de salud y enfermedad	17.148
COMUNIDADES	
Número clientes comunidades	1.363
Número comunidades aseguradas	14.291
EMPRESAS PYME Y NEGOCIOS AGROPECUARIOS	
Número clientes empresas, PYME y negocios agropecuarios	24.638
Número empresas, PYME y negocios agropecuarios asegurados	47.017
DECESOS Y SERVICIOS FUNERARIOS	
Número de clientes de decesos	243.916
Número de personas aseguradas en decesos	818.165
VIDA (VIDA INDIVIDUAL, ACCIDENTES PERSONALES, DESGRAVAMEN, VIDA COLECTIVOS, RENTAS VITALICIAS, ACCIDENTES LABORALES, FONDOS DE INVERSIÓN Y PENSIONES.	
Número de clientes de vida	158.028
Número de participantes en fondos de inversión y planes de pensiones	3.778.072
Número de pólizas en seguros de vida	325.416



Centro de Inspección de Automóviles CISMAB Bogotá

4.2.1. Innovación en productos y servicios 2014

[G4-2, 4; FS5 - FS8]

MAPFRE desarrolla una permanente labor de investigación para diseñar nuevos productos y servicios innovadores. La innovación se ha convertido en un pilar estratégico que permite mejorar el negocio e incrementar la eficiencia y ofrecer una mejor atención a los clientes. Con el fin de integrar a toda la organización en este proceso, se han diseñado herramientas específicas que permiten canalizar la capacidad creativa e innovadora de todos sus empleados y compartir las mejores prácticas de cada uno de los países y negocios.

Principales productos / servicios lanzados al mercado 2014

A lo largo del 2014 los principales productos lanzados al mercado fueron los siguientes:

En el ramo de Hogar: Seguro de Asistencia Eléctrica. Póliza del Hogar que incluye asistencia en caso de avería eléctrica.

En Asistencias tenemos: Garantía Implantes Mamarios. Seguro que cubre los gastos de sustitución de las prótesis mamarias.

En Patrimoniales: Gerencia de Líneas Personales. Seguro que cubre incendio, entre otros eventos.

Además para prestar un servicio de calidad, MAPFRE COLOMBIA cuenta con:

- 6 Centros propios de peritación y pago rápido de siniestros de automóviles, con profesionales formados en las técnicas más avanzadas.
- 6 Centros propios de servicio al automóvil.
- 3 Centros de diagnóstico del automóvil .
- 270 Talleres con los que se tienen acuerdos para reparación de vehículos siniestrados.

4.2.2. Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental

[G4-2, 4; EN27; FS1, FS3, FS6 - FS8, FS13 - FS15]

MAPFRE ha desarrollado productos dirigidos específicamente a colectivos de bajo nivel de renta, sobre todo en países de América Latina, con el objetivo de favorecer el acceso de la población con menos recursos a productos aseguradores. Se trata de seguros con coberturas básicas (cosechas, decesos u hogar, etc.) adaptadas a las necesidades concretas de cada país y con primas reducidas, que se distribuyen, sobre todo, a través de canales no convencionales. Este tipo de productos contribuye a prevenir y cubrir los riesgos personales de estos colectivos y fomentan la cultura aseguradora en los diferentes países en los que se comercializan.

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

En el siguiente cuadro se muestran, de forma esquemática, los principales seguros dirigidos específicamente a los colectivos con niveles de ingresos limitados:

RAMO	TIPO DE PRODUCTO Y/O SERVICIO	% TOTAL DE PRIMAS DE LA COMPAÑIA	% TOTAL DE PRIMAS EN EL RAMO	Nº CLIENTES / ASEGURADOS
DECESOS	Exequias: seguro de Decesos.	2	92	282.360
VIDA	Seguro de Vida, que incluye, entre otras, coberturas de Salud.	2	2	262.760
	Seguro de vida que garantiza el pago de la deuda de microcréditos	0,08	3	116.614
ACCIDENTES	Seguro de Accidentes, que incluye indemnización en caso de fallecimiento o invalidez.	1	81	151.684
HOGAR	Seguro hogar	0,22	27	65.022
PYME	Seguro para pequeños comercios o industrias	0,11	11	24.154
SALUD	Seguro de Salud con cobertura odontológica	0,05	100	3.846
	Seguro de Salud, que incluye servicio de consultas telefónicas las 24 horas del día.	0,04	34	3.120



Atención personalizada en oficinas MAPFRE



4.2.4. Fidelización y calidad en MAPFRE [G4-PR5]

Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vinculación, MAPFRE COLOMBIA lleva a cabo diferentes acciones de fidelización (Promociones estacionales, ventas cruzadas), teniendo siempre en cuenta que cada cliente o asegurado requiere una gestión distinta adaptada a sus necesidades.

Asimismo, se trabaja de forma permanente para conseguir elevados niveles de calidad en el servicio que se presta a los asegurados y clientes, especialmente para que la resolución de los siniestros se realice de forma rápida, eficaz y equitativa.

Este compromiso de calidad es una constante en todos los países en los que MAPFRE opera y se refleja en la confianza depositada por los clientes, como demuestran los índices de renovación en los principales países en los que el Grupo está presente. En MAPFRE COLOMBIA 63,6% de los clientes renuevan anualmente su seguro.

Además de los sistemas internos que la entidad utiliza para medir la calidad que perciben sus clientes, MAPFRE utiliza otros establecidos por diferentes organismos acreditados del sector, que evalúan tanto la calidad en la contratación como en la prestación de servicios.

Asimismo, se llevan a cabo controles internos de gestión para evaluar los tiempos de respuesta y estudiar las incidencias y reclamaciones; se realizan visitas de control de calidad; y encuestas de satisfacción al cliente. En estas encuestas se hace un seguimiento especial sobre la resolución de las solicitudes; la calidad ofrecida y percibida en términos de forma de acogida; la expresión oral, utilización del lenguaje; el tratamiento de las llamadas; la solución al primer contacto; y el conocimiento y capacidad de adaptación a las situaciones planteadas.

Estos informes permiten hacer un seguimiento periódico sobre la calidad percibida por los clientes, así como de la evolución de la cartera y establecer acciones específicas encaminadas a la fidelización y reducción de las anulaciones. Asimismo, para los empleados que prestan atención a los clientes se establecen planes de formación específicos en las habilidades propias de la labor que desempeñan y en técnicas necesarias para su trabajo, entre las que destacan:

4.2.3. Canales de comunicación con el cliente [G4-FS5]

La apuesta de MAPFRE por la multicanalidad implica distribuir los productos a través de diferentes vías (oficinas, Internet, teléfono, acuerdos con entidades, etc.) ofreciendo a los clientes la posibilidad de que ellos elijan el canal que prefieran para relacionarse con la empresa.

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

- La Red de distribución, integrada por 139 oficinas entre Propias, Delegadas, Regionales y la Dirección General, que facilitan una atención personal y directa a través de 2.619 delegados, agentes y corredores.

- Personal específico, altamente cualificado, para dar respuesta a los clientes que requieren una atención especializada (industrias y grandes riesgos industriales, sector agrario, productos de ahorro, etc.), con especialistas con gran experiencia, amplia formación y conocimiento de los diferentes mercados.

- 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 y servicios que tienen contratados.

En el ejercicio 2014, el número total de llamadas atendidas por el Contact Center se relaciona así:

- Portal www.mapfre.com.co y Oficina Virtual, a través de la página web, los clientes pueden, entre otras acciones, contratar determinados productos, consultar sus pólizas, notificar siniestros, cambiar datos personales o bancarios, pedir duplicados de documentos, consultar comunicaciones o avisos de cobro.

- Redes Sociales, como Facebook (/mapfrecolombia) y Twitter (@mapfrecol) que proporcionan información, interacción y cercanía.

Orientación al cliente

Técnicas de atención al cliente

Estrategias de venta telefónica

Manejo de conflictos

Comunicación interpersonal

Productos MAPFRE

Procedimientos internos (gestión de cobros, siniestros y reclamaciones)

MAPFRE COLOMBIA dedica 2 empleados al seguimiento y control de la calidad y diversas empresas tienen certificaciones de calidad, cuya renovación exige mantener elevados estándares en el servicio a los clientes.

MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A. cuenta Certificado de Gestión de Calidad NTC-ISO 9001:2008 del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC e IQNet e IQNet en las siguientes actividades:

- Servicio de atención de siniestros, recaudo, cobranza y pago a asegurados con pólizas de seguros de Automóviles y seguros Generales, a nivel nacional
- Liquidación y pago de comisiones a intermediarios.
- Comercialización de productos y prestación de servicios contratados en las pólizas de seguros de los ramos de Automóviles y Generales a nivel nacional.

El Certificado NTC- ISO 9001:2008 obtenido el 26 de diciembre de 2003 y renovado el 17 de mayo de 2012, vence el 03 de mayo de 2015.

Seguridad de la información

La confidencialidad y seguridad sobre los datos personales que los clientes proporcionan a MAPFRE es un compromiso irrenunciable. Para ello existen procedimientos específicos, entre los que se incluyen cláusulas de confidencialidad de los trabajadores, colaboradores y proveedores, así como auditorías periódicas, que permiten garantizar la protección de los datos de los clientes.

MAPFRE dispone de un Cuerpo Normativo de Seguridad de la Información basado en la norma ISO 27001, que es de aplicación a todos los procesos y actividades en los que participan las entidades del Grupo, lo que permite cumplir los estándares internacionales de seguridad más exigentes.

De igual modo, MAPFRE cumple de manera escrupulosa con los requerimientos legislativos en materia de seguridad de la información, que son de aplicación y vigila y monitoriza su cumplimiento mediante la implantación de los controles y procedimientos exigidos, en su cuerpo normativo propio.

SERVICIO CONTACT CENTER			
TIPO	Nº LLAMADAS ENTRANTES	Nº LLAMADAS CONTESTADAS	% CONTESTADAS
ASISTENCIA	571.500	510.582	89%
ATENCIÓN GENERAL	303.790	277.379	91%
SOPORTE A ENTIDADES QUE DISTRIBUYEN PRODUCTOS MAPFRE	67.648	65.313	97%

4.2.5. Reclamaciones y quejas

[G4-2; PR4, PR8, PR9]

MAPFRE vela por preservar la confianza de sus clientes cumpliendo con su compromiso de otorgarles la mejor atención y promoviendo la implantación interna de órganos de protección de sus derechos en todos los países donde opera.

Los objetivos de la política de gestión de reclamaciones y quejas son los siguientes:

INDIVIDUAL

Facilitar al cliente un procedimiento extrajudicial gratuito, voluntario, ágil, sencillo y breve para atender, tramitar y resolver las quejas y reclamaciones cuando, a su juicio, la entidad no ha satisfecho sus pretensiones.

Proporcionar en las pólizas información sobre dicho procedimiento, así como en la página web de cada país. Este procedimiento extrajudicial no obstaculiza el derecho de los clientes al ejercicio de las acciones previstas legalmente, tanto judiciales como administrativas.

Implantar, en su caso, la institución del Defensor del Asegurado, de acuerdo a los procedimientos establecidos en cada país, para conocer y resolver las reclamaciones promovidas por los tomadores, asegurados o beneficiarios de pólizas de seguros, así como de los partícipes o beneficiarios de planes de pensiones promovidos, gestionados o depositados en MAPFRE y los derechohabientes de todos ellos.

COLECTIVO

Preservar la confianza de los clientes en el funcionamiento y capacidad de las entidades de MAPFRE con las que tienen contratados productos. Para ello, la Dirección de Reclamaciones y, en su caso, el Defensor del Asegurado emitirán anualmente criterios generales de actuación y recomendaciones, respectivamente, extraídos de su experiencia en la atención de reclamaciones y quejas con el fin de disminuir su número y mejorar el servicio.



Los principios rectores de la gestión de reclamaciones y quejas sobre los que se sustentará este servicio son los siguientes.

Creación en cada país donde MAPFRE realiza operaciones aseguradoras de un Departamento de Reclamaciones y aprobación de un Reglamento para la Solución de Conflictos entre las Sociedades del Grupo MAPFRE y los Usuarios de sus Servicios Financieros

Difusión de la existencia de los Departamentos de Reclamaciones a los usuarios

Separación del Departamento de Reclamaciones de los restantes servicios comerciales u operativos de la organización

Los escritos de rechazo o rehusé de un siniestro, prestación u otra circunstancia derivada del contrato de seguro contendrán información del derecho a reclamar

Implantación opcional de un Defensor del Asegurado o Comisión de Defensa del Asegurado (en Colombia es obligatorio por disposición legal)

Carácter vinculante de las decisiones del Departamento de Reclamaciones y, en su caso, de las resoluciones del Defensor del Asegurado

Mapfre Colombia no ha recibido reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad o la fuga de datos de sus clientes.

Principales magnitudes de quejas y reclamaciones recibidas y tramitadas en 2014

SISTEMA DE ATENCIÓN A LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS (SAC)

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

El SAC propende porque:

- Se consolide al interior de cada entidad una cultura de atención, respeto y servicio a los consumidores financieros.
- Se adopten sistemas para suministrarles información adecuada a los clientes.
- Se fortalezcan los procedimientos para la atención de sus quejas, peticiones y reclamos.
- Se propicie la protección de los derechos del consumidor financiero, así como la educación financiera de éstos.

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

RECIBIDAS			PENDIENTES AJA	TOTAL	RESUELTAS / SIGNOS					PENDIENTES 12/2014
ADMITIDAS	NO ADMITIDAS				ESTIMADAS	DESESTIMADAS	OTROS SIGNOS	NO ADMITIDAS	TOTAL	
3.682	22		89	3.793	1.620	2.062	0	22	3.704	56

En el ejercicio 2014, la Dirección de Servicio al cliente y Calidad recibió un total de 3.682 escritos, habiéndoles dado trámite en su totalidad; estas incluyen pretensiones concretas de contenido económico y fallas de servicio por inadecuada atención al consumidor financiero, así como quejas respecto a Incidencias en la tramitación de las prestaciones, que han sido remitidas a los departamentos oportunos para su adecuada atención.

DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

La Defensoría del Consumidor Financiero de MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A. y MAPFRE COLOMBIA VIDA SEGUROS S.A., creada por decisión de las respectivas Asambleas Generales de Accionistas, en cumplimiento del artículo 24 de la Ley 795 de 2003 y del Decreto 690 del 19 de marzo de 2003.

El nombre de las Defensorías y sus funciones, características y funcionamiento, se encuentra regulado en la actualidad por la Ley 1328 de 2009 y el Decreto Único Financiero 2555 de 2010.

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

- Atender de manera oportuna y efectiva a los consumidores financieros de MAPFRE.
- Conocer y resolver en forma objetiva y gratuita para los consumidores, las quejas que éstos le presenten, dentro de los términos y el procedimiento establecido.
- Actuar como conciliador entre los consumidores financieros y MAPFRE.
- Ser vocero de los consumidores financieros ante MAPFRE.

- Efectuar recomendaciones a MAPFRE relacionadas con los servicios y la atención al consumidor financiero, y en general en materias enmarcadas en el ámbito de su actividad.
- Proponer a las autoridades competentes las modificaciones normativas que resulten convenientes para la mejor protección de los derechos de los consumidores financieros.

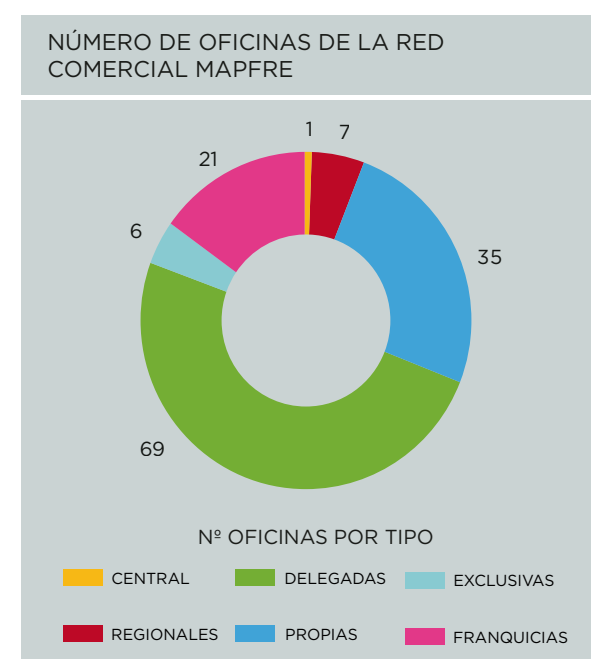
QUEJAS Y RECLAMACIONES RECIBIDAS Y TRAMITADAS POR LA DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO	
RECIBIDAS	144
ADMITIDAS	122
RESUELTAS	122
CON CONTENIDO ECONÓMICO	122
RESPECTO DE INCIDENCIAS EN LA OPERATIVA	0

4.3. MAPFRE COLOMBIA Y LOS PROFESIONALES Y ENTIDADES QUE COLABORAN EN LA DISTRIBUCIÓN DE SUS PRODUCTOS

En MAPFRE, la comercialización de productos y servicios se sustenta, en la mayoría de los países en los que opera, mediante una amplia red de distribución de intermediarios y colaboradores con los que mantiene un diálogo permanente a través de estructuras comerciales específicas. La relación de la compañía con este Grupo de Interés responde al compromiso de mantener con estos profesionales y entidades colaboradoras unas relaciones honestas y constructivas que favorezcan la confianza y el desarrollo mutuo.

El Grupo, en el marco de su estrategia multicanal, apuesta por el mantenimiento de redes propias y por la utilización de otros canales de distribución para ofrecer al cliente todas las opciones posibles de contacto y relación con la entidad. 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 de negocio, basado en la captación y fidelización de clientes como motor de crecimiento futuro.

La red comercial de MAPFRE COLOMBIA está compuesta por 139 oficinas (1 Central, 7 Regionales, 35 Propias, 69 delegadas, 6 exclusivas y 21 Franquicias), a los que se suman otros puntos de venta y representantes correspondientes a los diferentes acuerdos de distribución.



Adicionalmente, la Compañía cuenta con 518 empleados que realizan un trabajo relacionado con la actividad comercial.

Los modelos de organización comercial desarrollados en cada país o región potencian la presencia de la entidad en el territorio y tienen como objetivo avanzar en la mejora de la orientación al cliente particular y empresa, y aprovechar sinergias para incrementar la eficiencia e impulsar, de forma ordenada, la complementariedad de los distintos canales de distribución.

La Dirección Global de Seguro Directo, creada en 2012 para el desarrollo global de la venta on-line y telefónica en el Grupo, ha continuado definiendo su estrategia para avanzar en este ámbito y ha colaborado, junto a otras áreas de la compañía, en el desarrollo de iniciativas de venta electrónica en diferentes países. En 2014, MAPFRE COLOMBIA, junto a las compañías de Argentina, Chile y México, ha participado en la primera fase del Proyecto Regional de Comercio Electrónico, que se apoya en la plataforma tecnológica "Neurona", y en el diseño de un producto común y una estrategia de distribución homogénea.

4.3.1. Profesionales de la mediación

MAPFRE COLOMBIA sustenta parte de su crecimiento orgánico en un amplio colectivo de profesionales especializados en la distribución de seguros, que mantienen diferente grado de vinculación y relación con la compañía (delegados, agentes, corredores y otros colaboradores). Todos ellos desempeñan un papel relevante en la comercialización de las operaciones y en la atención a los asegurados. La siguiente tabla muestra la distribución de los mediadores de la compañía por colectivos:

TIPO	2013	2014
AGENTES	2.014	2.271
DELEGADOS	72	71
CORREDORES	32	33
REDES PROPIAS	229	244
TOTAL	2.347	2.619

Por otro lado, MAPFRE COLOMBIA mantiene acuerdos de colaboración con las principales asociaciones de mediadores, corredurías, productores de seguros, entidades financieras y otros organismos vinculados a la mediación. Estos acuerdos favorecen la mejora continua de la relación con los mediadores y el desarrollo de actividades conjuntas que facilitan la profesionalización de la mediación en seguros.

4.3.2. Relaciones con los Mediadores

Las relaciones de MAPFRE COLOMBIA con las entidades y profesionales que colaboran en la distribución de sus operaciones se desarrollan con vocación de estabilidad, permanencia y profesionalidad. En Colombia, al igual que varios países de América Latina, está muy desarrollado el modelo de distribución comercial con intermediarios y redes propias, destacando el alto nivel de vinculación de estos profesionales con la entidad y el bajo índice de rotación que existe en este ámbito. A esta vinculación contribuye la globalidad de la oferta del Grupo, que aporta a sus mediadores un importante valor agregado, permitiéndoles presentar una oferta integral personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente, y el compromiso de la compañía con estas redes de distribución.

Los intermediarios valoran también muy positivamente la solvencia y reputación de MAPFRE COLOMBIA, por lo que ambos aspectos refuerzan su gestión con el cliente.

Por otro lado se ha continuado impulsando plataformas tecnológicas vinculadas a la comercialización, campañas comerciales, planes de incentivos y programas de captación y capacitación para consolidar e impulsar el mercado local el posicionamiento de la entidad y la distribución de seguros. Estos contactos personales se complementan con:

— **Portal de Intermediarios**, un mundo de servicios y contenidos online desarrollados exclusivamente para nuestros asesores, en el cual diversas utilidades complementan los canales tradicionales de acceso a información y prestación de servicios. Los intermediarios encuentran herramientas de gestión, indicadores, cumplimiento de metas, información general, consulta por clientes, noticias, comunicación directa, fidelización, enlace directo con redes sociales, blogs y todo lo relativo a la familia MAPFRE.

— **Centro de Conservación de Cartera**, contacto a través de las plataformas operativas y telefónicas que cuenta con áreas para la atención de los intermediarios, donde pueden realizar todo tipo de consultas y recibir orientación técnica y comercial.

— **Boletín Agente MAPFRE**, boletín electrónico de carácter mensual que se envía a todo el cuerpo de intermediarios de la Compañía.

— **Boletín CIMA Comercial**, boletín electrónico de carácter mensual que se envía a la estructura comercial de la Compañía.

— **El Mundo de MAPFRE COLOMBIA**, revista de la Compañía que involucra temas de interés para la red comercial y cuenta con secciones enfocadas al entretenimiento y la calidad de vida de todos.



— **Focus CRM**, una solución de software CRM, complementaria a la plataforma existente, que le permitirá a la MAPFRE COLOMBIA pasar de manera homogénea y eficaz, del nivel operativo a un nivel más estratégico, habilitando a la red comercial para realizar el registro y seguimiento de sus gestiones desde cualquier lugar a través de la Web.

— **E-mailing**, servicio de mensajería a través del correo electrónico sobre las últimas noticias de la empresa y el Grupo.

4.3.3. Selección y Formación

La selección de nuevos intermediarios cuenta con un protocolo de pruebas psicométricas, test comerciales y test de orientación psicológica, que permite valorar las habilidades y competencias profesionales, y otros aspectos como la eficacia comercial o actitudes de orientación a la venta.

En estos procesos, de forma general, están involucrados profesionales de las áreas de Recursos Humanos y áreas Comerciales, que trabajan en colaboración para elegir profesionales con capacidad, potencial y ética en su actuación.

Selección Intermediarios y Directores Comerciales 2014

POBLACIÓN	ACCIONES	HERRAMIENTAS	INDICADOR
<ul style="list-style-type: none"> — Agentes 0 Km. — Intermediarios. — Redes Propias. 	<ul style="list-style-type: none"> — Inscripción software. — Verificación entrevista. — Aplicación prueba psicotécnica. — Valoración candidato. — Selección del candidato. 	<ul style="list-style-type: none"> — Formato de entrevista. — Pruebas VOCA. — Software Psigma. 	Número de aspirantes seleccionados: 505
Franquicias.	<ul style="list-style-type: none"> — Realización entrevista. — Aplicación prueba psicotécnica. — Valoración candidato. — Selección del candidato. 	<ul style="list-style-type: none"> — Formato de entrevista. — Pruebas VOCA. — Software Psigma. 	Número de aspirantes seleccionados: 7

Otro aspecto que también distingue a MAPFRE en su relación con intermediarios es la importancia concedida a la formación. La entidad impulsa de forma continua la profesionalización de sus colaboradores a través de formación adaptada a las necesidades de cada mediador con especial atención a la capacitación en nuevos productos, la fidelización de clientes, la formación inicial y de reciclaje, y la información centralizada. Asimismo, en algunos casos, se ha continuado con el programa de capacitación específico para oficinas de canales complementarios adaptado a necesidades concretas.

Formación básica para Intermediarios y Redes Propias 2014

POBLACIÓN	TIPOS DE FORMACIÓN	ACCIONES	HERRAMIENTAS	INDICADOR
<ul style="list-style-type: none"> — Agentes 0 Km. — Intermediarios. — Redes Propias. 	Básica en conocimientos técnicos de seguros.	<ul style="list-style-type: none"> — Inscripción. — Seguimiento. — Evaluación. — Graduación. 	<ul style="list-style-type: none"> — Formación presencial. — Formación virtual. — Software de formación. — Material de formación. 	Número de graduados: 458

Desarrollo y Entrenamiento Red Comercial 2014

POBLACIÓN	TIPOS DE FORMACIÓN	ACCIONES	HERRAMIENTAS	INDICADOR
<ul style="list-style-type: none"> - Intermediarios. - Delegados. - Franquiciados. - Directores. - Comerciales. - Gerentes de Oficina. 	Especializada en conocimientos técnicos de seguros.	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnostico de necesidades. - Planeación y preparación de talleres. - Diseño del material. - Convocatoria. - Divulgación. - Inscripción. - Evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación 360°. - Formación presencial. - Formación virtual. - Software de formación. - Material de formación. 	Número de formados: 1.884
	Especializada en Habilidades comerciales.			Número de formados: 1.240
	Desarrollo humano del ser.			Número de formados: 611

La formación que desarrolla la entidad para intermediarios está concebida para ayudar a cumplir los objetivos marcados, y para contribuir al desarrollo profesional de las personas a las que se dirige. Responde a las necesidades formativas de cada perfil y a la experiencia de cada alumno. Los programas de formación incluyen, además, información corporativa orientada a transmitir la política, cultura, estrategia y valores de la compañía; capacitación técnica, orientada al conocimiento de los procesos de las distintas áreas o divisiones del Grupo; y formación comercial, dirigida a proporcionar conocimientos sobre productos, herramientas, habilidades y técnicas de venta.

PROGRAMAS DE APOYO

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

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

Incentivos y fidelización

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

- Gala de Premiación Tayrona: antesala a la salida de convención, velada en la que se entregan los reconocimientos Tayrona a los mejores comerciales del año.
- Convención de Ventas: es el incentivo comercial más importante de la Compañía. Participan todos los intermediarios y, dependiendo de su clase, acceden a un cupo por cumplimiento de metas de producción, crecimiento, siniestralidad y número de negocios nuevos.
- Top 10 Clave Maestra: el ranking de intermediarios que reconoce a los 10 mejores asesores en 4 categorías (agencias, agentes independientes, redes propias, delegados), teniendo en cuenta producción, rentabilidad, siniestralidad y crecimiento.
- Círculo Dorado: programa que premia a los asesores convencionistas, ganadores de ranking por categorías y zonas, con base en los principios de la Compañía en producción y siniestralidad.
- Renta Red: programa que premia a los asesores más rentables de la Compañía, con base en los principios de producción y siniestralidad.
- Mapfre es mundial: Concurso llevado a cabo en los meses de junio y julio, con ocasión a la copa mundial de futbol, donde se incentivaba los nuevos negocios individuales a los intermediarios y a las oficinas.



- Comunicaciones Especiales: Se enviaron a los intermediarios: tarjetas de cumpleaños personalizadas; correos electrónicos para los hijos en el día del niño; tarjetas físicas y correos electrónicos por día de la mujer y de la madre, tarjetas físicas y correos electrónicos por día del padre; correos electrónicos por día del intermediario; correos electrónicos, tarjetas y dulces por el día del amor y la amistad y tarjeta de navidad personalizada para el intermediario y su familia.

Asociación de intermediarios

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

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



Formación de los intermediarios ganadores del TOP 10

4.3.4. Acuerdos de distribución

Podemos destacar también la aportación de negocio y la atención especializada que prestan los canales complementarios procedentes de acuerdos con entidades financieras, talleres, concesionarios de automóviles, centros comerciales, etc.

En Colombia se presta apoyo y seguimiento a las redes de ventas de las entidades colaboradoras para optimizar en ellas la comercialización de seguros. En este ámbito, se contempla también la mejora constante de productos, el desarrollo de programas de capacitación para las respectivas estructuras y la adaptación a sus plataformas de comercialización.

TIPO	ALIADO
SERVICIOS PÚBLICOS	AAA
	Acuavalle
	Aguas Manizales
	Codensa
	Electrificadora del Caquetá
	Falabella
	La Polar
	Grandes Superficies de Colombia
	Almacenes SI
	Rayco
MASIVOS	Fondo de Ahorro Empleados Rayco
	Telesentinel
	Inmobiliaria Bozzimbett
	Cafam
	Comfenalco Valle
	Fondo de Empleados de Comfenalco valle
	Fondo de Empleados de Colsubsidio
	Harinera 3 Castillos
	Coopfuturo
	Fundación El Alcaraván
BANCASEGUROS Y FINANCIERAS	Fundación Mundial de la Mujer
	Bancoldex
	BBVA
	Banco Corpbanca Colombia
	Banco Finandina
	Finanzauto Factoring
	Autofinanciera
	Clave 2000
	Electroplan
	Hyundai Colombia Automotriz
Credivalores Crediservicios	
Premier Credit	

TIPO	ALIADO
BANCASEGUROS Y FINANCIERAS	Finamérica
	GMAC
	Crezcamos
	Cooptenjo
	Financiera Cambiamos
	Cooperativamultiactiva Emece
	Febor
	Fondo de Empleados ExxonMobil
	Asociación Ex Alumnos de la Universidad de los Andes
	Chevysseguro

Al cierre de 2014, el Grupo contaba con 42 acuerdos de distribución que complementan la actividad comercial de su red.

4.4. MAPFRE COLOMBIA Y SUS PROVEEDORES

[G4-12]

Las relaciones que MAPFRE establece con sus proveedores se basan en la calidad de los servicios y productos que estos ofrecen y la integridad de sus prácticas empresariales. Recíprocamente MAPFRE les asegura transparencia, igualdad de trato y criterios objetivos para su selección, en los términos que establece el Código Ético y de Conducta y la nueva Norma Corporativa de Compras, aprobada por la Comisión Delegada en el mes de junio de 2014.

Dicha norma es de carácter global y tiene por objeto establecer los criterios y principios de obligado cumplimiento que debe observar cualquier contratación que se realice en nombre de MAPFRE, y la gestión de la relación con los proveedores del Grupo, tanto los de servicios operativos de negocio, como los proveedores de soporte, garantizando un proceso ético y socialmente responsable en la actuación de todos los intervinientes en la cadena de suministros en cualquier empresa del Grupo y en cualquier parte del mundo.

Este capítulo también da respuesta a uno de los 18 temas identificados como relevantes en el proceso de materialidad referido a como MAPFRE garantiza la selección y evaluación de proveedores bajo criterios Sociales, éticos y medioambientales.

4.4.1. Tipos de proveedores

[G4-EC9]

En MAPFRE los proveedores se categorizan de la siguiente manera:

- Proveedores de servicios; aquellos que realizan las prestaciones derivadas de los contratos de seguro o de servicios ofertados por las empresas aseguradoras del Grupo o sus filiales.
- Proveedores de soporte; cualquier otro proveedor diferente de los anteriores.
- Proveedores tecnológicos; aquellos que por su cualificación son capaces de ofrecer al Grupo o sus filiales, además de las soluciones estándar, aquellas soluciones agregadas en tecnología necesarias para el desarrollo del negocio.

En total, MAPFRE COLOMBIA ha mantenido principalmente relación en 2014 con 9.312 proveedores y el coste total facturado por los proveedores se presenta en el siguiente desglose:

TIPO	Nº	2013		2014	
		Nº	FACTURACIÓN	Nº	FACTURACIÓN
Proveedores de soporte	32		\$4.460.590.110	200	\$20.079.294.208
Proveedores de servicios	5.281		\$88.311.829.976	9.819	\$589.276.350.376
Proveedores tecnológicos	41		\$14.509.928.100	49	\$13.321.926.748
TOTAL	5.354		\$107.282.348.186	10.065	\$622.677.571.332

4.4.2. Canales de relación con proveedores y sistemas de apoyo

Con carácter general, la relación con los proveedores se articula a través de plataformas web, portales específicos, plataformas telefónicas propias o concertadas, líneas telefónicas específicas, redes sociales, boletines, y grupos de trabajo, 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 con dicho colectivo.

Entre las novedades en canales específicos, con el objetivo de crear un canal de comunicación creciente y continuo con los prestadores de MAPFRE COLOMBIA, se acaba de estrenar también un portal específico para proveedores.



4.4.3. Criterios de selección de proveedores y relación con ellos [G4-EN32; LA14]

MAPFRE COLOMBIA espera de sus proveedores y contratistas que desarrollen su actividad bajo el compromiso de un comportamiento basado en la integridad y la ética profesional, evitando los conflictos de intereses, la extorsión, el soborno o cualquier otra forma de corrupción, así como cualquier práctica de competencia desleal o contraria a los derechos humanos (principalmente laborales y de seguridad y salud en el trabajo) o al respeto del medio ambiente, tanto en su actividad como en el desempeño del servicio que prestan.

La selección y contratación de productos o servicios a terceros debe realizarse dentro del marco de la Ley y de los principios básicos establecidos en el Código Ético y de Conducta y la Norma Corporativa de Compras, con criterios técnicos, profesionales y económicos adecuados, y siempre atendiendo a las necesidades e intereses del Grupo.

Se tienen en cuenta, entre otros factores, la importancia del proveedor para la empresa, su poder de negociación y su volumen de negocio con el Grupo, no pudiendo éste suponer más del 50% de la facturación total del proveedor, estableciendo como criterio general recomendable que la facturación no debe superar el 25%. Las excepciones a este límite deberán aprobarse en los órganos de dirección de la entidad.

Como regla general, no se deberá contratar con personas naturales y, si así fuera por interés del Grupo, se deben adoptar las medidas necesarias para evitar que éste se convierta en un proveedor dependiente del mismo. Para ello, se aplicará la norma general mencionada de que la facturación total no supere el 50% de los ingresos. Este tipo de contrataciones se deberán validar especialmente con las respectivas áreas jurídicas para su adecuada realización.

Los empleados deben situar los intereses de la empresa por encima de los suyos propios en cualquier negociación realizada en nombre de MAPFRE COLOMBIA. Ningún empleado podrá recibir u ofrecer cantidades en concepto de comisiones o gratificaciones, ni regalos o favores de cualquier otra naturaleza por actuaciones que esté realizando en nombre de MAPFRE COLOMBIA, salvo los regalos de cortesía de valor simbólico o de carácter publicitario, de acuerdo con lo establecido en las normas internas de contratación y gastos.

La nueva Norma Corporativa de Compras establece que las fases del proceso de compras, que a continuación se detallan, deben desarrollarse con la máxima objetividad, imparcialidad e igualdad de oportunidades, y todos los participantes en el proceso, tanto los compradores que actúen en el nombre de MAPFRE como los proveedores, deben cumplir fielmente los compromisos. Éstas son las fases establecidas:

Análisis de necesidades.
Análisis de las capacidades aportadas por los distintos proveedores y de su cobertura geográfica.
Acreditación de flexibilidad ante cambios.
Proceso de negociación, estableciendo los precios/tarifas de mercado a aplicar.
Revisión de la calidad del bien o servicio, con análisis de valores añadidos, mediante implantación de modelos de gestión que permitan su medición.
Verificación del cumplimiento de condiciones contractuales.
Proceso de pago.

Toda contratación busca además una actuación respetuosa con el medio ambiente, promoviendo en la prestación del servicio las buenas prácticas y los valores implantados en MAPFRE, y que se recogen en la Política Medioambiental y Energética del Grupo.

MAPFRE contribuye al desempeño ambiental de sus proveedores a través de tres vías de actuación:

- Criterios de selección de proveedores que valoran su comportamiento ambiental así como la huella ambiental de sus productos y servicios, especialmente de aquellos que se consideran de mayor impacto ambiental o energético. Así, las nuevas plataformas corporativas de gestión de proveedores recogen los criterios de sostenibilidad en las especificaciones de compra y en las matrices utilizadas para las comparaciones de ofertas.
- Cláusulas medioambientales en todos los pliegos de contratación y en los contratos de los servicios que se llevan a cabo en las instalaciones de MAPFRE.
- Información a proveedores de actividades o servicios sobre buenas prácticas en el desarrollo de su actividad con impacto en el entorno en el que operen en centros de trabajo con certificado ambiental. Una iniciativa destacable en este sentido, llevada a cabo en Brasil, es la de las

'Academias de Sostenibilidad', que consiste en encuentros sobre temas específicos, de acuerdo con la necesidad de los proveedores, corredores y colaboradores.

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

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

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

4.4.4. Homologación de proveedores [G4-EN32, EN33; LA14, LA15; HR4, HR10; SO9]

La homologación de proveedores es un requisito imprescindible para todas las empresas que deseen contratar con MAPFRE, ya que garantiza que los proveedores tienen la capacidad técnica, financiera y de calidad para cumplir con los compromisos que suscriben. En el análisis de valoración se tiene en cuenta especialmente la solidez y fiabilidad de cada empresa, tanto desde el punto de vista financiero y de solvencia como desde el punto de vista técnico.

Son requisitos generales imprescindibles para alcanzar la consideración de proveedor homologado el contar con una actuación en el mercado compatible con los principios éticos y de responsabilidad social del Grupo, realizando toda su actividad dentro del marco jurídico vigente y, en concreto, cumpliendo la legislación regulatoria de su actividad; y encontrarse al día en el cumplimiento de sus obligaciones laborales, de prevención de riesgos laborales y obligaciones tributarias.

Será motivo de no homologación de un proveedor el negarse a firmar o incumplir alguna de las cláusulas de Protección de Datos; Tratamiento de Datos de Proveedores; Carta de Compromiso Medioambiental y Energético; Cláusula de Igualdad para Proveedores; Declaración de relación de contratistas, accionistas o personas vinculadas con el proveedor, que puedan tener con personas vinculadas a MAPFRE; y Cláusula de Responsabilidad Social.

4.4.5. Fidelización y evaluación de la calidad del servicio

[G4-LA15; HR5, HR6, HR11; SO10]

La satisfacción de los proveedores con MAPFRE es alta, siendo la rapidez en el pago uno de los factores más valorados. Su rotación es, en general, reducida. Las razones más habituales de las bajas son el incumplimiento de sus obligaciones, o su inadaptación a los requerimientos del servicio en cada momento.

MAPFRE COLOMBIA lleva a cabo un seguimiento de la calidad del servicio que prestan sus proveedores, principalmente a través de visitas a las instalaciones del proveedor o encuestas entre los clientes. Las evaluaciones de calidad y los criterios utilizados varían en función de las actividades que realizan para MAPFRE. En general, se lleva a cabo una evaluación del grado de cumplimiento del servicio, del plazo en el que se ha realizado el mismo, y de la competitividad de sus tarifas.

4.4.6. Formación

MAPFRE asume un gran compromiso considerando la formación de sus proveedores como medio para mejorar el servicio a sus clientes y asegurados. Por esta razón los proveedores reciben, de forma general, información acerca de la cultura de MAPFRE y de su filosofía sobre la calidad.

Junto a la formación técnica, los proveedores de particulares y empresas tienen acceso a los principios institucionales y empresariales del Código de Buen Gobierno y la política de Responsabilidad Social del Grupo.

MAPFRE COLOMBIA se destaca por iniciativas como la capacitación de proveedores en materia de Política Medioambiental y Energética y Gestión de Residuos.

4.5. MAPFRE COLOMBIA Y LA SOCIEDAD

MAPFRE es una organización que, más allá de su compromiso empresarial, contribuye al progreso económico y social de los países en los que opera y a la mejora del bienestar de las personas. La sociedad es para MAPFRE un stakeholder reconocido en la misión de la compañía.

Este nuevo capítulo del informe anual da respuesta a cómo MAPFRE genera valor para la sociedad.

A continuación se reflejan una serie de indicadores de "creación de valor compartido" elaborados a partir de:

A) El valor de la actividad aseguradora

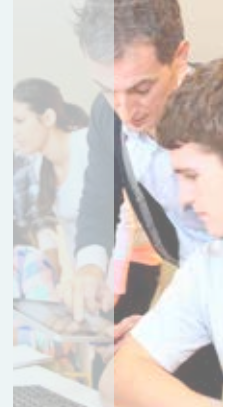
El sector asegurador contribuye a fomentar la estabilidad económica y la actividad productiva, así como al desarrollo de la sociedad. Como inversor institucional, ejerce un papel relevante que en épocas de crisis adquiere un mayor protagonismo y, además, mediante el pago de impuestos realiza importantes aportaciones a las arcas públicas. En determinados países, el seguro ayuda a la sostenibilidad del sistema público de pensiones, a través de fórmulas complementarias, ayuda a generar ahorro e inversiones a largo plazo. Asimismo, su contribución a generar empleo, tanto directo como indirecto, incide positivamente en la economía y en la sociedad.

B) La identificación de los temas y prioridades de las agendas públicas

Teniendo en cuenta, entre otros documentos de referencia: (i) el Informe Global Issues 2014 de Corporate Excellence - Centre for Reputation Leadership, que revisa las prioridades marcadas en las agendas públicas por organizaciones internacionales y regionales en las que están representadas las empresas, los reguladores y los ciudadanos de todo el mundo, y (ii) la Declaración del Milenio (principios y valores) por ser el documento referente que establece los Objetivos de Desarrollo del Milenio 2015.

4.5.1. Cuadro de indicadores de creación de valor social de MAPFRE

CUADRO DE INDICADORES DE CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN MAPFRE	
IMPUESTOS	MAPFRE Colombia, desde el punto de vista fiscal, tributa de manera transparente cumpliendo con las legislaciones y obligaciones de todos los países donde está presente, con los tributos locales y con los que se pagan al repatriar dividendos.
PROVEEDORES	Más de 9.300 proveedores (de servicio, de soporte y tecnológicos) con una facturación total de 622.677 millones de pesos: <i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: pág. 81</i>
EMPLEO	Directo: Incremento de la plantilla en un 18% respecto a 2013 y 4 personas con discapacidad en la plantilla. <i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: pag. 49</i> Indirecto: Más de 9.300 proveedores de servicios y más de 2.270 corredores-brokers. <i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos: pág. 75</i> <i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: pág. 81</i>
PROGRAMAS Y ACTIVIDADES FUNDACIÓN MAPFRE	Actividades educativas para prevenir accidentes en la infancia: Se invirtieron 121.646 euros en la entrega de materiales didácticos y desarrollo de talleres de formación a estudiantes y docentes. Cobertura de 22.618 niñas y niños población infantil escolarizada, 613 docentes de 48 centros escolares distribuidos en diferentes lugares del territorio nacional. Actividades de arte y cultura: Exposición de más de 200 fotografías del artista contemporáneo Emmet Gowin. Entrada gratuita para todo el público. Resultado 45.100 visitantes. Inversión total 45.899,83 euros Patrocinador del IV Congreso de Nuevas Tecnologías, Prevención y Seguros: 50 beneficiarios. Formando comunidad: Atención Integral (salud, educación y nutrición) a menores en situación vulnerable. Apoyo a 10 proyectos en diferentes regiones del país. Beneficiados 24.878 menores. Aporte total 275.000 euros. Actividades formativas para prevenir accidentes de tránsito: Se invirtieron 33.000 euros en la realización de actividades formativas dirigidas a la comunidad educativa de 30 universidades ubicadas en las ciudades de Cali, Bogotá y Medellín. Cerca de 4.000 beneficiados. Se realizó un curso sobre el manejo preventivo de motos con una inversión de 12.000 euros. Cobertura 711 conductores de motos de las ciudades de Bogotá y Medellín. <i>Más información en http://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/conocenos/informes-anales/default.jsp</i>
FORMACIÓN	Interna: Más de 3.500 asistencias tanto en modalidad presencial como e-learning, más de 17 practicantes universitarios en la empresa. <i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: pág. 49</i>
BENEFICIOS SOCIALES	10.000 millones de pesos en beneficios (seguro de salud, seguro de vida, descuentos en seguros, premio de permanencia en la empresa, ayuda escolar para hijos, premio de natalidad y préstamos) <i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: pág. 49</i>
MEDIDAS DE CONCILIACIÓN	Programa ReconoSER MAPFRE consistente en una cuponera de tiempo libre para realizar actividades personales sin necesidad de solicitar permisos. Implantación de Plataforma de Virtualización de Escritorios y Aplicaciones (VEA), que permite a los colaboradores trabajar desde casa. <i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: pág. 49</i>



CUADRO DE INDICADORES DE CREACIÓN DE VALOR SOCIAL EN MAPFRE

IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN	<p>El 54% de la plantilla son mujeres. El 6,3% de la plantilla son mujeres en puestos de nivel dirección/jefatura y hay 15 mujeres en puestos de Alta Dirección o en Consejos de Dirección.</p> <p><i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: pág. 49</i></p>
PROMOCIÓN DE LA SALUD	<p>Programa de salud ocupacional con actividades que contemplan medicina preventiva, de trabajo, higiene y seguridad industrial a nivel nacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Semana de la Salud MAPFRE. – 100 Exámenes de conservación visual y audiometría. – 100 Vacunaciones contra la influenza. – 32 donaciones de sangre. – Pausas activas. <p><i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: pág. 49</i></p>
VOLUNTARIADO	<p>Programa de voluntariado corporativo desarrollado con apoyo de la Fundación MAPFRE, con 111 voluntarios, 7 actividades, 49 horas de voluntariado invertidas y 164 personas sin recursos o en riesgo de exclusión social beneficiadas.</p> <p><i>Más información en MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: pág. 49</i></p>

OPTIMIZAR EL USO DE RECURSOS para minimizar el impacto al Medio Ambiente:

RECURSO	PROCESOS DE OPTIMIZACIÓN	RESULTADOS
Energía	Monitoreo de funcionamiento de temporizadores.	34.200 kWh ahorrados.
	Campañas de concientización.	
Agua	Campañas reporte de fugas en el edificio.	300 m3 menos en consumo.
Papel y tóner	Tarjeta de impresión personal que permite reducción de consumo de papel.	Ahorro de 42 en papel y 33 por 100 de tóner.
Papel	Campañas y curso de medio ambiente.	Impremento de 0,8 Ton en reciclaje de papel.

Más información en Dimensión medioambiental de MAPFRE: pág. 91

COMPROMISO CON LA ADAPTACIÓN Y MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO. (Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático 2014-2020).

Gestión del consumo de papel	En MAPFRE COLOMBIA, desde febrero de 2013, utilizamos para impresión y copia papel elaborado a partir de fibra de caña de azúcar, materia prima natural, renovable, reciclable y 100 por 100 biodegradable.
-------------------------------------	---

Más información en Dimensión medioambiental de MAPFRE: pág. 97

MITIGACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS:

Integración del medio ambiente en el negocio	OCESVI Colombia - Tratamiento de 669 vehículos fuera de uso. Recolección de piezas sobrantes de vehículos reparados en talleres para adecuada disposición.
---	--

Más información en Dimensión medioambiental de MAPFRE: pág. 92

4.5.2. Premios y reconocimientos

Parte de esta contribución social, viene reconocida por los **premios y reconocimientos que MAPFRE COLOMBIA ha recibido durante 2014.**

A continuación se detallan los principales galardones obtenidos que respaldan la gestión empresarial y la calidad del servicio que ofrece MAPFRE Colombia.

RECONOCIMIENTOS A LA GESTIÓN EMPRESARIAL

MAPFRE COLOMBIA, Perspectiva estable, fortaleza financiera en escala nacional de FITCH RATINGS

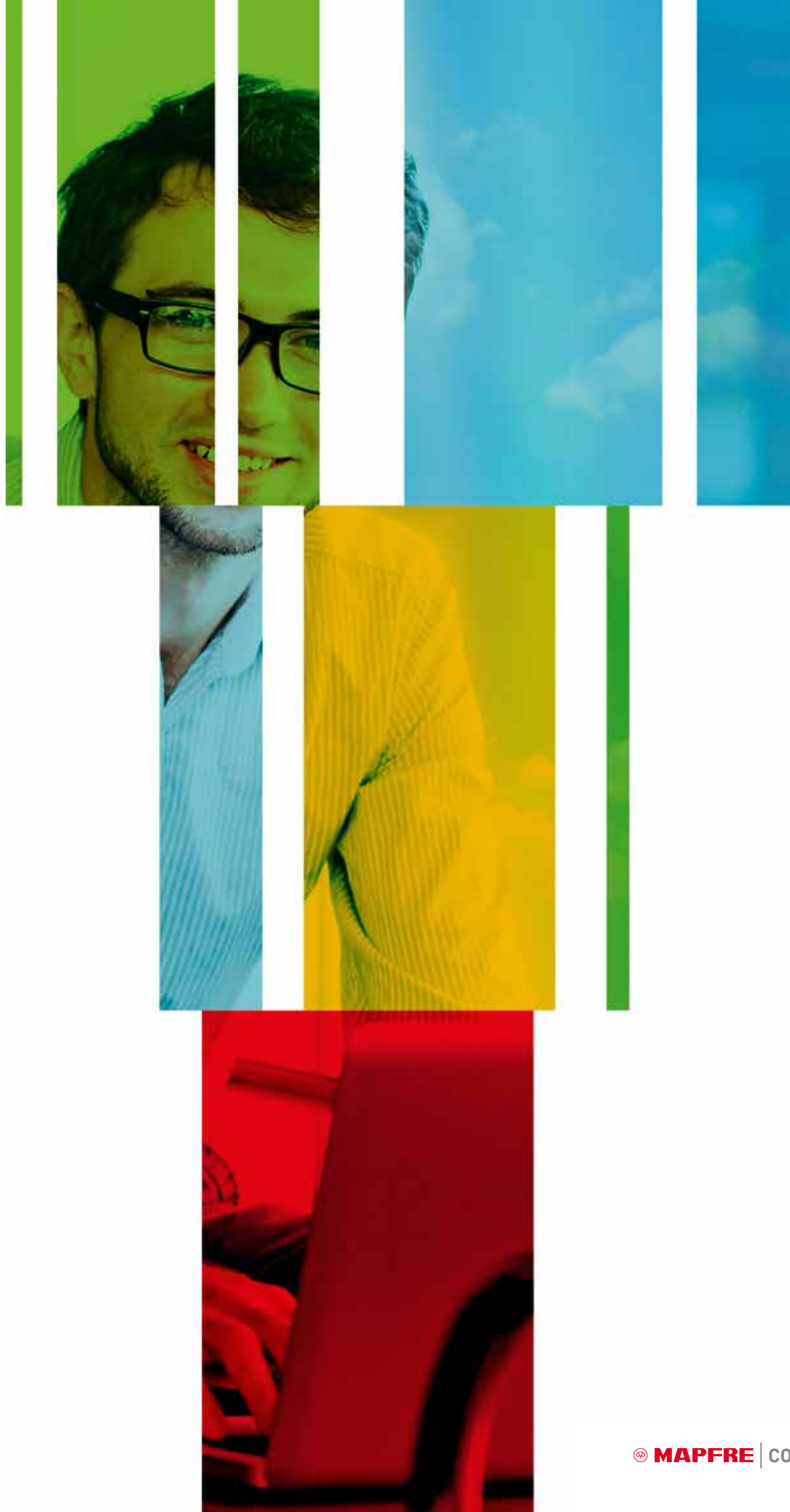
RECONOCIMIENTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA MAPFRE

Renovación del certificado de Gestión de Calidad de MAPFRE COLOMBIA, otorgado por ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificaciones) e IQ Net (International Quality Network)

MAPFRE COLOMBIA, elegida mejor compañía "Índice de Relación con el Cliente por Internet" por TBI UNIT.



Renovación del certificado de Gestión de Calidad de MAPFRE COLOMBIA



5

Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA

En 2014 MAPFRE ha cumplido diez años desde la creación del Departamento de Medio Ambiente y la elaboración del primer Plan Estratégico Medioambiental. Desde entonces, y bajo criterios de sostenibilidad, MAPFRE ha apostado por situarse como uno de los grandes referentes en esta materia.

5.1. ACTUACIONES DE MEJORA CONTINUA EN COLOMBIA

[G4-FS2]

Hasta 2010, las principales actuaciones referidas al SIGMAYE se venían desarrollando en España, y en concreto en los edificios Sede Social de Entidades, edificios Sede de las Direcciones Generales Territoriales, así como en los que albergan otras actividades de MAPFRE. El carácter corporativo y global del desarrollo del sistema desde sus inicios nos ha permitido traspasar fronteras para, tras aprobar en el año 2010 el Plan Estratégico de Expansión Medioambiental, iniciar en 2012 la implantación local del Sistema de Gestión Medioambiental y Energética en países con gran madurez del negocio asegurador, como se refleja en el siguiente gráfico:



En Junio de 2014 se ejecuta la creación a nivel local, de la Gerencia de Seguridad y Medio Ambiente, como parte del proceso de mantenimiento y mejora del SIGMAYE, apoyados por el área de servicios administrativos y se dio a conocer el nombramiento de Rubén Aristizabal como Gerente de Seguridad y Medio Ambiente con dependencia directa de la Vicepresidencia Financiera y Administrativa en cabeza de Ricardo Blanco.

JEFE DE SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE	EQUIPO	PERSONAL DE VIGILANCIA
Rubén Aristizabal – Seguridad de la información – Gestión de Identidades – Continuidad de Negocio – Cumplimiento Normativo – Seguridad en infraestructuras – Protección personal – Protección de instalaciones	Willigton Torres – Seguridad de la información – Seguridad en aplicaciones – Seguridad en infraestructuras –Gestión de identidades – Cumplimiento Normativo	52 vigilantes en un total de 25 instalaciones.
	Clara Muñoz – Continuidad de Negocio – Evacuación y Emergencias –Cumplimiento Normativo	
	Tatiana Hernández – Gestión Medioambiental –Cumplimiento Normativo	

5.2. COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD

[G4-FS4, FS5]

En 1997 MAPFRE suscribió la Declaración Medioambiental del Sector Asegurador bajo el patrocinio del Programa Ambiental de Naciones Unidas (UNEP). Desde entonces, el Grupo ha renovado su compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad con la doble intención de mejorar en su propio desempeño medioambiental y, como empresa aseguradora que es, asumir un papel predominante en la promoción de la adecuada gestión medioambiental en las empresas y en otros agentes sociales. El convertirse en una referencia para la Sociedad en este campo entra dentro de la visión del propio UNEP sobre las empresas del sector asegurador, por su mayor conocimiento en la gestión de riesgos ambientales, con los que trabajan a diario.

También es doble el compromiso de MAPFRE como signatario de los Programas del “Climate Disclosure Project”, sobre todo del “Carbon Disclosure” que firmó en 2012, y también de los “Water Disclosure” y “Carbon Action”. Por un lado, muestra transparencia en la divulgación de su desempeño ambiental; por otra promueve, junto con otras muchas entidades financieras, que esa divulgación se universalice, en beneficio del medio ambiente y de la creación de respuestas adecuadas frente al cambio climático.

MAPFRE COLOMBIA se viene caracterizando por ser una empresa proactiva en el ámbito ambiental, y sus iniciativas de carácter voluntario han llevado a la suscripción de programas y a recibir reconocimientos en algunos de ellos por parte de la entidad ambiental regulatoria.

OTROS REQUISITOS	EVIDENCIA CUMPLIMIENTO
Incurción en el PROGRAMA Distrital de Gestión Ambiental Empresarial (GAE) de la Secretaría Distrital de Ambiente (SDA) NIVEL I ACERCAR	Asistencia a las capacitaciones de acuerdo al cronograma propuesto por la SDA 03/03/2015
Participación y patrocinador del programa "YO ME MUEVO POR BOGOTÁ"	Firma del pacto por la movilidad 13/03/15
Suscripción de CESVI COLOMBIA al programa Reconocimiento Ambiental CAR (Corporación Autónoma Regional Ambiental) a empresas Sostenibles nivel II Empresa Proactiva	Obtención del reconocimiento ambiental en el nivel de empresa proactiva. 18/03/2015 durante ceremonia de premiación (www.redescar.org/races/)

INTEGRACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE EN EL NEGOCIO [G4-FS5]

En relación al desempeño ambiental de negocio, el Grupo MAPFRE materializa su compromiso y evidencia la integración de la variable medioambiental en la actividad aseguradora con la puesta en el mercado de productos y servicios medioambientales.

En MAPFRE COLOMBIA, entre los productos y servicios ambientales actuales tenemos:

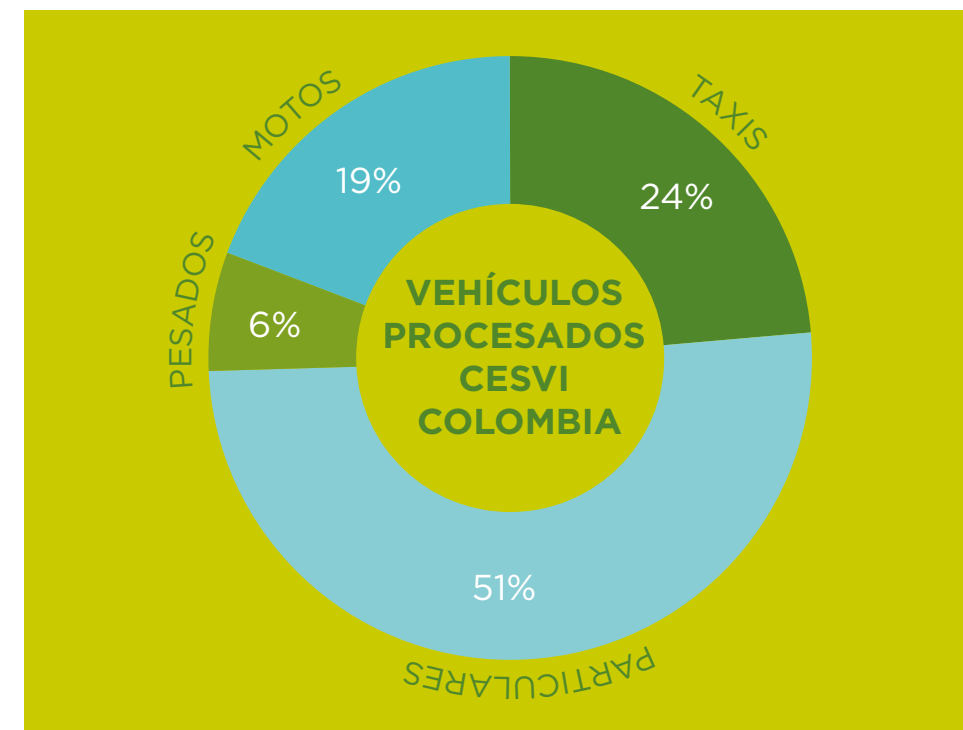
— Seguro de transporte de Mercancías peligrosas e hidrocarburos: El cual cuenta con cobertura que ampara los gastos de limpieza debidos al derrame accidental de mercancías del medio de transporte, daños y perjuicios ocasionados por incendio, por contaminación accidental, súbita e imprevista, por explosión de la mercancía transportada.

— CESVI Colombia: Producto Cesvi Repuestos con dos líneas de negocio:

1. Tratamiento de vehículos fuera de uso (V.F.U), recuperación ambiental de piezas de vehículos siniestrados para posterior comercialización de

repuestos reciclados y disposición final adecuada de los residuos generados durante este proceso con gestores ambientales certificados, minimizando el impacto en los recursos agua, suelo y atmosfera al tener estos siniestros expuestos en patios en el país.

TIPO	CANTIDAD
TAXI	159
PARTICULARES	338
PESADOS	42
MOTOS	130
TOTAL PROCESADOS 2014	669



2. Plan de gestión ambiental aseguradora: hace referencia en la recolección de piezas sobrantes reemplaza de los vehículos reparados en los talleres, para evitar inadecuada disposición final de las piezas o sustratos sustituidos.

— Seguro para cultivos (riesgos climáticos).

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL [G4-FS2]

Cumplimiento de la legislación vigente de aplicación, así como de otros compromisos adquiridos de forma voluntaria, y adopción de medidas para la mejora continúa a través del desarrollo de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética.

Utilización de los recursos de manera racional para reducir la huella ambiental, mediante el control de los mismos, minimizando los consumos de agua, papel y energía, reduciendo la generación de residuos y favoreciendo su reciclado. Esto se consigue, a través, entre otros, de la implantación de buenas prácticas medioambientales, energéticas y eco-eficientes.



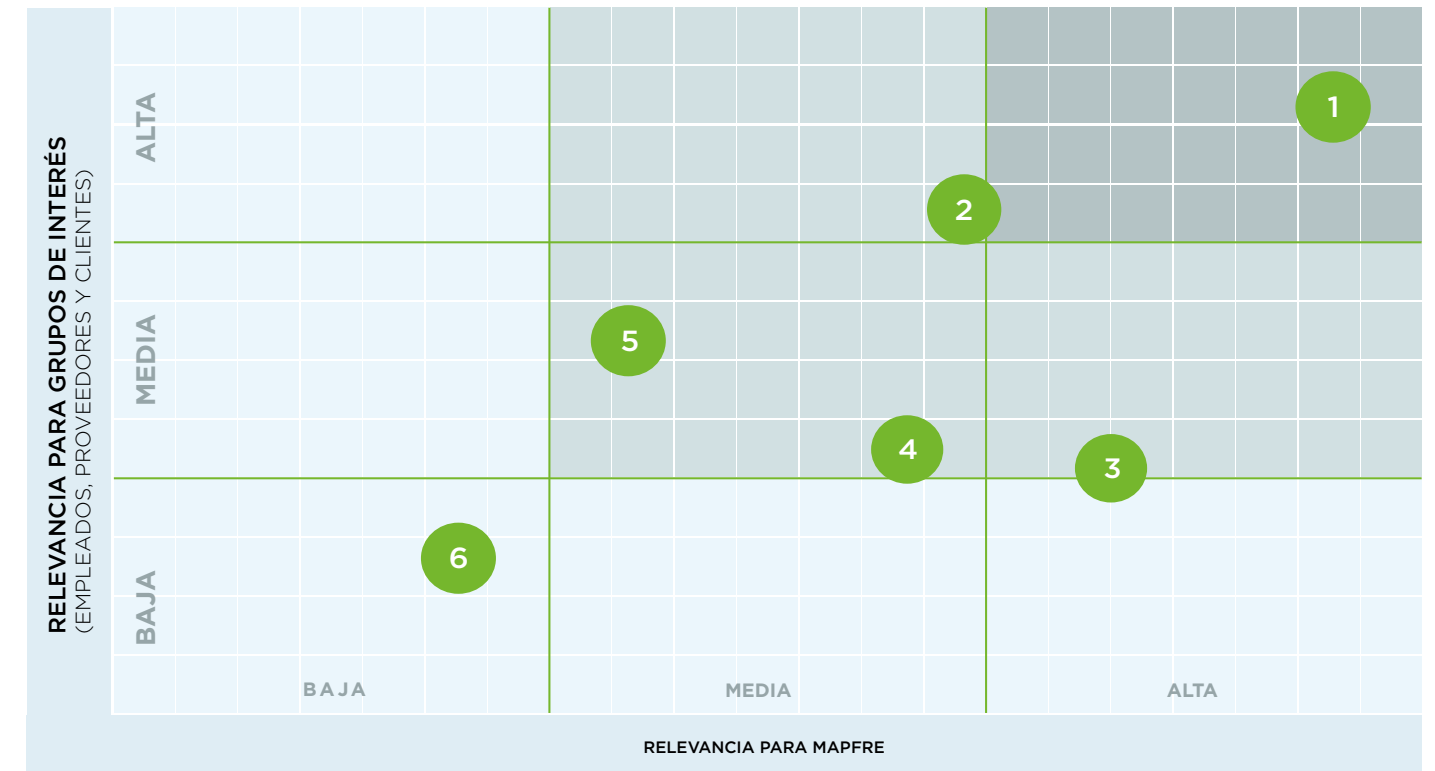
**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.**
**Secretaría Distrital
Ambiente**

5.3. LA MATERIALIDAD DE LA DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

Como parte del Estudio de Materialidad del Grupo MAPFRE 2014-2016 (ver página 19), se han evaluado una serie de indicadores medioambientales identificados como relevantes. Estos indicadores se han agrupado en un total de seis grandes temas.

<p>1</p> <p>Incluir la responsabilidad medioambiental dentro de la actividad de negocio</p>	<p>2</p> <p>Ofrecer productos y servicios relacionados con el ámbito medioambiental</p>
	
<p>3</p> <p>Optimizar el uso de recursos para minimizar el impacto al Medio Ambiente</p>	<p>4</p> <p>Actuar frente al cambio climático</p>
	
<p>5</p> <p>Promover proyectos medioambientales y sociales con grupos vulnerables</p>	<p>6</p> <p>Proteger la biodiversidad</p>

En la siguiente matriz se evidencian las valoraciones de estos grupos de interés:



LEYENDA:

- 1. Incluir la responsabilidad medioambiental dentro de la actividad de negocio
- 2. Ofrecer productos y servicios relacionados con el ámbito medioambiental
- 3. Optimizar el uso de recursos para minimizar el impacto al Medio Ambiente
- 4. Actuar frente al cambio climático
- 5. Promover proyectos medioambientales y sociales con grupos vulnerables
- 6. Proteger la biodiversidad

5.4. MODELO DE DESARROLLO: EL SIGMAYE

[G4-FS3,FS9,FS11]

VMAPFRE desarrolla sus actuaciones de carácter ambiental bajo las directrices definidas en el Sistema de Gestión Medioambiental y Energética (SIGMAYE), diseñado conforme a los estándares internacionales ISO 14001 e ISO 50001, y que constituye el marco común para gestionar tanto sus aspectos ambientales y energéticos, como la gestión de sus emisiones de gases de efecto invernadero.



Dirección General de MAPFRE COLOMBIA

En MAPFRE Colombia el edificio de dirección general durante el año 2013 obtuvo el certificado en ISO: 14001 en Gestión Ambiental corporativo. Durante el año 2014 se realizó el seguimiento para la re-certificación en gestión ambiental.

El grado de implantación del SIGMAYE y su evolución, supone una garantía de éxito en el funcionamiento del sistema de gestión, ya que su diseño transversal y el carácter global de sus procesos corporativos va a permitir avanzar de manera más rápida y eficiente en la implantación del Sistema de Cálculo y Reporte de Huella de Carbono.

DNV²⁰¹⁴

Puntos Fuertes del SIGMAYE
(según auditoría de certificación):



Compromiso por parte de la Alta Dirección de oficina Mapfre Colombia para el mejoramiento del SIGMAYE.

La creación a nivel local, de la Gerencia de Seguridad y Medio Ambiente, como parte del proceso de mantenimiento y mejora del SIGMAYE, apoyados por el área de servicios administrativos.

El grupo de trabajo integral (España y Colombia) demuestra gran compromiso y motivación para la implementación del SIGMAYE.

Se continúa con compromisos de reducción de consumos en el uso de recursos, como parte de la mejora del SIGMAYE, aprovechando la experiencia en implementación de Sistemas de gestión ambiental y energética en otras instalaciones del grupo.

Se cuenta con personal competente que lidera la implementación, mantenimiento y mejora del SIGMAYE teniendo en cuenta lineamientos corporativos.

El registro de los datos de consumos ambientales que lleva a cabo Mapfre Colombia permite el seguimiento, control, análisis y toma de acciones frente a su desempeño ambiental.

La forma en que se lleva a cabo el seguimiento que se realiza a los requisitos legales ambientales permite generar acciones que conlleven a su cumplimiento.

5.5. ECOEFICIENCIA: OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

[G4-FS11]

MAPFRE, de acuerdo a la estrategia establecida a través de su Política Medioambiental y Energética, desarrolla acciones para satisfacer, de forma sostenible, sus necesidades energéticas. De esta manera, a la vez que se afianzan los compromisos asumidos en relación al cambio climático, se consiguen ahorros económicos. Dentro de las medidas de Eco-eficiencia realizadas en 2014, tanto a nivel corporativo como local, destacan las siguientes:

- Norma de Compras corporativa en la que se incorporan, de manera específica, criterios energéticos en la homologación y selección de proveedores.
- Aplicación de políticas de ahorro energético en el software de gestión de las plataformas informáticas.
- Políticas de ahorro mediante racionalización de horarios de apertura y cierre de edificios.
- Aplicación de criterios de eficiencia energética en el diseño y construcción de los nuevos Centros de Procesos de Datos.
- Iluminación y climatización con criterios de eficiencia energética.
- Gestión centralizada de impresión, entre cuyas funciones destacan la monitorización. Dentro de las medidas de eco-eficiencia realizadas en 2014, tanto a nivel corporativo como local, destacan las siguientes:

Gestión energética

Debido a la madurez del Sistema Integrado de Gestión en su parte ambiental, se está impulsando la gestión energética conforme a los principios definidos en la política de referencia de MAPFRE en esta materia, para implantar de manera transversal y global las directrices de eficiencia energética y cambio climático.

La certificación ISO 50001 supone la puesta en marcha de un Sistema de Gestión Energética Corporativo, integrado en el Sistema de Gestión Medioambiental (SIGMAYE), que se sustenta en la identificación de las fuentes de energía, el control de consumos y la identificación de usos e instalaciones con mayor demanda energética en los edificios, con el fin de desarrollar acciones de mejora continua que representen un desempeño energético más eficiente.



Gestión del consumo de papel

[G4-EN1, 2]

En MAPFRE COLOMBIA, desde febrero de 2013, utilizamos para impresión y copia papel elaborado a partir de fibra de caña de azúcar, materia prima natural, renovable, reciclable y 100 por 100 biodegradable, y se ha ampliado el alcance de los certificados de explotación sostenible para el papel consumido y también ha colaborado al ahorro de consumo de papel la iniciativa lanzada en 2012 de presentar en un formato digital los packs de bienvenida que se entregan al cliente con toda la documentación de su seguro, y que se ha iniciado con los clientes que contratan seguros.

Otra actuación de MAPFRE COLOMBIA en materia de ahorro de recursos que cabe destacar es el implantado sobre político de impresión para el ahorro de papel y consumible.

Gestión de residuos

[G4-EN23, EN33]

En el marco del sistema integrado de gestión y reforzando el modelo de gestión centralizada, MAPFRE COLOMBIA posee procedimientos de gestión y control de residuos a través de los cuales se definen los protocolos para su adecuada segregación, disposición, almacenamiento, control y posterior gestión, teniendo en cuenta tanto la tipología de los residuos generados como la procedencia de los mismos.

Todos los residuos se gestionan a través de los mecanismos fijados por la legislación y en consonancia con las mejores prácticas medioambientales, donde priman la reducción, la reutilización y el reciclaje.

Procedencia de los residuos

Tipología de residuos generados	TALLERES	MANTENIMIENTO DE EDIFICIOS	ACTIVIDAD ADMINISTRATIVA	ACTIVIDAD SANITARIA	CANAL DOMÉSTICO
		FLUORESCENTES Y BOMBILLAS			
	RESIDUOS PELIGROSOS			RESIDUOS PELIGROSOS	
			TELÉFONOS MÓVILES		TELÉFONOS MÓVILES
				MEDICAMENTOS CADUCADOS	
				RADIOGRAFÍAS	
				RESIDUOS SANITARIOS	
		PAPEL			
		PILAS Y BATERÍAS			
		CARTUCHOS DE TINTA Y TÓNER			
	SOPORTE INFORMÁTICO				
	EQUIPOS OFIMÁTICOS FUERA DE USO				
	RESIDUOS COMERCIALES: ENVASES Y RESTO				

Emisiones y vertidos

Los establecimientos en los que MAPFRE lleva a cabo su actividad son, principalmente, de tipo administrativo y, por su propia naturaleza, tienen bajo impacto ambiental. Estos establecimientos disponen de servicios de mantenimiento que realizan controles periódicos de las instalaciones con parámetros definidos para asegurar que las emisiones se encuentran por debajo de los límites legales.

Las aguas residuales son vertidas al sistema de alcantarillado público que realiza el proceso de saneamiento en la PTR del Salitre propiedad del Distrito Capital.

Derrames y fugas

[G4-EN24]

Por otro lado, la Gerencia de Seguridad y Medio Ambiente de MAPFRE realiza el seguimiento de las incidencias ambientales que tienen lugar en los establecimientos del Grupo.

Durante 2014 no se ha producido comunicación alguna referente a derrames o fugas significativos en los establecimientos e instalaciones gestionados por MAPFRE.

5.6. GESTIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

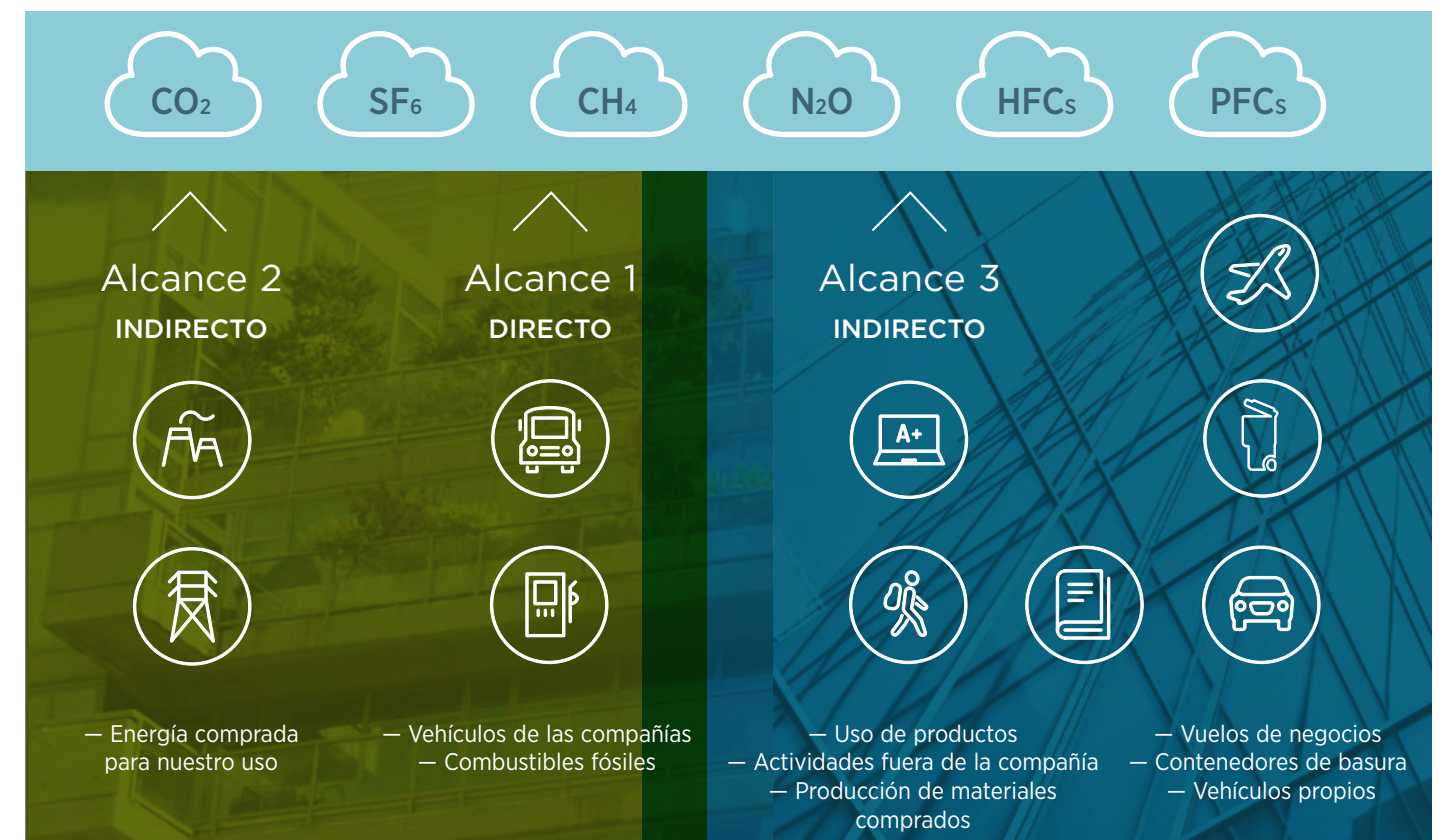
[G4-EC2]

Huella de carbono

Contribuir a la mejora del medio ambiente, mediante la reducción, entre otras, de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (en adelante GEI) y otros gases contaminantes es un reto para MAPFRE en esta materia.

Por ello, MAPFRE determina, cuantifica y evalúa la huella de carbono ocasionada por su actividad: (Herramienta Corporativa Credit360).

Los alcances empleados para la clasificación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) contempladas en el inventario se muestran en el siguiente gráfico:



(*): Fuente gráfico GHG Protocol

A continuación, se presenta el inventario de emisiones de CO2 de MAPFRE COLOMBIA:

ENTIDAD MAPFRE AMÉRICA	COLOMBIA
Consumo eléctrico (kWh)	691.800
Consumo gas (m3)	0
Consumo Gas (kWh)	0
Consumo Gasoil (litros)	100
Consumo Gasoil (kWh)	992
gasoil Coches (kWh)	0
gasolina Coches (kWh)	0
Consumo Autos (kWh)	0
ENERGÍA TOTAL (KWH)	692.792

TM CO2 EQ PAPEL	
Por consumo de papel	3
Evitadas por papel enviado a reciclar	-1
TOTAL	2

TOTAL EMISIONES TN CO2 EQ	
	122,29

ENTIDAD MAPFRE AMÉRICA	COLOMBIA
Factor de Emisión (kgCO2/kWh)	0,176
Año de referencia	2010
tn CO2 eq (electricidad)	122
tn CO2 eq (gas)	0,000
tn CO2 eq (gasoil)	0,269
tn CO2 eq (autos gasolina)	0

A continuación se detallan las diferentes iniciativas llevadas a cabo con objeto de reducir las emisiones por la fabricación de las materias primas (papel -agua) y el consumo de energía relacionadas con la actividad empresarial:



OBJETIVO	METAS	CUMPLIMIENTO
Reducir el consumo de Agua un 3% >100% de cumplimiento	<p>Cambiar el 50% de las válvulas de los lavamanos por válvulas con cierre que permiten controlar la presión del punto hidráulico</p> <p>Realizar recorridos mensuales revisando que los push de cada lavamanos al menos el 70% cumpla con el tiempo establecido (10 seg) sabiendo que en su totalidad hay 30 lavamanos en el edificio</p> <p>Cambio del 100% de equipos actuales para lavados de sótanos y fachadas del edificio por hidrolavadoras con bajo consumo de agua</p> <p>Promocionar e incentivar el reporte de fugas de agua que se puedan presentar</p> <p>Realizar recorridos con el técnico de mantenimiento detectando las posibles fugas en los puntos hidráulicos (Chequeos de fugas) "leak check" y reporte quincenal de fugas y acciones correctivas.</p>	<p><i>Se ha superado el objetivo (3%). Debido a las diferentes campañas propuestas en el programa ambiental haciendo énfasis en el reporte de fugas que se presentaron durante el año en el edificio.</i></p>
Reducir el consumo de electricidad un 3% >100% de cumplimiento	<p>Capacitación al personal de cafetería para que se desconecten aquellos dispositivos como son hornos microondas, cafeteras, televisores, en periodos de bajo uso y fines de semana.</p> <p>Promocionar e Incentivar la conciencia energética invitando a los colaboradores del edificio a apagar el computador o terminal cuando finalice la jornada y a mantener desconectados los cargadores y otros dispositivos. Cubrimiento para el 100% de los colaboradores y personal de aseo del Edificio (Correo Electrónico e Intranet)</p> <p>Promocionar por medio del correo corporativo el uso del ascensor solamente cuando tengas que subir o bajar más de dos pisos en el edificio o tengas una discapacidad que lo requiera.</p> <p>Cubrimiento para el 100% de los colaboradores y personal de aseo del Edificio (Correo Electrónico e Intranet)</p> <p>Monitorear con el técnico de mantenimiento del edificio el correcto funcionamiento de los temporizadores evitando que las luces del edificio queden encendidas las 24 horas del día</p> <p>Reporte quincenal de monitoreo con hallazgos y acciones correctivas.</p>	<p><i>Se ha superado el objetivo (3%). Debido a las diferentes campañas de concientización que se realizaron durante el año y al monitoreo del correcto funcionamiento de los temporizadores.</i></p>

Reducir el consumo de papel en un 5%

Sensibilización “imprima lo menos posible y de manera inteligente” y aproveche al máximo cada hoja imprimiendo por las dos caras. Cubrimiento para el 100% de los colaboradores y personal de aseo del Edificio (Correo Electrónico e Intranet).

Charla de sensibilización regla de oro para oficinas “Reduce, Recicla y Reutiliza” Cubrimiento para el 80% del personal del Edificio Mapfre.

El objetivo se estableció con los datos disponibles en 2013. Los datos de 2013 y 2014 no son comparables. En 2013 se tenía en cuenta el consumo de papel generado por toda la compañía MAPFRE y en el 2014 se realizó la revisión de consumo solo por los 24 centros de costos que afectan a dirección general.

Adicional a esto entre los meses de Agosto, Septiembre y Octubre de 2013, se realizó el traslado de los procesos de emisión a la fábrica de pólizas en el CISMAR, este cambio tuvo un impacto alto en el consumo de papel en el edificio, lo cual no permite la comparación interanual.

5.7. PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

[G4-EN11, 12]

MAPFRE no dispone de centros de trabajo ubicados en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas.

A pesar de ello, y conscientes de la importancia que cobra la pérdida de la biodiversidad debida a actuaciones vinculadas a la acción humana, hemos considerado relevante realizar una reflexión interna para valorar nuestra contribución a la preservación expresa de la biodiversidad.

Es por ello, que mediante comunicados internos (mailing) concientizamos a nuestros colaboradores debido a que Colombia es un país con categoría de Mega diverso.

5.8. INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES [G4-EN34; FS4]

El compromiso de MAPFRE queda también patente en la actualización realizada en la Política Medioambiental, que de manera expresa, establece el compromiso de la participación de los empleados a través de la promoción de la responsabilidad medioambiental. La política se encuentra disponible en la Intranet para los empleados, así como en la página web corporativa para el público en general.

Es de destacar que MAPFRE Colombia no ha recibido reclamaciones que se relacionen con temas ambientales mediante ningún mecanismo formal.

COMUNICACIONES INTERNAS

A continuación se muestran ejemplos de las comunicaciones y actuaciones ambientales realizadas por MAPFRE COLOMBIA, con el objetivo de difundir los compromisos ambientales de MAPFRE y hacer partícipes a los colaboradores en la consecución de los objetivos y metas establecidos en nuestro programa ambiental.



Cabe señalar la participación de MAPFRE COLOMBIA en iniciativas globales coordinadas desde la DISMA:

- Calendario Ambiental Corporativo”, con la publicación de noticias conforme a los días medioambientales más relevantes publicados por la UNESCO, y en el que participamos junto con Argentina, Chile, España, México, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana y Venezuela.
- Participación en “La Hora del Planeta” (que se ha ampliado a 23 países) y en el “El Día Mundial del Medio Ambiente” (10 países).
- Comunicaciones externas: Se ha dado a conocer a los contratistas como Honor y Laurel y empresa de aseo y cafetería Eulen la Política Medioambiental y Energética de MAPFRE por medio de charlas de sensibilización ambiental.

El SIGMAYE contribuye de forma significativa a la permanencia de MAPFRE en los índices bursátiles de sostenibilidad, los cuales consolidan la reputación e imagen de la compañía como empresa global comprometida con la conservación del Medio Ambiente.

La campaña “La Hora del Planeta” se ha convertido en un referente institucional en cuanto a la gestión coordinada de iniciativas globales. Desde los comienzos de nuestra participación en el año 2009, cuando se apagaron los letreros luminosos de edificios y oficinas en España, se han llevado a cabo actuaciones de diversa índole (carteles, teatro, concursos fotografía, y otros) en 22 países: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, España, Estados Unidos, Filipinas, Guatemala, Honduras, Malta, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, Salvador, Turquía y Venezuela.



5.9. LÍNEAS DE ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL 2015 - 2016

Con el objetivo de cumplir con los compromisos asumidos en la nueva Política Medioambiental de MAPFRE en el desarrollo de su actividad, se definen las siguientes líneas de actuación enfocadas a la expansión de las directrices medioambientales corporativas.



5.10. INDICADORES DE DESEMPEÑO

En la siguiente tabla se recoge la evolución de los indicadores ambientales para el Edificio Sede, con los datos 2013 y 2014.

Destaca el cumplimiento de objetivos de reducción de recursos naturales como Agua y Energía. En el consumo de papel se tiene en cuenta que la medición solo se realizó para el edificio de dirección general, afectando los 24 centros de costos que pertenecen al edificio.

INDICADORES AMBIENTALES	EDIFICIO MAPFRE BOGOTÁ					
	GRI	Ud.	2013	2014	Variación Interanual	Observaciones
CONSUMO DE RECURSOS						
Consumo de energía eléctrica	EN3, EN6	kW	726.000	691.800	-4,71%	Se ha superado el objetivo (3%). Debido a las diferentes campañas de concientización que se realizaron durante el año y al monitoreo del correcto funcionamiento de los temporizadores.
Consumo de gasóleo	EN3, EN6	Lt.	303	100	-66,98%	Se ha reducido el consumo de gasóleo debido a un menor número de horas de funcionamiento del grupo electrógeno por menor tiempo de cortes de suministro.
Consumo de agua	EN8	m3	3.080	2.780	-9,74%	Se ha superado el objetivo (3%). Debido a las diferentes campañas propuestas en el programa ambiental haciendo énfasis en el reporte de fugas que se presentaron durante el año en el edificio.
Consumo de papel ecológico	EN1	Ton	14,22	3,10	No comparables	Entre los meses de Agosto, Septiembre y Octubre de 2013, se realizó el traslado de los procesos de emisión a la fábrica de pólizas en el CISMAR, este cambio tuvo un impacto alto en el consumo de papel en el edificio, los cual no permite la comparación interanual.
Consumo papel blanco	EN1	Ton	0,224	0,219	No comparables	Con el cambio a papel Earth Pact Natura se reduce de forma drástica en 2013 el consumo de papel blanco. En 2014 se continúa reduciendo.
Total consumo papel	EN1	Ton	14,44	3,32	No comparables	Entre los meses de Agosto, Septiembre y Octubre de 2013, se realizó el traslado de los procesos de emisión a la fábrica de pólizas en el CISMAR, este cambio tuvo un impacto alto en el consumo de papel en el edificio, los cual no permite la comparación interanual.
Consumo de Tóner (LEXMARK)	EN1	Ud.	1.054,8	645,79	No comparable	Entre los meses de Agosto, Septiembre y Octubre de 2013, se realizó el traslado de los procesos de emisión a la fábrica de pólizas en el CISMAR, este cambio tuvo un impacto alto en el consumo de papel en el edificio, los cual no permite la comparación interanual Debido al traslado de la emisión al CISMAR El 95% de los tóner utilizados para el servicio de impresión se encuentra externalizado con la empresa LEXMARK. Dato referencia a impresoras de servicio de internalización control de unidades de Tóner con empresa LEXMARK el 95% del servicio de impresión se encuentra externalizado
Consumo de Tóner (Impresoras propiedad MAPFRE)	EN1	Ud.	140	279	99,29%	El 5% de los toners utilizados para el servicio de impresión se genera desde impresoras de propiedad de Mapfre. Se cuenta con el proveedor TEKCOLOR LTDA para el suministro de estos insumos.

Al cierre de 2014 no se habían recibido ningún tipo de multas o sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental. Tampoco se presentaron gastos o inversiones concernientes al tema medioambiental.

INDICADORES AMBIENTALES	EDIFICIO MAPFRE BOGOTÁ					
	GRI	Ud.	2013	2014	Variación Interanual	Observaciones
Total consumo tóner	EN1	Ud.	1.194,8	924,79	No comparable	Entre los meses de Agosto, Septiembre y Octubre de 2013, se realizó el traslado de los procesos de emisión a la fábrica de pólizas en el CISMAR, este cambio tuvo un impacto alto en el consumo de papel en el edificio, los cual no permite la comparación interanual.
RECICLADO						
Papel reciclado	EN23	Ton	0,63	1,43	125,57%	Existe un incremento en la cantidad de papel reciclado por parte del edificio esto debido a las diferentes comunicaciones campañas y curso de medio ambiente que se desarrolló durante el año.
Papel reciclado / Papel consumido	EN2	%	4%	43%	881,02%	En 2014 se ha incrementado el reciclaje de papel respecto al consumido.
Tóner reciclado / Tóner consumido	EN2	%	12	25	109,48%	Se incrementó el porcentaje de reciclaje de Tóner certificado por los proveedores que realizan el suministro certificando su disposición final.
Tóner reciclado / Empleado		Kg	0,41	0,68	64,56%	Se incrementó el reciclaje de Tóner por empleado.
Ordenadores y equipos electrónicos		Kg	5.397,50	556	-89,70%	La cantidad gestionada depende de los planes de sustitución de los equipos y de la vida útil de los mismos, por lo que las cantidades gestionadas pueden variar mucho de unos años a otros. Adicionalmente se debe considerar que en 2013 se realizó la gestión de residuos acumulados de varios años atrás.
Lámparas y fluorescentes		Kg	659	102	-84,52%	La cantidad gestionada depende de la vida útil de las luminarias, por lo que las cantidades gestionadas pueden variar mucho de unos años a otros.
ECO-EFICIENCIA						
Energía eléctrica consumida / Empleado		kW	2.129,03	2.058,93	-3,29%	El consumo de energía eléctrica por empleado se ha reducido con respecto al mismo periodo del año anterior.
Gasóleo consumido / Empleado		Lt.	0,89	0,30	-66,49%	Se ha reducido el consumo de gasóleo debido a un menor número de horas de funcionamiento del grupo electrógeno por menor tiempo de cortes de suministro.
Agua consumida / Empleado		m3	9,03	8,27	-8,40%	Se ha generado una reducción en el consumo por empleado.
Papel consumido / Empleado		Kg	0,04	0,01	No comparable	Entre los meses de Agosto, Septiembre y Octubre de 2013, se realizó el traslado de los procesos de emisión a la fábrica de pólizas en el CISMAR, este cambio tuvo un impacto alto en el consumo de papel en el edificio, los cual no permite la comparación interanual
Tóner consumido / Empleado		Ud.	3,50	2,75	No comparable	Entre los meses de Agosto, Septiembre y Octubre de 2013, se realizó el traslado de los procesos de emisión a la fábrica de pólizas en el CISMAR, este cambio tuvo un impacto alto en el consumo de papel en el edificio, los cual no permite la comparación interanual.



6

Información complementaria

6.1. PRINCIPIOS SEGUIDOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME CORPORATIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

[G4-13, 18, 20, 21, 22, 23, 31 33; EN34; FS9]

Alcance y perfil

MAPFRE Colombia ha elaborado el Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) versión G4 y el suplemento sectorial financiero; de acuerdo a las directrices establecidas a nivel global por el grupo.

Fiabilidad y verificación

La información cualitativa y cuantitativa de los indicadores básicos, específicos y sectoriales del GRI 4 han sido verificados externamente por la firma Ernst & Young, incluyendo la información aportada para las actividades de MAPFRE realizadas en Colombia.

La Dirección General de Auditoría de MAPFRE ha colaborado asimismo en el proceso de análisis y verificación del Informe que, como es preceptivo, ha sido revisado por el Comité de Auditoría de MAPFRE, previamente a su aprobación definitiva por el Consejo de Administración.

Los datos que dan soporte a este informe han sido obtenidos mediante CREDIT360, la herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social implantada en el Grupo.

Claridad, precisión y exhaustividad

La información se expone de forma sistemática, incluyendo un índice general, que facilita su lectura (página 1), y un índice global de indicadores GRI, que permite la accesibilidad y ubicación de los datos que se presentan.

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

Los informes correspondientes a los ejercicios 2010, 2011 y 2012 se encuentran disponibles para su consulta en el sitio web de la compañía (www.mapfre.com.co).

Periodicidad y comparabilidad

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

La información se presenta siguiendo la estructura organizativa y territorial definida a partir del año 2014 y por ello, los datos del ejercicio anterior se han adaptado, en la medida de lo posible, a la nueva estructura para facilitar una comparación homogénea. (*Más información al respecto en el apartado Información General pág. 7*)

Equilibrio

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

Materialidad, relevancia e inclusividad

Durante 2014, MAPFRE ha desarrollado la primera fase del estudio de "materialidad" requerido para adaptar su Informe Anual a la versión GRI4. El Informe da respuesta a los 18 temas considerados relevantes para MAPFRE y tres de sus grupos de interés (empleados, clientes y proveedores) que han participado en la consulta externa, tanto en España como en Brasil, Puerto Rico, México y Colombia.

En MAPFRE COLOMBIA se ha participado en el estudio de materialidad haciendo la consulta a empleados, clientes y proveedores de la compañía en Colombia, permitiendo poner en valor el desempeño y compromiso de la compañía con el desarrollo sostenible.

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

Informe de Cuentas Anuales, Informe de Gestión; Sociedades (Publicado en la página web corporativa www.mapfre.com)

Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE. (Publicado en la página Web www.fundacionmapfre.org)

Capacidad de respuesta [G4-58]

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

- Gerencia de Recursos Humanos: mhenaop@mapfre.com.co
- Gerencia de Mercadeo y Publicidad: glgarni@mapfre.com.co
- Gerencia de Seguridad y Medio Ambiente: raristi@mapfre.com.co
- Y el Portal corporativo de MAPFRE Colombia: www.mapfre.com.co.

6.2. ÍNDICE DE INDICADORES GRI4

Contenidos básicos generales

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Estrategia y análisis			
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	- Carta del CEO Colombia. Pág. 5	Verificado EY Pág. 137
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Factores y Riesgos ASG. Pág. 37 - Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes: Innovación en productos y servicios 2014; productos y servicios de alto contenido social y medioambiental; reclamaciones y quejas. Págs. 68, 69, 72 - Informe de Cuentas Anuales 2014. Contexto económico.	Verificado EY Pág. 137
Perfil de la organización			
G4-3	Nombre de la organización.	- Capítulo 2. Información General. Pág. 7	Verificado EY Pág. 137
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	- Informe de Cuentas Anuales 2014. Unidades de negocio. Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes: Innovación en productos y servicios 2014; Productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. Págs. 68, 69	Verificado EY Pág. 137
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	- Capítulo 2. Información General: Pág. 7	Verificado EY Pág. 137
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se abordan en la memoria.	- Capítulo 2. Información General: Pág. 7	Verificado EY Pág. 137
G4-7	Describa la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	- Capítulo 2. Información General: Pág. 7	Verificado EY Pág. 137
G4-8	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	- Capítulo 2. Información General: Pág. 7 - Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes. Pág. 67	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-9 Determine la escala de la organización: a. Número de empleados. b. Número de operaciones. c. Ventas netas. d. Capitalización. e. Productos que se ofrecen.	- Capítulo 2. Información General: Principales magnitudes económicas. Pág. 13 - Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus empleados. Política de empleo. Pág. 50	Verificado EY Pág. 137
G4-10 a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: Organización. Política de empleo. Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Págs. 50, 53	Verificado EY Pág. 137
G4-11 Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: Gestión de la relación con los representantes de los trabajadores. Pág. 64	Verificado EY Pág. 137
G4-12 Describa la cadena de suministro de la organización.	- Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores. Pág. 81	Verificado EY Pág. 137
G4-13 Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	- Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del informe. Pág. 109	Verificado EY Pág. 137
G4-14 Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Los Factores y Riesgos ASG. Análisis de Riesgos ASG. Págs. 37, 39	Verificado EY Pág. 137
G4-15 Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Actuación Ética y Socialmente Responsable: Compromisos Internacionales con el desarrollo; Factores y Riesgos ASG. Principales Asociaciones. Págs. 30, 37, 47	Verificado EY Pág. 137
G4-16 Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Actuación Ética y Socialmente Responsable; Factores y Riesgos ASG; Principales Asociaciones. Págs. 30, 37, 47	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
Aspectos materiales y cobertura		
G4-17 a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	- Informe de Cuentas Anuales 2014: 7. Gestión de riesgos. Págs. 8. 8. Otra información, Pág.	Verificado EY Pág. 137
G4-18 a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Materialidad y Stakeholders: Materialidad. Pág. 19 - Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. Pág. 109	Verificado EY Pág. 137
G4-19 Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Materialidad y Stakeholders: Materialidad. Pág. 19	Verificado EY Pág. 137
G4-20 Indique la cobertura de cada Aspecto material dentro de la organización.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Materialidad y Stakeholders: Materialidad. Pág. 19 - Capítulo 6. Información Complementaria: Índice de Indicadores GRI. Pág. 111	Verificado EY Pág. 137
G4-21 Indique el límite de cada Aspecto material fuera de la organización.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Materialidad y Stakeholders: Materialidad. Pág. 19 - Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. Pág. 109	Verificado EY Pág. 137
G4-22 Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información de memorias anteriores y sus causas.	- Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. Pág. 109	Verificado EY Pág. 137
G4-23 Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	- Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. Pág. 109	Verificado EY Pág. 137
Participación de grupos de interés		
G4-24 Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Materialidad y Stakeholders: Stakeholders. Pág. 23	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-25 Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Materialidad y Stakeholders. Pág. 23	Verificado EY Pág. 137
G4-26 Describa el enfoque de la organización sobre la Participación de los grupos de interés; por ejemplo, la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Materialidad y Stakeholders. Pág. 23	Verificado EY Pág. 137
G4-27 Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la Participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Materialidad y Stakeholders. Pág. 23	Verificado EY Pág. 137

Perfil de la memoria



G4-28 Periodo objeto de la memoria.	- 2014	Verificado EY Pág. 137
G4-29 Fecha de la última memoria.	- 2013	Verificado EY Pág. 137
G4-30 Ciclo de presentación de memorias.	- Anual	Verificado EY Pág. 137
G4-31 Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	- Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. Pág. 109	Verificado EY Pág. 137
G4-32 a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al Informe de Verificación externa, si lo hubiere.	- Exhaustiva - Índice GRI. Pág. 111	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-33 a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	- Capítulo 6. Información Complementaria: Principios seguidos para la elaboración del Informe Corporativo de RS. Informe de verificación. Págs. 109, 137 - Carta del CEO Colombia. Pág. 5	Verificado EY Pág. 137

Gobierno




G4-34 Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	- Apartados C.1.1., C.1.2., C.1.14. y C.2.1. del <u>Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC)</u> . http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml - Por su relevancia, remitimos al <u>Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I. Consejo de Administración y Título II. Comisión y Comités Delegados</u> . http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml - <u>Comisión y Comités Delegados</u> . http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/comisiones-delegadas-consejo.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-35 Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	- <u>Apartado C.2.4. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC)</u> . http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-36 Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	- <u>Apartados C.1.14. y C.2.4. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC)</u> . http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeannual-mapfre.shtml	Verificado EY Pág. 137


INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-37 Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.	- No aplica.	Verificado EY Pág. 137
G4-38 Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	- <u>Apartados C.1.2. a C.1.4., C.1.11., C.1.12., C.1.17., C.2.1. y C.2.4. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-39 Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	- <u>Apartado C.1.22. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-40 Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero	- <u>Apartados C.1.19., C.1.5. y C.1.6. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-41 Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a las partes interesadas.	- <u>Apartados D.6. y D.7. y A.1. a A.7. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-42 Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	- <u>Apartado C.1.14. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-43 Señale qué medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	- <u>Apartados C.1.41, C.1.40 y 24 del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml	Verificado EY Pág. 137


INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-44 a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.	- <u>Apartado C.1.20. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml - Por su relevancia, remitimos al <u>Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I. Consejo de Administración y Título II. Comisión y Comités Delegados.</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-45 a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	- <u>Apartados E.1., E.2. y F.1. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml - Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Factores y riesgos ASG. Pág. 37 - Informe de Cuentas Anuales 2014: Principales riesgos. Pág. - Por su relevancia, remitimos al <u>Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento.</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml	Verificado EY Pág. 137
G4-46 Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	- <u>Apartados E.2. y E.6. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml - Por su relevancia, remitimos al <u>Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento.</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-47 Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Apartado E.1. del IAGC. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml - Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. <u>Capítulo IV: Comité de Riesgos y Cumplimiento.</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml - Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Factores y riesgos ASG. Pág. 137 - Informe de Cuentas Anuales 2014: Gestión de Riesgos. Pág. 	Verificado EY Pág. 137	G4-50 Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.	- <u>Comité de Ética: Código de Ética y Conducta.</u> Pág. 43	Verificado EY Pág. 137
G4-48 Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Apartado C.1.14. del Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/informeanual-mapfre.shtml - Por su relevancia, remitimos al Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. <u>Título I Capítulo I: Funciones y Competencias del Consejo.</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml 	Verificado EY Pág. 137	G4-51 a. Describa las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. b. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	- <u>Apartados A.1., A.3., A.4., A.5., A.10. y A.13. del Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR).</u> http://www.mapfreggrupo.com/ccm/content/documentos/accionistas/ficheros/junta_general/2015/informe-anual-remuneraciones-consejeros-2014.pdf	Verificado EY Pág. 137
G4-49 Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	<ul style="list-style-type: none"> - Por su relevancia, remitimos al <u>Reglamento del Consejo de Administración, documento aprobado en enero de 2015 y publicado en la web Corporativa. Título I Capítulo I: Funciones y Competencias del Consejo.</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/reglamento-consejo.shtml - <u>Comité de Ética: Código de Ética y Conducta: composición y funciones: Consultas.</u> Pág. 43 	Verificado EY Pág. 137	G4-52 Describa los procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	- <u>Apartado A.2. del Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR).</u> http://www.mapfreggrupo.com/ccm/content/documentos/accionistas/ficheros/junta_general/2015/informe-anual-remuneraciones-consejeros-2014.pdf	Verificado EY Pág. 137
			G4-53 Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	- <u>El Informe Anual sobre remuneraciones, se presenta en la Junta General y se publica con carácter previo para su conocimiento.</u> http://www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/es/cinformativo/junta-general-mapfre-2015.shtml	Verificado EY Pág. 137
			G4-54 Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	- <u>La información pública sobre remuneración se puede encontrar en la memoria de cuentas anuales según establece la normativa contable y mercantil. También en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IAR).</u> http://www.mapfreggrupo.com/ccm/content/documentos/accionistas/ficheros/junta_general/2015/informe-anual-remuneraciones-consejeros-2014.pdf	Verificado EY Pág. 137
			G4-55 Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	<ul style="list-style-type: none"> - Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus empleados: Política retributiva. Pág. - No se puede divulgar mayor detalle por cuestiones de confidencialidad. 	Verificado EY Pág. 137


INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Ética e integridad 			
G4-56	Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: La actuación Ética y Socialmente Responsable de MAPFRE COLOMBIA. Pág. 30	Verificado EY Pág. 137
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: La actuación Ética y Socialmente Responsable de MAPFRE COLOMBIA. Código ético y de conducta y comité de ética. Canal de Denuncias Financieras y Éticas. Págs. 30, 43	Verificado EY Pág. 137
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	- Mecanismos Internos: Capítulo 3: MAPFRE COLOMBIA y la RS: Canal de denuncias, Financieras y Éticas Pág. 43 - Mecanismos Externos. - Capítulo 3: MAPFRE COLOMBIA y la RS: Tabla de compromisos con grupos de interés. Pág. 24 - Capítulo 6. Información complementaria. Capacidad de respuesta. Pág. 110	Verificado EY Pág. 137

Contenidos básicos específicos





INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Categoría: Economía			
Desempeño económico  Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia			
G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	- Informe de Cuentas Anuales 2014. - Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2014.	Verificado EY Pág. 137
G4-EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Aspectos y Riesgos ASG. Págs. 37, 39 - Capítulo 5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Gestión del cambio climático. Pág. 99	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	- Ver indicador LA2.	Verificado EY Pág. 137
G4-EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	- Informe de Cuentas Anuales 2014. Unidades de negocio. Pág.	Verificado EY Pág. 137
Presencia en el mercado  Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus empleados. Política de compensaciones y de reconocimiento. Págs. 49, 60	Verificado EY Pág. 137
G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus empleados. Diversidad cultural. Pág. 49, 55	Verificado EY Pág. 137
Consecuencias económicas indirectas  Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	- No aplica.	Verificado EY Pág. 137
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	- No aplica.	Verificado EY Pág. 137
Prácticas de adquisición  Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	- No aplica.	Verificado EY Pág. 137
Categoría: Medio ambiente			
Materiales  Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia			
G4-EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Ecoeficiencia: optimización de los recursos. Gestión del consumo de papel. Indicadores de desempeño. Págs. 97, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.		Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Energía Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-EN3	Consumo energético interno, desglosado por fuentes primarias.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: indicadores de desempeño. Págs. 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN4	Consumo energético externo, desglosado por fuentes primarias.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: huella de carbono; indicadores de desempeño Págs. 99, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN5	Intensidad energética.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: huella de carbono; indicadores de desempeño. Págs. 99, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Indicadores de desempeño. Págs. 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: huella de carbono. Pág. 99	Verificado EY Pág. 137
Agua Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: indicadores de desempeño. Pág. 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	- No aplica.	No Verificado EY
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	- No aplica.	No Verificado EY
Biodiversidad Nueva línea de actuación de MAPFRE PARA 2015-2016. Razón por la que ha considerado la Biodiversidad como material 			
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contenga o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: preservación de la biodiversidad. Pág. 102	Verificado EY Pág. 137
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: preservación de la biodiversidad. Pág. 102 - Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Pág. 69	Verificado EY Pág. 137




INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: preservación de la biodiversidad. Pág. 102 - Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Pág. 69	Verificado EY Pág. 137
G4-EN14	Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: preservación de la biodiversidad. Pág. 102 - Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Pág. 69	Verificado EY Pág. 137
Emisiones Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: huella de carbono; indicadores de desempeño Págs. 99, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: huella de carbono; indicadores de desempeño Págs. 99, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: huella de carbono; indicadores de desempeño Págs. 99, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: huella de carbono; indicadores de desempeño Págs. 99, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: huella de carbono; indicadores de desempeño Págs. 99, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	- No aplica.	No Verificado EY
G4-EN21	NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas.	- No aplica.	No Verificado EY





INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Efluentes y residuos Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia 			
G4-EN22	Vertido total de de aguas, según su calidad y destino.	- No aplica.	No Verificado EY
G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Gestión de residuos. Indicadores de desempeño. Págs. 97, 106	Verificado EY Pág. 137
G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Derrames y fugas. Pág. 99	Verificado EY Pág. 137
G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	- No aplica.	No Verificado EY
G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de organización.	- No aplica. - Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Emisiones y vertidos. Pág. 99	Verificado EY Pág. 137
Productos y servicios Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	- Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes: productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. Pág. 69	Verificado EY Pág. 137
G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos.	- No aplica.	No Verificado EY
Cumplimiento regulatorio Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia 			
G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Indicadores de desempeño. Pág. 106	Verificado EY Pág. 137
Transporte Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Huella de Carbono (scope 3). Pág. 99	Verificado EY Pág. 137






INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
General Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-EN31	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Indicadores de desempeño. Pág. 106	Verificado EY Pág. 137
Evaluación ambiental de los proveedores Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	- Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Criterios de selección de proveedores y relación con ellos. Homologación de proveedores. Págs. 82, 83	Verificado EY Pág. 137
G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	- Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Homologación de proveedores. Pág. 83 - Gestión de residuos. Pág. 97	Verificado EY Pág. 137
Mecanismo de reclamación en materia ambiental Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información de referencia 			
G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	- Capítulo 5. La dimensión medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Iniciativas medioambientales. Pág. 103 - Capítulo 6. Información complementaria: Principios para seguir la elaboración del Informe. Pág. 109	Verificado EY Pág. 137
Categoría: Desempeño social > Prácticas laborales y trabajo digno			
Empleo Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus Empleados: Política de empleo. Pág. 50	Verificado EY Pág. 137
G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus Empleados: Política de compensaciones y reconocimiento. Pág. 60	Verificado EY Pág. 137
G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	- No disponible	Verificado EY Pág. 137





INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Relaciones entre los trabajadores y la dirección Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en convenios colectivos.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Comunicación con los empleados. Pág. 64	Verificado EY Pág. 137
Salud y seguridad en el trabajo Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Salud y bienestar. Pág. 63	Verificado EY Pág. 137
G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Promoción de la salud. Pág. 64	Verificado EY Pág. 137
G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Salud y bienestar. Pág. 63	Verificado EY Pág. 137
G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales en los sindicatos.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Salud y bienestar: Prevención y Promoción de la salud. Págs. 63, 64 - Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Comunicación con los empleados. Pág. 64	Verificado EY Pág. 137
Capacitación y educación Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Formación. Pág. 57	Verificado EY Pág. 137
G4-LA10	Programas de gestión de habilidades de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres; Desarrollo, movilidad y promoción: Desarrollo, movilidad interna y promoción y Formación. Págs. 53, 55, 56, 57	Verificado EY Pág. 137
G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Desarrollo, movilidad y promoción: Desarrollo. Pág. 55	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Diversidad e igualdad de oportunidades Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	- Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Política de empleo: Diversidad cultural y generacional, Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Págs. 55, 53 - Estructura de plantilla. Pág. 50	Verificado EY Pág. 137
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	- No disponible. - Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Política de compensaciones y reconocimientos. Pág. 60 - Informe Anual de Remuneraciones.	Verificado EY Pág. 137
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	- Capítulo 4.4 MAPFRE COLOMBIA y sus Proveedores: Criterios de selección de proveedores. Homologación de proveedores. Págs. 82, 83	Verificado EY Pág. 137
G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	- Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Criterios de selección de proveedores y relación con ellos. Homologación de proveedores. Pág. 82, 83	Verificado EY Pág. 137
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	- Capítulo 4.1 MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Política de empleo. Medidas de protección de los empleados frente al acoso moral y sexual en el trabajo. Pág. 50, 53 - Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Código Ético y de conducta y Comité de Ética. Pág. 43	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Categoría: Desempeño social > Derechos humanos			
Inversión Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	- No disponible	No Verificado EY
G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS. Formación en responsabilidad social. Pág. 45	Verificado EY Pág. 137
No discriminación Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Código Ético y de conducta y comité de Ética. Pág. 43 - Capítulo 4. 1. MAPFRE COLOMBIA y sus Empleados: Medidas de protección de los empleados frente al acoso sexual y moral en el trabajo Pág. 53	Verificado EY Pág. 137
Libertad de asociación y negociación colectiva Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS. Política de RS; Compromisos internacionales. Medidas de prevención y cumplimiento. Págs. 29, 30, 42 - Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Código Ético y de conducta y comité de Ética. Pág. 43 - Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Homologación de proveedores. Pág. 83	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Trabajo infantil Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS. Política de RS; Compromisos internacionales. Riesgos ASG; Págs. 29, 30, 37, 39 - Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus empleados. Política de empleo. Pág. 50 - Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. Pág. 84 - Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Código Ético y de conducta y comité de Ética. Pág. 43	Verificado EY Pág. 137
Trabajo forzoso Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG. Medidas de prevención y cumplimiento. Código Ético y de conducta y comité de Ética. Págs. 30, 37, 39, 42, 43 - Capítulo 4.1. MAPFRE COLOMBIA y sus EMPLEADOS. Política de empleo. Pág. 50 - Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. Pág. 84	Verificado EY Pág. 137
Medidas de seguridad Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	- No disponible.	Verificado EY Pág. 137
Derechos de la población indígena Aspecto No Material según el proceso de materialidad realizado en 2014, aunque la empresa aporta información 			
G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos humanos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	- No aplica.	No Verificado EY

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Evaluación Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS. Compromisos internacionales. Pág. 30	Verificado EY Pág. 137
Evaluación de los proveedores en materia de Derechos Humanos Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Compromisos Internacionales, Derechos Humanos. Págs. 30, 31 - Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Homologación de proveedores. Pág. 83	Verificado EY Pág. 137
G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	- Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. Pág. 84	Verificado EY Pág. 137
Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS: Código Ético y de conducta y Comité de Ética. Pág. 43	Verificado EY Pág. 137
Categoría: Desempeño social > Sociedad			
Comunidades Locales Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	- Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2014.	No Verificado EY
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	- Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE 2014.	No Verificado EY
Lucha contra la corrupción Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG; Medidas de prevención y cumplimiento. Págs. 30, 39, 42	Verificado EY Pág. 137
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG; Medidas de prevención y cumplimiento. Formación en RS. Págs. 30, 39, 42, 45	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS. Compromisos internacionales. Riesgos ASG; Medidas de prevención y cumplimiento. Código Ético y de conducta y Comité de Ética: Págs. 30, 39, 42, 43	Verificado EY Pág. 137
Política pública Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	- Código de Buen Gobierno. - Código Ético y de Conducta.	Verificado EY Pág. 137
Prácticas de competencia desleal Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-SO7	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	- Capítulo 3: MAPFRE COLOMBIA y la RS: Canal de Denuncias Financieras y Éticas. Pág. 43	Verificado EY Pág. 137
Cumplimiento regulatorio Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	- Capítulo 3: MAPFRE COLOMBIA y la RS: Código Ético y de conducta y comité de Ética. Cumplimiento Pág. 43	Verificado EY Pág. 137
Evaluación de la repercusión social de los proveedores Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014 			
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	- Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Homologación de proveedores. Pág. 83	Verificado EY Pág. 137
G4-SO10	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	- No aplica. - Capítulo 4.4. MAPFRE COLOMBIA y sus proveedores: Fidelización y evaluación de la calidad del servicio. Pág. 84	No Verificado EY

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Mecanismos de reclamación por impacto social Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	- No aplica.	Verificado EY Pág. 137
Categoría: Desempeño social > Responsabilidad sobre productos			
Salud y seguridad de los clientes Aspecto No material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	- No aplica.	No Verificado EY
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	- No aplica.	No Verificado EY
Etiquetado de los productos y servicios Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	- No disponible - Varía en función de la legislación local. Aplica sobre todo a productos de Ahorro e Inversión.	No Verificado EY
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	- No aplica.	Verificado EY Pág. 137
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	- Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes: Fidelización y calidad en MAPFRE. Pág. 70	Verificado EY Pág. 137
Comunicaciones de Mercadotecnia Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	- No aplica.	Verificado EY Pág. 137
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	- No disponible.	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA	
Privacidad de los clientes Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA y la Responsabilidad Social: Medidas de prevención y cumplimiento; Seguridad. Pág. 42 - Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes: Reclamaciones y Quejas. Pág. 72	Verificado EY Pág. 137
Cumplimiento regulatorio Aspecto Material según el proceso de materialidad realizado en 2014			
G4-PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	- Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes: Reclamaciones y Quejas. Pág. 72 - Relacionado con el SO8.	Verificado EY Pág. 137
Indicadores GRI suplemento financiero			
Impacto de productos y servicios			
G4-FS1	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Riesgos ASG. Medidas de prevención y cumplimiento a disposición de los empleados. Págs. 39, 42	Verificado EY Pág. 137
G4-FS2	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Riesgos ASG. Pág. 39 - Capítulo 5. La Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Actuaciones de mejora continua en Colombia. Gestión Medioambiental. Págs. 90, 93	Verificado EY Pág. 137
G4-FS3	Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Riesgos ASG. Pág. 39 - Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus Clientes: Productos y servicios de alto contenido social y medioambiental. Pág. 69 - Capítulo 5. La Dimensión Medioambiental de MAPFRE COLOMBIA: Modelo de gestión Sigmaye. Pág. 96	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-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.	Verificado EY Pág. 137
G4-FS5	Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	Verificado EY Pág. 137
<p>Cartera de producto </p>		
G4-FS6	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño y sector.	Verificado EY Pág. 137

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
G4-FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	Verificado EY Pág. 137
G4-FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	Verificado EY Pág. 137
<p>Auditoría </p>		
G4-FS9	Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	Verificado EY Pág. 137
<p>Gestión activa de la propiedad </p>		
G4-FS10	Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	No Verificado EY
G4-FS11	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	No Verificado EY
G4-FS12	Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.	No Verificado EY

6.3. INFORME DE VERIFICACIÓN EXTERNA



Ernst & Young, S.L.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid

Tel.: 902 365 456
Fax: 915 727 300
ey.com

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2014

A la Dirección de MAPFRE, S.A.

Alcance del trabajo:

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014, a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión G4 y el suplemento sectorial financiero.

El perímetro considerado por Mapfre para la elaboración de su Informe Anual de Responsabilidad Social 2014 incluye las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE a nivel mundial.

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

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE 3000) del International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) con un alcance de nivel limitado y la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).

Las revisiones efectuadas se refieren al ejercicio 2014, habiéndose cotejado asimismo la coincidencia de los datos relativos a los indicadores centrales y sectoriales del ejercicio anterior con el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014.

Los procedimientos efectuados han sido los siguientes:

- Reuniones con responsables de MAPFRE para obtener la información sobre las actividades realizadas y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014 a los estándares de GRI, en su versión 4.
- Análisis, en su caso, de los sistemas de información y metodología utilizada para la compilación de los datos cuantitativos y cualitativos correspondientes a los indicadores de MAPFRE, a nivel global.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores básicos, específicos y sectoriales del suplemento financiero incluidos en el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información para las actividades de MAPFRE realizadas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EE.UU, España, Méjico, Puerto Rico y Turquía, que suponen en su conjunto aproximadamente un 78,3 % del volumen de negocio.

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

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

El alcance de esta revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Independencia

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

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2014, y con el alcance indicado, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), en su versión 4.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos.

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

ERNST & YOUNG, S.L.

Manuel Martínez Pedraza
Socio

Madrid, 4 de marzo de 2015

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	VERIFICACIÓN EXTERNA
Comunidad		
G4-FS13	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Política de RS. Pág. 29
G4-FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	- Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes: Productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. Pág. 69 - Informe de Fundación MAPFRE 2014.
Salud y seguridad del cliente		
G4-FS15	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	- Capítulo 3. MAPFRE COLOMBIA Y LA RS: Política de RS. Pág. 29 - Capítulo 4.2. MAPFRE COLOMBIA y sus clientes: Productos y servicios de Alto contenido social y medioambiental. Pág. 69
Comunicaciones de marketing		
G4-FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	- Informe de Fundación MAPFRE 2014

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Indicador	Alcance	P.V.
Estrategia y análisis		
G4-1	G	PP
G4-2	G	CA
Perfil de la organización		
G4-3	G	SI
G4-4	G	CA
G4-5	G	SI
G4-6	G	CA
G4-7	G	CA
G4-8	G	CA
G4-9	G	CA/SI
G4-10	G	SI
G4-11	G	SI
G4-12	G	PP/SI
G4-13	G	SI
G4-14	G	CA/S
G4-15	G	S
G4-16	G	S
Aspectos operativos y cobertura		
G4-17	G	CA
G4-18	G	SI
G4-19	G	SI
G4-20	G	SI
G4-21	G	SI
G4-22	G	SI
G4-23	G	SI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Indicador	Alcance	P.V.
Participación de los grupos de interés		
G4-24	G	SI
G4-25	G	SI
G4-26	G	SI
G4-27	G	SI
Perfil de la materia		
G4-28	G	SI
G4-29	G	SI
G4-30	G	SI
G4-31	G	SI
G4-32	G	SI
G4-33	G	SI
Gobierno		
G4-34	G	GC
G4-35	G	GC
G4-36	G	GC
G4-37	G	GC
G4-38	G	GC
G4-39	G	GC

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Indicador	Alcance	P.V.
G4-41	G	GC
G4-42	G	GC
G4-43	G	GC
G4-44	G	GC
G4-45	G	GC
G4-46	G	GC
G4-47	G	GC
G4-48	G	CA/SC
G4-49	G	GC
G4-50	G	GC
G4-51	G	GC
G4-52	G	GC
G4-53	G	GC
G4-54	G	CA
G4-55	G	CA
Ejes e integrador		
G4-56	G	PP
G4-57	G	PP
G4-58	G	PPGI

LEYENDA			
Procedimiento de revisión			
CA	Verifica con Clientes Activos Consolidados	DE	Declaración de declaración expresa del responsable de los servicios correspondientes
FE	Revisión mediante pruebas de Puesteo con libros electrónicos	GC	Verificación con Informe de Gobierno Corporativo
SI	Revisión mediante pruebas de muestreo con sistemas de recordación de información en minutos	CO	Verificación de su inclusión en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE
PP	Verificación de la información de Políticas, Sistemas y Procedimientos	n.a.	Verificación de la razonabilidad de los criterios utilizados para su clasificación como "no aplicable" a las actividades desahucadas por MAPFRE
PII	Verificación de su inclusión en los Principios del Puesto Nuevo	n.a.	Indicadores de alineación a las actividades de MAPFRE para los cuales no se dispone de información

P.V.: Método de Verificación
G: Grupo Mapfre
E: Grupo Energía Eólica

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
Indicador	Alcance	P.V.
CATEGORÍA ECONOMÍA		
Desarrollo económico		
G4-EC1	G	CA
G4-EC2	G	SI
G4-EC3	G	S
G4-EC4	G	CA
Financiera en el mercado		
G4-EC5	G	SI
G4-EC6	G	SI
Impactos económicos indirectos		
G4-EC7	G	n.a.
G4-EC8	G	n.a.
Prácticas de adquisición		
G4-EC9	G	SI
CATEGORÍA MEDIO AMBIENTE		
Materiales		
G4-EM1	G	FE
G4-EM2	G	FE
Energía		
G4-EM3	G	FE
G4-EM4	G	FE
G4-EM5	G	SI
G4-EM6	G	FE
G4-EM7	G	SI
Agua		
G4-EM8	G	FF
G4-EM9	n.a.	n.a.
G4-EM10	n.a.	n.a.
Emisiones		
G4-EM11	G	DE
G4-EM12	G	DE
G4-EM13	G	DE
G4-EM14	G	DE

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
Indicador	Alcance	P.V.
Emisiones		
G4-EM15	G	SI
G4-EM16	G	SI
G4-EM17	G	SI
G4-EM18	G	SI
G4-EM19	G	SI
G4-EM20	n.a.	n.a.
G4-EM21	n.a.	n.a.
Empleos y más allá		
G4-EM22	n.a.	n.a.
G4-EM23	G	SAFE
G4-EM24	G	DE
G4-EM25	n.a.	n.a.
G4-EM26	G	DE
Productos y servicios		
G4-EM27	G	SI
G4-EM28	n.a.	n.a.
Transporte		
G4-EM29	G	SI
General		
G4-EM30	G	CA
Evaluación ambiental de los proveedores		
G4-EM31	G	PP/SI
G4-EM32	G	SI
G4-EM33	G	SI
Mecanismos de reducción en materia ambiental		
G4-EM34	G	DE
CATEGORÍA DESEMPEÑO SOCIAL		
DERECHOS HUMANOS		
Prácticas		
G4-HR1	n.d.	n.d.
G4-HR2	G	SI/FF
No discriminación		
G4-HR3	G	SI

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS		
Indicador	Alcance	P.V.
Libertad de asociación y negociación colectiva		
G4-HR4	G	PP
Trabajo infantil		
G4-HR5	G	PP
Trabajo forzoso		
G4-HR6	G	PP
Medidas de seguridad		
G4-HR7	G	SI
Condiciones de la población indígena		
G4-HR8	n.a.	n.a.
Evaluación		
G4-HR9	G	FF
El valor de los proveedores en materia de Derechos Humanos		
G4-HR10	G	PP
G4-HR11	G	PP
Mecanismos de reducción en materia de Derechos Humanos		
G4-HR12	G	PP
SOCIEDAD		
Comercios Locales		
G4-S01	G	SI
G4-S02	G	SI
Lucha contra la corrupción		
G4-S03	G	SI
G4-S04	G	SI/PP
G4-S05	G	DE
Política pública		
G4-S06	G	GC
Prácticas de competencia desleal		
G4-S07	G	DE
Cumplimiento regulatorio		
G4-S08	G	DE
El valor de la reputación social de los proveedores		
G4-S09	G	PP
G4-S10	n.a.	n.a.
Mecanismos de reducción por impacto social		
G4-S11	G	SI

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS			CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS			INDICADORES GRI SUPLEMENTO FINANCIERO		
Indicador	Alcance	P.V.	Indicador	Alcance	P.V.	Indicador	Alcance	P.V.
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DEBIDO			Impacto de productos y servicios		
Salud y seguridad de los clientes			Prácticas			G4-FS1		
G4-PR1	n.a	n.a	G4-LA1	G	SI	G4-FS2	G	PP
G4-PR2	n.a	n.a	G4-LA2	G	SI	G4-FS3	G	SI
Etiquetado de los productos y servicios			Relaciones entre los trabajadores y la dirección			G4-FS4		
G4-PR3	n.d.	n.d.	G4-LA3	G	SI	G4-FS5	G	SI
G4-PR4	G	SI	G4-LA4			Cadena de producto		
G4-PR5	G	SI	Salud y seguridad en el trabajo			G4-FS6		
Comunicaciones de transparencia			G4-LA5			G4-FS7		
G4-PR6	n.a	n.a	G4-LA6			G4-FS8		
G4-PR7	G	n.d.	G4-LA7			Auditoría		
Privacidad de los clientes			G4-LA8			G4-FS9		
G4-PR8	E	DE	Capacitación y educación			Gestión activa de la propiedad		
Cumplimiento regulatorio			G4-LA9			G4-FS10		
G4-PR9	G	DE	G4-LA10			G4-FS11		
			G4-LA11			G4-FS12		
			Diversidad e igualdad de oportunidades			Comunidad		
			G4-LA12			G4-FS13		
			Igualdad de relación entre mujeres y hombres			G4-FS14		
			G4-LA13			Salud y seguridad de cliente		
			Emisión de las políticas laborales de las preverciones			G4-FS15		
			G4-LA14			Comunicaciones de marketing		
			G4-LA15			G4-FS16		
			Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales					
			G4-LA16					

ANEXO I: TABLA INDICADORES GRI DE MAPFRE 2014

INDICADORES DE COLONIA						
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	
Indicadores de desempeño económico		Indicadores de desempeño social		Sociedad		
Desempeño económico	G4-EC1	Evaluación ambiental de los proveedores	G4-EN2	Lucha contra la corrupción	G4-SO3	
	G4-EC2		G4-EN3		G4-SO4	
	G4-EC3		Mecanismos de reclamación ambiental		G4-EN34	G4-SO5
	G4-EC4				Prácticas laborales y trabajo digno	G4-SO6
Prezando en el mercado	G4-EC5	Empleo	G4-LA1	Prácticas de contención de costo	G4-SO7	
	G4-EC6		G4-LA2	Cumplimiento regulatorio	G4-SO8	
Prácticas de adquisición	G4-EC9		G4-LA3	Evaluación de la reputación social de los proveedores	G4-SO9	
Indicadores de desempeño ambiental		Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-LA4	Mecanismos de reclamación por impacto social	G4-SO11	
Materiales	G4-EN1	Salud y seguridad en el trabajo	G4-LA5	Responsabilidad sobre productos		
	G4-EN2		G4-LA6	Etiquetado de los productos y servicios	G4-PR4	
Energía	G4-EN3		G4-LA7	Comunicaciones de mercadotecnia	G4-PR7	
	G4-EN4		G4-LA8	Cumplimiento regulatorio	G4-PR9	
	G4-EN5	G4-LA9	Suplemento GRI del sector financiero			
Agua	G4-EN6	Capacitación y educación	G4-LA10	Impacto de productos y servicios	G4-S1	
	G4-EN7		G4-LA11			
	Biodiversidad	G4-EN8	Diversidad e igualdad de oportunidades	G4-LA12	Impacto de productos y servicios Cartera de productos	G4-FS2
G4-EN11		Evaluación de las prácticas laborales	G4-LA14	G4-FS3		
G4-EN12			G4-LA15	G4-FS4		
G4-EN13		Mecanismos de mitigación sobre prácticas laborales	G4-LA16	G4-FS5		
Emisiones	G4-EN14	Derechos Humanos		G4-FS8		
	G4-EN15	Inversión	G4-HR2	G4-FS7		
	G4-EN16	No discriminación	G4-HR3	G4-FS8		
	G4-EN17	Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-HR4	G4-FS9		
	G4-EN18	Trabajo infantil	G4-HR5	Comunidad	G4-FS13	
Líquidos y residuos	G4-EN19	Trabajo forzoso	G4-HR6	Comunidad	G4-FS14	
	G4-EN23	Medidas de seguridad	G4-HR7	Salud y seguridad del cliente	G4-FS15	
	G4-EN24	Evaluación	G4-HR8	Comunicaciones de marketing	G4-FS16	
Productos y servicios	G4-EN26	Evaluación de las preverciones en materia de derechos humanos	G4-HR10			
	G4-EN27		G4-HR11			
Cumplimiento regulatorio	G4-EN29	Mecanismos de reclamo en materia de derechos humanos	G4-HR12			
Transporte	G4-EN30					
General	G4-EN31					




MAPFRE
COLOMBIA
INFORME ANUAL 2014

Responsabilidad
Social

Diseño y maquetación: **TAU DISEÑO**
www.taudesign.com

Adaptación Colombia: **SYNERGY ESTUDIO
CREATIVO**



MAPFRE
—
COLOMBIA



INFORME ANUAL
2014

www.mapfre.com.co