



**INFORME DE  
SOSTENIBILIDAD**

**2009-2010**

SEGUROS  
**BOLÍVAR**





**Dirección del Reporte:**

Constanza Echeverri G.  
Gerente de Responsabilidad Social Empresarial

**Comité de Sostenibilidad:****Líderes de equipos:**

**Colaboradores:** Marcela Serrano y Beatriz González  
Gerente de Recursos Humanos

**Cientes:** Jaime Castañeda

Gerente de Mercadeo y Publicidad

María Cristina Triana

Gerente de Calidad y Servicio

**Accionistas, Ética y Gobierno Corporativo:**

Napoleón Imbeth

Vicepresidente de auditoría Sociedades Bolívar

y Daniel Tocarrucho

Gerente de Gobierno Corporativo

**Perfil de la empresa y Gestión:** Sandra Sánchez

Gerente Financiero y de Riesgos

**Ámbito Económico y Estado:** Consuelo Sánchez

Gerente de contabilidad

José Manzano

Gerente Tributario

Yudis Regino

Jefe de asesoría tributaria

**Ámbito ambiental:** Patricia Rueda

Gerente de innovación

**Fuerza de ventas:** Judith Abreo

Jefe de Reclutamiento

**Proveedores:** Mabel Yaneth

Gerente administrativa y de operaciones

Mónica Hincapié

Directora Nacional de proveedores de salud

Carlos Tobón

Gerente de Automóviles

**Sociedad:** Constanza Echeverri

**Participantes de los equipos:** Rosita Lozano, Raúl Aranda, Fabián Contreras, Pablo Cesar García, María Teresa Escobar, William Martínez, Carolina Lesmes, Carlos Serrano, Oscar Mosquera, María Cristina Triana, Ruby Ortega, Nadia Cañón, Margarita Méndez, Laura Mogollón, Luisa Uribe, Alberto Amaya, Andrea Carreño, Lida Beltrán, Germán Durán, Patricia González, Javier Martínez, Diana Paola Cabrera, Andrés Numpaque, Jaime Andrés Vallejo, Rodrigo Gutiérrez, Yesit Carrillo, Miguel Ángel Acosta, Juan Manuel Barrea, Nancy Alfonso, Napoleón Barrera, Lucía Rincón, Andrea Martínez, Sandra Blanco, Jefferson Ortíz y Hernando Ramírez.

**Asesoría Externa:** Claudia Papic

**Diseño y diagramación:** TXT

**Contacto:** Gerencia de Responsabilidad Social Empresarial

AV. El Dorado 68 B-31 piso 3 Bogotá

E-mail: constanza.echeverri@segurosbolivar.com

**Alcance y Cobertura del Informe**

*Nuestro segundo informe de Sostenibilidad presenta la gestión económica, social y ambiental consolidada de la Compañía Seguros Bolívar S.A., Seguros Comerciales Bolívar S.A. y Capitalizadora Bolívar S.A., que en adelante denominaremos Seguros Bolívar, durante los años 2009 y 2010.*

*El presente informe ha sido elaborado con base en los lineamientos propuestos por la guía G3 de la Global Reporting Initiative (GRI) y su suplemento sectorial para servicios financieros.*

*Para su elaboración se realizaron talleres de trabajo con el fin de evaluar los impactos económicos, sociales y ambientales de nuestra Empresa en su operación cotidiana, establecer los temas relevantes para gestionar y reportar, evaluar las herramientas de gestión y medición de desempeño de cada uno de ellos, así como establecer los contenidos de los capítulos del informe; proceso guiado por un asesor externo.*

*Este documento también constituye nuestra declaración de Comunicación de Progreso (COP, por sus siglas en inglés) para efectos del compromiso que hemos asumido con el Pacto Global de las Naciones Unidas, a través de nuestra holding, Sociedades Bolívar SA.*

*Presentamos nuestra rendición de cuentas a través de los seis ámbitos que modelan nuestra estrategia de Responsabilidad Social Empresarial de acuerdo a la siguiente tabla de contenido.*



# INFORME DE SOSTENIBILIDAD SEGUROS BOLÍVAR 2009-2010

SEGUROS  
BOLÍVAR





# Índice

## Alcance y Cobertura del Informe Mensaje del Presidente Capitalizadora y Compañías Aseguradoras Perfil de la Empresa

Presencia Internacional	10
Productos y servicios	10
Ramo de seguros	10
Capitalización	10
Dimensión económica	11
Presencia en el mercado y posicionamiento	11
Fuerza de ventas	11
Gestión del negocio	12
Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008	12
Gestión de riesgo	12
Certificaciones	14
Nuestros principales logros y reconocimientos	14

## Ámbito Ético

Responsabilidad Social Empresarial y su articulación con la Filosofía Empresarial	16
Filosofía Empresarial	17
Mapa Grupos de Interés	18
Ámbitos de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial	19
Código de ética	20
El Gobierno Corporativo en Seguros Bolívar	21
Estructura del Gobierno Corporativo en Seguros Bolívar	22
Organigrama compañía de Seguros Bolívar	24

## Ámbito Económico

Contribución al Desarrollo Económico	26
Valor agregado generado y distribuido	27
Valor económico generado año 2010	28
Valor económico distribuido	29
Valor económico reinvertido	30
	31

## Ámbito Ambiental

Respeto por nuestro entorno	32
Gestión ambiental	33

## Ámbito Laboral

Nuestros colaboradores	36
Proceso de selección	37
Nuestro índice de rotación	40
Capacitación de nuestros colaboradores	40
Centro de Formación Gerencial – CFG	41
Evaluación de desempeño	42
Comunicación interna y relacionamiento con colaboradores	43
	44

Comité de Acoso Laboral	45
Libertad de asociación	45
Compensación y salarios	46
Enriquecemos la vida de nuestros colaboradores y sus familias	47
Sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional	48
Promoción del deporte	49
Fomentamos la cultura del ahorro – ADEBOL	49
El compromiso con quienes forjaron nuestra historia	50
El mejor lugar para trabajar en Colombia	50

## Ámbito Comercial Clientes

Estrategia de mercadeo y servicio	52
Perfil actual de clientes de Seguros Bolívar	53
Servicio y canales de atención al cliente	53
Realimentación del cliente	55
Mediciones hacia los clientes	56
Quejas y reclamos	56
Experiencia de cliente	57
Estrategias de lealtad de cliente: cliente preferencial	58
Gestión de la innovación	60
Sistema de atención al consumidor financiero (SAC)	60

## Fuerzas de venta

Permanencia fuerza de ventas	61
Filosofía de disciplina	62
Comunicación permanente	66
Reconocimiento para nuestra fuerza de ventas	67
	68

## Proveedores

Perfil y caracterización de nuestros proveedores	68
Política de selección y vinculación de proveedores	69
Canales de relación y sistema de apoyo y formación y seguimiento de buenas practicas ambientales y laborales	70
Cumplimiento de estándares de calidad	70
	72

## Ámbito Social

Aporte a generaciones futuras	73
Adhesión al pacto global	74
Aporte de nuestro negocio al país	74
La solidaridad de nuestros colaboradores	75
Donaciones de la empresa	76
Fundación Bolívar Davivienda	78
Fundación Única	79
Contribuimos a la sociedad a través de patrocinios	80
El aporte de la compañía al Estado y a Los Gremios	80

## El Legado Índice GRI

	83
	84

# Mensaje del Presidente



*Cumpliendo nuestro compromiso público, expresado en nuestro pasado informe del 2007-2008, presentamos nuestro segundo informe de sostenibilidad que recoge nuestro actuar con los diferentes grupos de interés durante 2009-2010.*

*Como en los años anteriores, este informe incluye todas las actividades de seguros y capitalización y ha sido elaborado conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3.*

*Conscientes de que la empresa privada es motor de la actividad económica de un país, tenemos como nuestra máxima responsabilidad la sostenibilidad, no sólo mediante la obtención de utilidades sino también a través de la gestión ética y transparente con todos los grupos de interés, así como con una actuación ambientalmente correcta.*

*Estamos trabajando para convertir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en una competencia consciente, estructurada y sistematizada en toda nuestra gestión empresarial; en 2008 reformulamos nuestra visión sobre la RSE y la concretamos en los ámbitos de aplicación que, junto con nuestra filosofía empresarial, marcan la senda para nuestro actuar socialmente responsable.*

*El informe bienal que presentamos refleja los avances conseguidos en 2009 y 2010 por Seguros Bolívar y nuestro compromiso con la sociedad y con nuestros grupos de interés. Merece destacarse la participación activa de los líderes, representantes de los grupos de interés y de las diferentes áreas, tanto para la elaboración de este informe, como para trabajar en los temas de la gestión de sostenibilidad, un total de 56 personas guiadas por catorce líderes, a quienes reconocemos y agradecemos por su esfuerzo, interés y aportes.*

*Reconocemos que este ha sido sólo un paso más en nuestro camino y que tenemos la necesidad de seguir avanzando en la sensibilización de todos nuestros colaboradores y en la promoción del ejercicio de reflexión hasta conseguir que cada uno de nosotros evalúe, desde el rol que le corresponde en la organización, la contribución que hace al logro de nuestros objetivos estratégicos y al desempeño en sostenibilidad.*

*Contamos para ello con un equipo humano excepcional, tenemos un sentimiento de satisfacción y orgullo al igual que un gran reto por ser el mejor lugar para trabajar en Colombia; la percepción de nuestros colaboradores en el Great Place to Work nos llevó a alcanzar este reconocimiento en 2010, el cual se constituye en garantía para seguir trabajando con un equipo humano único y comprometido, que refleja nuestro esfuerzo y coherencia en hacer del Ser humano el centro de nuestra cultura.*

Jorge Enrique Uribe Montaña  
Presidente Seguros Bolívar





# Capitalizadora y Compañías Aseguradoras

# Perfil de la Empresa

Seguros Bolívar es una sociedad anónima colombiana, con 71 años de experiencia en el mercado asegurador. Para efectos de este informe se denominará como Seguros Bolívar a tres compañías: Compañía de Seguros Bolívar, encargada de comercializar seguros de personas; Seguros Comerciales Bolívar, dedicada a los ramos relacionados con los bienes y propiedades; y Capitalizadora Bolívar, que vende títulos de capitalización.

Las tres compañías son sociedades anónimas y el domicilio de la sede principal es Avenida El Dorado No. 68 B-31, Bogotá.

Seguros Bolívar pertenece a un conglomerado empresarial cuya matriz es Sociedades Bolívar y del cual hacen parte adicionalmente las siguientes compañías:

**Sector Financiero y Bursátil:** Banco Davivienda, Fiduciaria Davivienda, Fiducafé, Leasing Bolívar, Confinanciera, Davivalores, Seguridad Compañía Administradora de Fondos de Inversión, Bancafé Panamá, Bancafé Miami.

**Sector Construcción y Turismo:** Constructora Bolívar Bogotá, Constructora Bolívar Cali y CB Hoteles y Resort.

**Servicios complementarios:** Asistencia Bolívar, Promociones y Cobranzas Beta, Ediciones Gamma, Investigaciones y Cobranzas el Libertador y Soluciones Bolívar.

Fundada el 5 de diciembre de 1939, en sus inicios Seguros Bolívar se centró específicamente en seguros de personas. En 1948 incrementó su presencia en el mercado con Seguros Comerciales Bolívar.



SEGUROS  
BOLÍVAR

SEGUROS  
BOLÍVAR

SEGUROS  
COMERCIALES  
BOLÍVAR

CAPITALIZADORA  
BOLÍVAR



## Presencia internacional

Desde 1997 ha incursionado en otros países y en la colocación de productos a través de asociaciones. Comenzó en Venezuela en 1997 con Oriental de Seguros, en 1999 en Ecuador con Seguros Colonial, en Panamá en 2008 con Eastern Pacific (EPIC) en asociación con Oriental de Seguros y actualmente ingresa a Costa Rica.



## Productos y servicios

Al ser una empresa de servicios financieros busca diferenciarse a través de la calidad y la orientación hacia el servicio al cliente, brindándole un valor agregado de soporte en los momentos que más lo necesita. Por ello cuenta con diversos canales de comunicación como la página web, el sistema de audio respuesta y la Red 322, contact center que asesora a los usuarios y le ofrece asistencia para automóviles y el hogar a través de Asistencia Bolívar, otra de las empresas del Grupo.

## Ramos de seguros

La Compañía de Seguros Bolívar S.A., se ocupa de la protección de las personas, específicamente en los ramos de Vida, Salud, Riesgos Profesionales y Rentas Vitalicias.

Seguros Comerciales Bolívar S.A., brinda protección a los bienes y al patrimonio de las personas, la industria y el comercio, por medio de seguros de Incendio, Terremoto, Automóviles, Hogar, Transportes, Lucro Cesante, Responsabilidad Civil entre otros.

## Capitalización

Capitalizadora Bolívar S.A. fue la primera compañía privada en ofrecer títulos de capitalización. Este producto de ahorro permite que a través de aportes en cuotas mensuales por parte de los clientes, ellos adquieran la posibilidad de participar en sorteos mensuales cuyos premios representan un número de veces sobre el valor de la cuota, en algunos casos, o sobre el valor del promedio del ahorro, en otros. De no resultar beneficiado con el sorteo, el cliente recibe al vencimiento pactado el valor ahorrado, más los respectivos intereses.

## Dimensión económica

	Dic-09*	Dic-10*
Utilidades	165	150
Activo	3,027	3,795
Patrimonio	866	1,163
Inversiones	2,392	2,923
Cuotas	717	923
Primas	1,111	962
Reservas	1,862	2,292

\*(Cifras miles de millones de pesos)

## Presencia en el mercado y posicionamiento

Seguros Bolívar cuenta con 66 oficinas en todo el país. Tiene presencia en Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Medellín, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Montería, Neiva, Pasto, Pereira y Villavicencio.

Seguros Bolívar ocupa en la actualidad el segundo lugar en el mercado por tamaño de patrimonio y por primas emitidas. En cuanto a primas, este porcentaje representa una participación del 9% del total de la industria de seguros en Colombia.

En seguros de personas, Seguros Bolívar tiene una participación del 13% del mercado total de primas a diciembre de 2010. La participación de mercado por primas emitidas según ramos al mismo periodo, es la siguiente:

Ramos	% Part. Mercado	Posición
Total personales	13.0%	2
Vida	17.3%	1
Salud	10.6%	3
Seguridad social	11.3%	4
Riesgos profesionales	9.2%	4

Seguros Comerciales Bolívar tiene una participación del 5.7% del mercado de primas del ramo. La participación de mercado por primas emitidas según ramos, a diciembre de 2010, es la siguiente:

Ramos	% Part. Mercado	Posición
Total generales	5.7%	9
Transporte	15.7%	3
Automóviles	7.9%	4
Responsabilidad civil	7.4%	4
Cumplimiento	6.0%	7

Capitalizadora Bolívar cuenta con una participación del 68% del mercado por cuotas recaudadas de títulos de capitalización.

## Fuerza de ventas

La fuerza de ventas de la Compañía se soporta en diferentes canales: el área comercial especializada, integrada por funcionarios con contrato laboral que venden seguros en forma masiva; los intermediarios, o agentes y agencias de seguros que de forma exclusiva o no, ofrecen al mercado los productos de seguros y capitalización de la Compañía; los corredores de seguros, personas jurídicas que no tienen vinculación exclusiva y atienden generalmente los negocios de mayor tamaño; y Bancaseguros, canal a través del cual son colocados los seguros de los clientes del Banco Davivienda.

	Dic - 09	Dic - 10
Corredores	16.93%	15.58%
Oficina Bogotá	12.22%	12.29%
Intermediarios	16.71%	17.62%
Bancaseguros	34.87%	36.70%
Area comercial especializada	17.64%	17.64%
Otros	1.62%	0.18%

Cerca de 2600 intermediarios y corredores, junto con 2463 colaboradores atienden a más de 2 millones de clientes, domiciliados en más de 1000 municipios, apoyados en más de 6200 proveedores.



## Gestión del negocio

Gracias al compromiso y dedicación con los sistemas de gestión, Seguros Bolívar se ha posicionado como una Compañía líder en variados ámbitos de la gestión empresarial.

### Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008

A la luz de la estrategia de la Organización se ha definido el Sistema de gestión de calidad, el cual ha articulado el quehacer de cada área con la estructura de procesos y ha alineado la gestión con el mapa estratégico de la Organización.

Esta metodología le ha permitido a la Organización aspirar a compararse con modelos nacionales como el de Excelencia en Innovación en gestión.

De acuerdo con nuestro compromiso con la mejora continua y el agregar valor a la sociedad donde operamos, hemos participado en 2009 y 2010 en los procesos de certificación en materia ambiental, laboral y de calidad:

- ▲ Certificación del sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008, reconocimiento al cumplimiento de estándares internacionales de calidad en los procesos, productos y servicios a nivel nacional.
- ▲ Certificación del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional OHSAS 18001:2007, reconocimiento al compromiso de la Compañía por el desarrollo de actividades sistemáticas encaminadas a prevenir riesgos a los que pueden estar expuestos sus colaboradores.
- ▲ Certificación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001:2004, reconocimiento a la gestión ambiental que realiza la Organización en su compromiso para prevenir la contaminación del medio ambiente y el desarrollo sostenible.



Así mismo, la Compañía ha obtenido la Certificación Internacional de la Actividad de Auditoría Interna, reconocimiento otorgado por completar satisfactoriamente la evaluación externa de calidad realizada por The Institute of Internal Auditors.



## Gestión de riesgos

Si bien es cierto que la naturaleza de la actividad aseguradora es la asunción de riesgos, su adecuada gestión es un diferenciador muy importante, aunque no único. Los departamentos técnicos y actuariales juegan un rol preponderante en la suscripción de riesgos y determinación de las tarifas, pero cada vez cobra más importancia la gestión de riesgos financieros y corporativos como complemento a la gestión de los propios riesgos asegurados. Esta afirmación es mucho más significativa en todas aquellas modalidades del negocio de vida asociadas a la gestión del ahorro y la previsión y en la gestión de fondos de pensiones.

La propia naturaleza de los mercados, con productos cada vez más complejos, y la anticipación de los requerimientos que incorporará el marco regulatorio, obliga a Seguros Bolívar a reforzar su capacidad interna o a contar con apoyos externos para adaptarse a todas estas realidades.

Al constituirse la administración de riesgo en un factor crítico de éxito, se han desarrollado sistemas de gestión de riesgo que involucran a todos los estamentos de la Organización los cuales permiten identificar, cuantificar, monitorear y controlar eventos financieros (mercado –SARM-, liquidez –SARL-, crédito –SARC-); riesgos propios de seguros –SEARS- y operativos –SARO-, y evitar que la Compañía sea utilizada como vehículo de actividades delictivas –SARLAFT-. El último sistema que se encuentra en proceso de implementación y que empieza a operar a partir de 2011, es el de atención al consumidor financiero –SAC-.

Se han establecido los panoramas de riesgo e indicadores que le permiten evidenciar a la Alta Gerencia aspectos para fortalecer o mejorar los procesos y servicios, los cuales se han constituido en herramientas valiosas para el desarrollo de productos y la evaluación de proyectos.

Especial importancia ha tenido nuestra estrategia de capacitación en los diferentes sistemas de gestión de riesgo, destacándose el “Doctorado en Ingeniería de la Transparencia y la Confianza”, que de forma amigable ha logrado generar conciencia en los funcionarios de la Compañía sobre su necesaria participación en la gestión de los riesgos asociados a sus funciones, como parte de la autogestión y autoevaluación inherente a nuestra cultura.





## Certificaciones

# FitchRatings

Fitch Ratings Colombia S.A. asignó a la Compañía Seguros Bolívar la calificación de fortaleza financiera AAA (col) (Triple A Colombia). La capacidad de las empresas aseguradoras con esta calificación para el cumplimiento de pólizas y otras obligaciones contractuales es excepcionalmente fuerte. Para estas compañías los factores de riesgo son mínimos y se espera que el impacto de entornos económicos o de negocios adversos sea extremadamente bajo.

Fitch Ratings Colombia S.A. decidió afirmar la calificación de fortaleza financiera en AA+ (col) (Doble A más Colombia) y asignar una Perspectiva Positiva, para Seguros Comerciales Bolívar. Según la escala de calificación, la capacidad de las empresas aseguradoras con esta calificación para el cumplimiento de pólizas y otras obligaciones contractuales es muy fuerte. Para estas compañías los factores de riesgo son modestos y se espera que el impacto de entornos económicos o de negocios adversos sea muy bajo. Al asignar una perspectiva a una calificación, Fitch Ratings indica la dirección probable en que esta se moverá en un periodo de entre uno y dos años.



## Nuestros principales logros y reconocimientos

Seguros Bolívar se ha caracterizado por desplegar una estrategia coherente, visionaria, enfocada a los clientes que atiende los intereses de todos los grupos sociales objetivo, razón por la cual a lo largo de estos 71 años ha recibido numerosos reconocimientos, dentro de los cuales podemos citar para 2009 y 2010:

El instituto Great Place to Work, con base en las encuestas de los colaboradores de Seguros Bolívar, nos clasificó como la mejor empresa para trabajar en Colombia según su ranking para 2010.



- ▲ Gracias al compromiso del equipo de trabajo y al diseño de sus procesos y sistemas de gestión, Seguros Bolívar obtuvo el Premio Nacional a la Excelencia y la Innovación en la Gestión 2009-2010. Este premio está alineado con las políticas nacionales de productividad y competitividad y reconoce con visibilidad nacional e internacional, la implementación de prácticas que culminan en la excelencia en la gestión.
- ▲ La revista financiera inglesa World Finance reconoció a Seguros Bolívar como la mejor aseguradora colombiana durante 2010.
- ▲ Premio AIAREC 2009 – 2010 La Asociación Iberoamericana de Relaciones Empresa Cliente- AIAREC, cuyo objetivo es el enaltecimiento de las relaciones humanas como diferencial competitivo en la prestación de servicios a través del fomento de la relación entre empresas y clientes, reconoció las mejores compañías durante 2009 y 2010. Seguros Bolívar recibió el galardón como la mejor compañía de Colombia e Iberoamérica en experiencia de cliente.
- ▲ Igualmente, ocupó la posición 20 durante 2009 para el Estudio Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOR), instrumento de evaluación que hace el ranking de las 100 empresas con mayor reputación en el país.



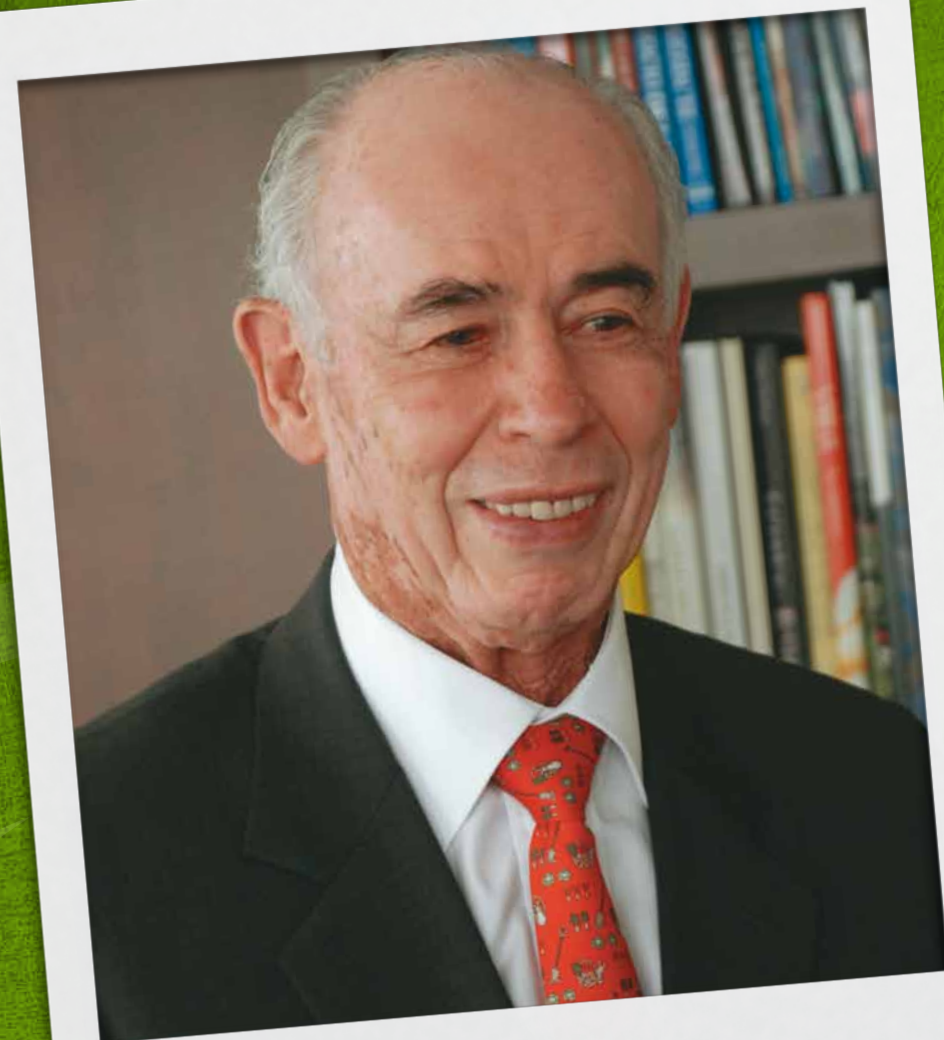
## Lo que nos enorgullece, caracteriza y reta

- ▲ Compartimos la misma filosofía y los mismos valores. Todos formamos parte de la misma Familia. Estamos orgullosos de tener al Ser Humano en el centro de nuestra cultura.
- ▲ Buscamos ser fieles a nuestros principios y valores y ser un referente de ética y responsabilidad social.
- ▲ Buscamos con empeño, firmeza y disciplina, la creación de capital humano.
- ▲ Buscamos ser constructores de confianza, basados en la ética, pilar de nuestro actuar.
- ▲ Trabajamos para enriquecer la vida de nuestros colaboradores, clientes, aliados comerciales y de la sociedad en general.
- ▲ Trabajamos para que nuestros clientes reciban el mejor servicio y una amplia oferta de productos innovadores, en cada uno de las regiones donde tenemos presencia. Buscamos la innovación como una cultura y práctica sostenible.
- ▲ Nuestro éxito no sólo se mide por el resultado de nuestro balance; tenemos un compromiso social histórico con los más necesitados y con el medio ambiente.
- ▲ Buscamos el liderazgo de nuestras empresas y la estabilidad de nuestras decisiones.

¡Tenemos fe en el futuro y el corazón en la gente!







# Ámbito Ético

Se refiere a la Cultura de la Legalidad y la Transparencia, Respeto por los Derechos Humanos, y a nuestro compromiso de ser un referente de ética y Responsabilidad Social en el sector y en le País.

## Responsabilidad Social Empresarial y su articulación con la Filosofía Empresarial

La filosofía de nuestra empresa forjada en estos 71 años de historia ha sido la brújula de nuestro actuar y la cuna de nuestra cultura. La Ética, pilar de nuestra estrategia empresarial, direcciona y regula nuestro quehacer diario y las relaciones con nuestros grupos de interés.

Todas las compañías del Grupo compartimos la Misión y los mismos Principios y Valores. Unimos nuestros esfuerzos, conocimientos y trabajamos permanentemente para ser un referente de ética y Responsabilidad Social Empresarial para el sector y para el país.

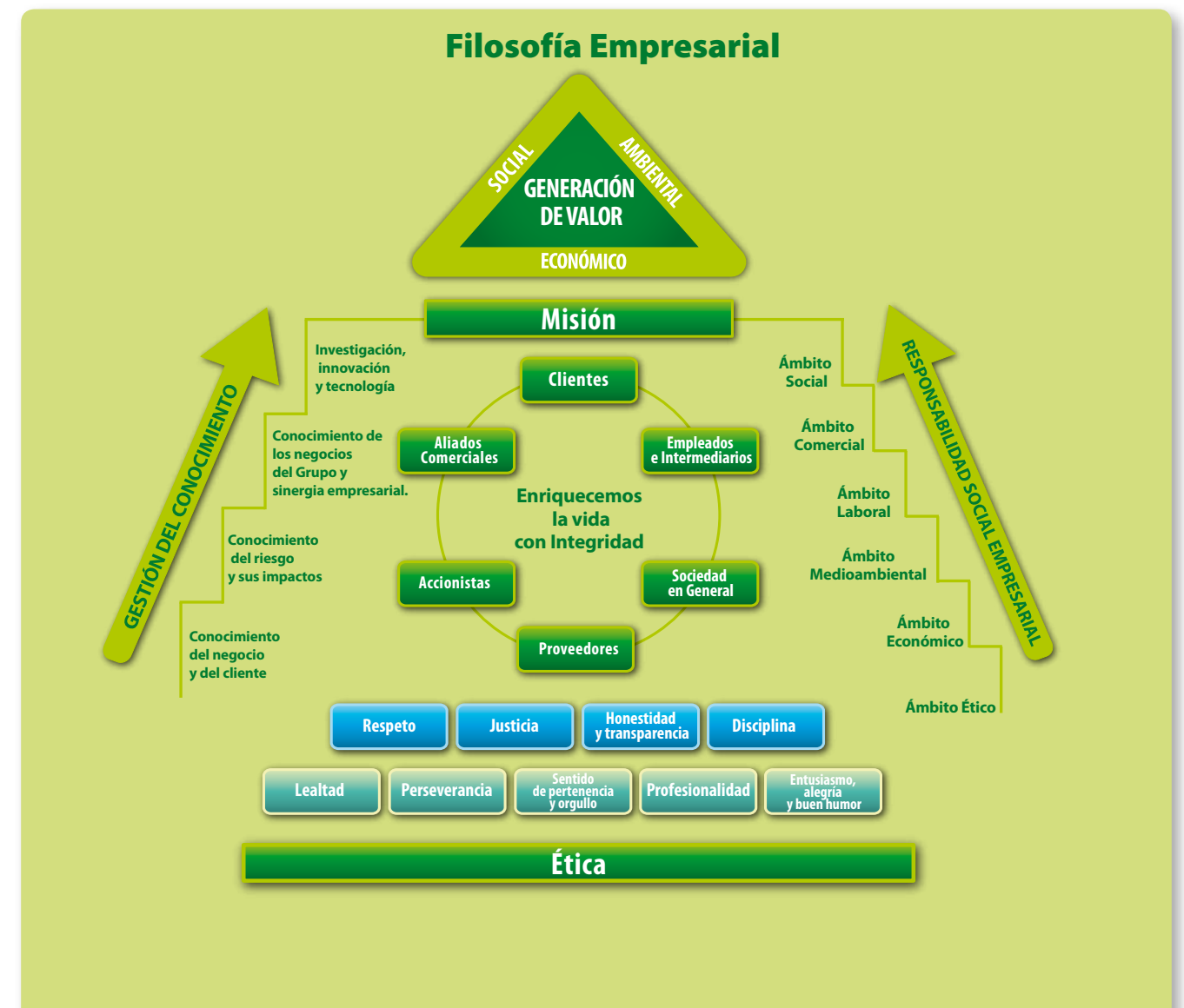
Teniendo como máxima meta y responsabilidad la sostenibilidad de la empresa, nuestra Misión establece que debemos generar valor económico, social y ambiental y nos compromete a no medir el éxito de la empresa únicamente por las utilidades de los estados financieros.

Buscamos, para alcanzar la sostenibilidad, como estrategias adicionales a la gestión empresarial, la Responsabilidad Social Empresarial y la Gestión del Conocimiento.

Apoyamos la iniciativa privada para crear empresa y respaldamos la libertad de elegir; creemos en un ambiente de libre competencia bajo la supervisión justa del Estado.

Trabajamos por tener, vivir e irradiar la cultura de la legalidad y transparencia en la cadena de valor. Aplicamos criterios de equidad con nuestros grupos de interés; resolvemos nuestras diferencias dentro del marco de nuestros principios y valores.

Nuestro propósito superior, el concepto que compartimos con todos nuestros colaboradores y nos guía frente a la sociedad es: Enriquecer la vida con integridad.





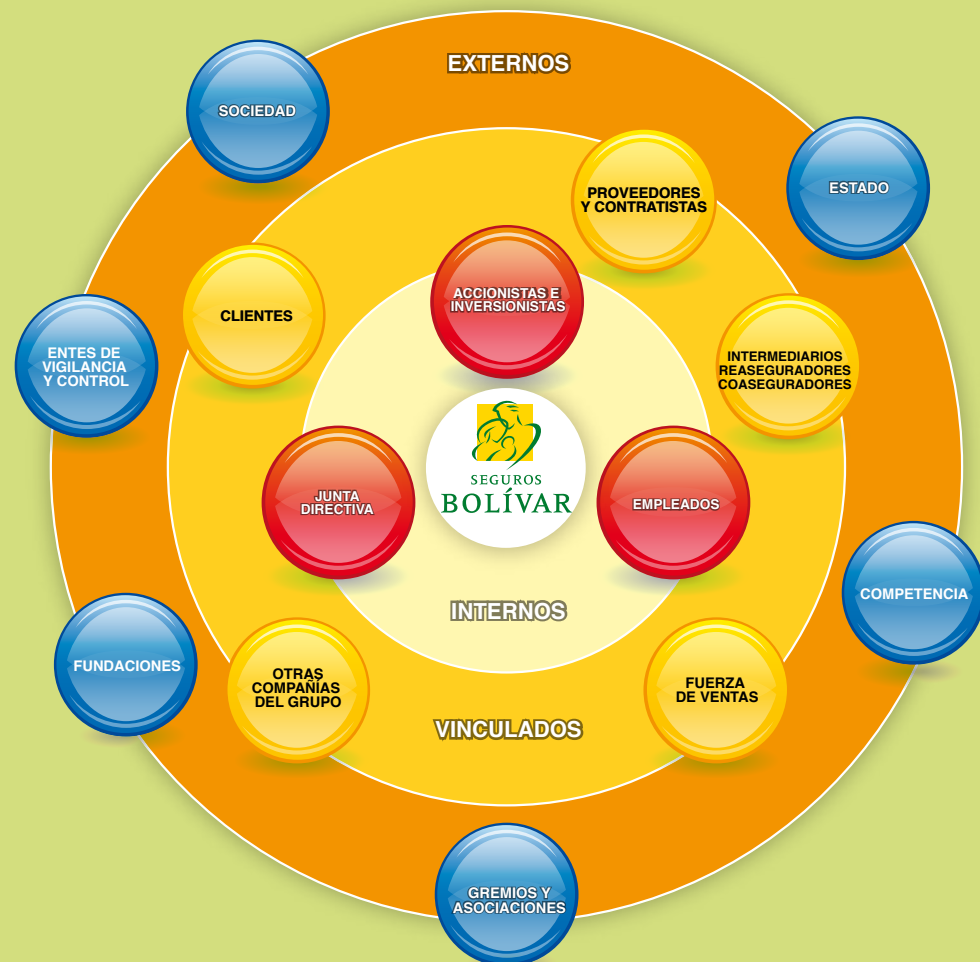
El cuidado de nuestras relaciones ha tenido gran importancia para la empresa. Se han identificado los grupos de interés teniendo en cuenta sus características comunes, la relación que han establecido con la Organización y la influencia que ejercen en las actividades del negocio.

En 2010 realizamos talleres con 56 personas para determinar los impactos positivos y negativos que nuestra actividad ejerce sobre los diferentes grupos de interés, e iniciamos el proceso de diálogos con los empleados de la Compañía, con los gremios, empresas vinculadas y con los entes de vigilancia y control del estado.

Resaltamos el respeto por la dignidad humana de nuestros clientes, colaboradores y de todas las demás personas con las que interactuamos, así como por el entorno y al medio ambiente; respetamos las diferencias, somos tolerantes ante la diversidad dentro del marco de nuestros principios y valores y procuramos mantener el ánimo conciliatorio en todas nuestras relaciones.

Trabajamos con honestidad y transparencia para establecer relaciones sólidas y construir confianza con todos nuestros grupos de interés.

## Mapa Grupos de Interés



## Ámbitos de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial

Reconocemos que el camino para alcanzar la sostenibilidad es la Responsabilidad Social Empresarial y que implica un reto que nos une a todos los integrantes de la empresa.

### ■ **Ámbito Social**

Se refiere a **potenciar el compromiso social** con todos los grupos de interés y con la sociedad en general a través de nuestro negocio y de la Fundación Bolívar Davivienda.

### ■ **Ámbito Comercial**

Se refiere a la **integridad en las prácticas comerciales** con nuestros clientes, intermediarios, proveedores y demás aliados comerciales.

### ■ **Ámbito Laboral**

Se refiere al **desarrollo integral y al bienestar** de los colaboradores así como a la promoción de buenas prácticas en las fuerzas de trabajo que impactamos.

### ■ **Ámbito Medioambiental**

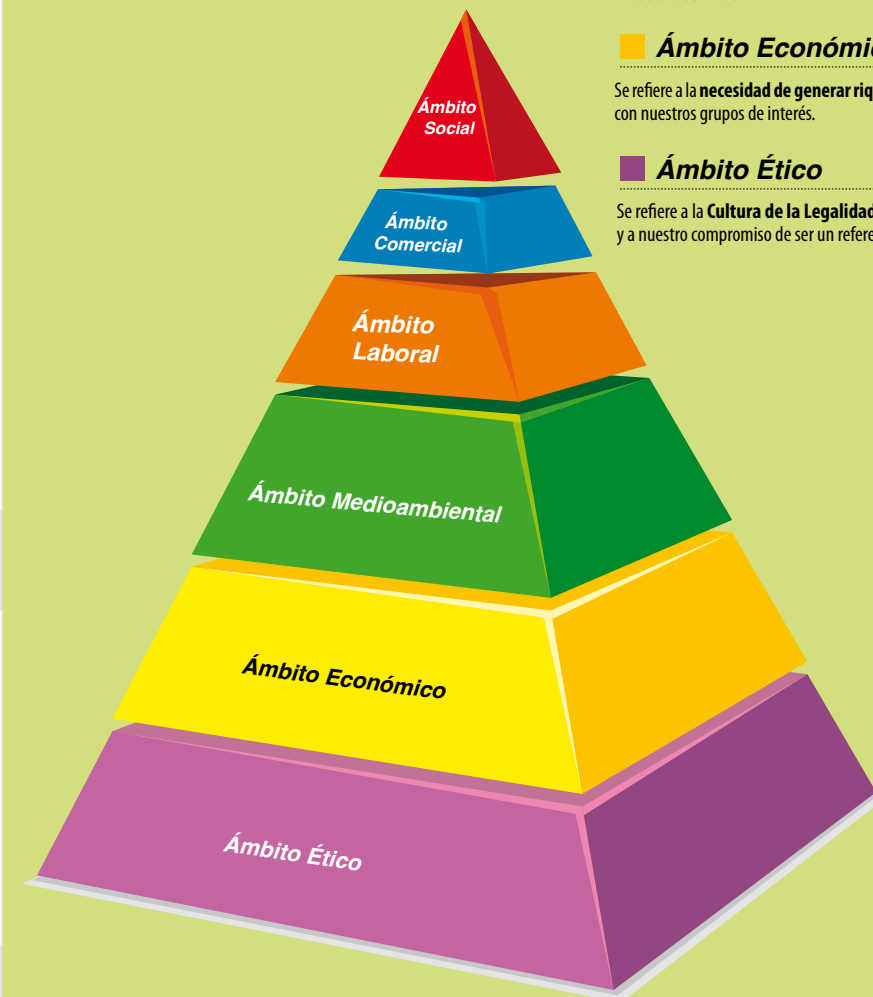
Se refiere a las acciones y decisiones orientadas a llevar a nuestras empresas y a los grupos de interés a la **Ecoeficiencia**, mediante la evaluación y **reconocimiento del impacto** de las actividades y procesos en la cadena de valor.

### ■ **Ámbito Económico**

Se refiere a la **necesidad de generar riqueza** para la sostenibilidad de nuestras empresas y para compartirla con nuestros grupos de interés.

### ■ **Ámbito Ético**

Se refiere a la **Cultura de la Legalidad y la Transparencia, Respeto por los Derechos Humanos**, y a nuestro compromiso de ser un referente de ética y Responsabilidad Social en el sector y en el País.





## Código de ética

Los valores y principios éticos constituyen el eje principal que guía la gestión individual y colectiva en las empresas del Grupo Bolívar. Estos principios y valores son desarrollados en distintos documentos que orientan nuestro proceso de toma de decisiones, con criterio, responsabilidad y prudencia ante posibles situaciones de conflicto de interés frente a nuestras actuaciones con el Estado, los colaboradores, la comunidad, los acreedores, los proveedores, los competidores y el medio ambiente.

Gran importancia tiene en el Grupo Empresarial Bolívar el Código de Ética, el cual es entregado a cada persona cuando ingresa a la Compañía con el fin de familiarizar al funcionario con nuestros valores éticos, políticas internas, leyes, regulaciones aplicables y en general con las pautas básicas de conducta que deben ser cumplidas por los miembros de la Familia Bolívar. El Código se encuentra también en versión digital en la página web de Seguros Bolívar [www.segurosbolivar.com](http://www.segurosbolivar.com)

Constantemente llevamos a cabo campañas alusivas a la cultura de la Familia Bolívar a través de correos electrónicos, CD, cartillas, videos y otros elementos que son entregados a todos los colaboradores de las Compañías y a otros grupos de interés.

En 2010 el Código de Ética del Grupo Empresarial Bolívar fue actualizado y se incluyeron nuevas conductas deseables e inaceptables y temas relacionados con los diez principios del Pacto Mundial.

Para 2009 y 2010 no existen acciones legales en Seguros Bolívar por incumplimiento del Código de Ética.

### Retos y desafíos

Como desafío futuro en el mediano plazo, esperamos implementar la línea ética y definir el área que estará encargada de la atención y seguimiento de las denuncias.



## EL GOBIERNO CORPORATIVO EN SEGUROS BOLÍVAR

En Seguros Bolívar el Gobierno Corporativo se define como el conjunto de principios, políticas y prácticas de dirección empresarial que permite que sean definidas estructuras de dirección, administración y de supervisión eficaces y transparentes.

Seguros Bolívar ha construido un Sistema de Gobierno Corporativo que está integrado por las siguientes disposiciones

1. Medidas de carácter legal en las materias aplicables a Seguros Bolívar
2. Medidas de adopción voluntaria en desarrollo de un esquema de autorregulación.

Se ha establecido un sistema mixto de Gobierno Corporativo que incluye el reconocimiento de medidas de cumplimiento legal y medidas de adopción voluntaria que rigen el comportamiento de sus accionistas, administradores, funcionarios y colaboradores.

Los principales documentos que integran el Sistema de Gobierno Corporativo son: la Constitución Política de Colombia, el Código de Ética, los Lineamientos de Control Interno, el Código de Gobierno Corporativo, el Reglamento de Asamblea de Accionistas, el Reglamento de Junta Directiva y el Manual de Conflictos de Interés y Uso de Información Privilegiada.

Con el Sistema de Gobierno Corporativo se han establecido los principios, políticas y medidas dirigidas a regular los principales temas que han sido identificados por Seguros Bolívar para fortalecer su buen gobierno, a saber: i) Identificación de Grupos de Interés, ii). Derechos de los accionistas, iii). Asamblea Generales de Accionistas, iv) Juntas Directivas y Alta Dirección, v). Derechos de los consumidores financieros, vi) Administración y resolución de conflictos de interés, vii) Administración de las relaciones entre partes vinculadas y viii). Solución de controversias.

### Relación con los Accionistas

Con el fin de dar mayor transparencia a la relación con los accionistas, Seguros Bolívar ha adelantando las siguientes actuaciones:

1. Publicación de un Manual de Derechos y Obligaciones de sus Accionistas.
2. Incorporación de un capítulo en el Código de Gobierno Corporativo encaminado a proteger los derechos de los accionistas.
3. Creación de un correo electrónico [gobierno.corporativo@segurosbolivar.com](mailto:gobierno.corporativo@segurosbolivar.com) y de una oficina de atención al inversionista.





## Estructura de Gobierno Corporativo en Seguros Bolívar



### JUNTA DIRECTIVA 2009 - 2011

	Compañía de Seguros Bolívar S.A.	Seguros Comerciales Bolívar S.A.	Capitalizadora Bolívar S.A.
Miembros principales	Enrique Durana Concha **	Luis Fernando Toro Pinzón **	Luis Fernando Toro Pinzón **
	José Alejandro Cortés Osorio	José Alejandro Cortés Osorio	Jaime Lizarralde Lora *
	Francisco Villaveces Medina*	Francisco Villaveces Medina	Enrique Durana Concha *
	Mario Fernando Rojas Cárdenas	Jaime Lizarralde Lora *	María del Pilar Galvis Segura *
	Rodolfo Alejandro Serna Lira *	María del Pilar Galvis Segura *	Rodolfo Alejandro Serna Lira *
Miembros Suplentes	Pedro Toro Cortés *	Rodolfo Serna Lira *	Miguel A. Posada Samper
	Miguel A. Posada Samper	Pedro Toro Cortés *	Fernando Rojas Cárdenas
	Fernando Cortés Mcallister	Fernando Cortés Mcallister	Olga Lucía Martínez Lema
	Alberto Monsalve Sáenz	Mario F. Rojas Escobar*	Mario Fernando Rojas Escobar*
	Mario Fernando Rojas Escobar*	Olga Lucía Martínez Lema	Fernando Cortés Mcallister

\*Corresponde a miembros que no tienen la calidad de ejecutivos dentro de la Organización;

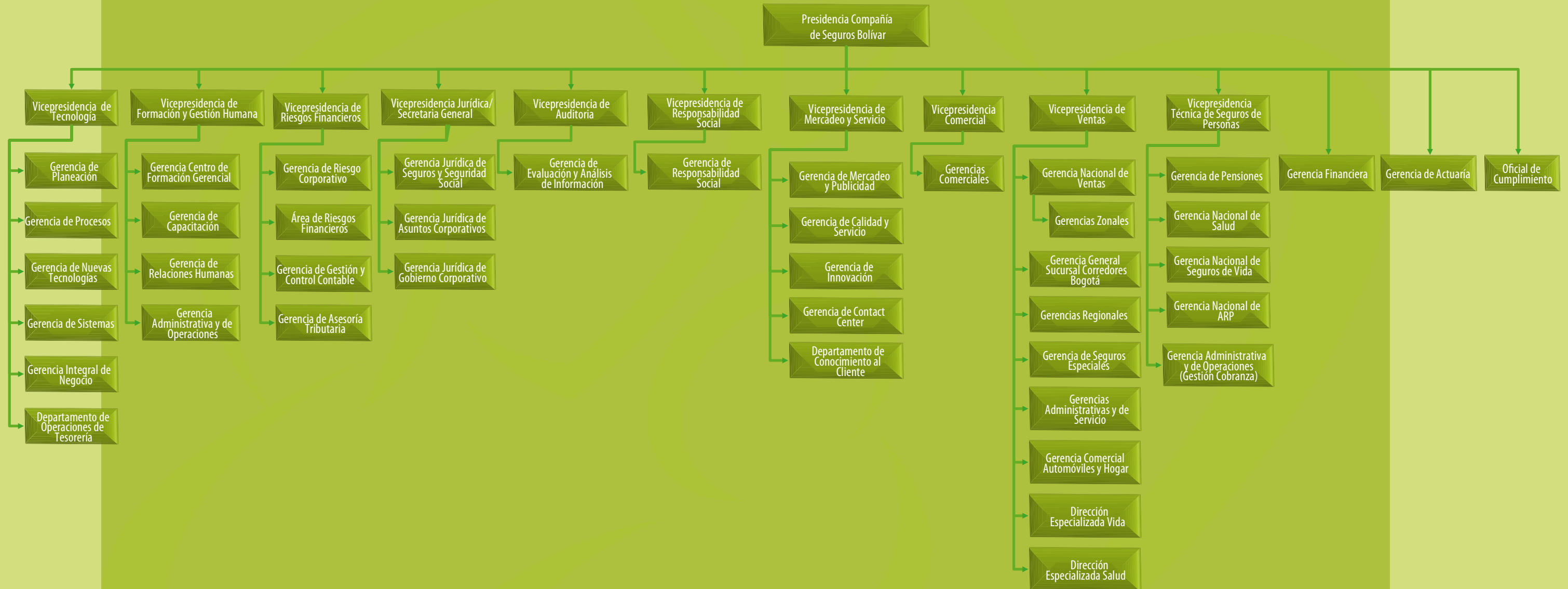
\*\* Los Presidentes de la Junta Directiva no son ejecutivos dentro de la Organización.

**PRESIDENTE Jorge Enrique Uribe Montaña**





# ORGANIGRAMA COMPAÑÍA DE SEGUROS BOLÍVAR



El Sistema de Gobierno Corporativo del Grupo Empresarial Bolívar se explica detalladamente en el informe de sostenibilidad de Sociedades Bolívar S.A. y en el sitio Web [www.sociedadesbolivar.com](http://www.sociedadesbolivar.com)





# Ámbito Económico

Se refiere a la necesidad de generar riqueza para la sostenibilidad de nuestras empresas y para compartirla con nuestros grupos de interés.

## Contribución al Desarrollo Económico

Presentamos las cifras relevantes que reflejan la dimensión económica de las compañías que componen Seguros Bolívar, de manera comparativa entre los años 2009 y 2010 expresadas en millones de peso colombiano.

	CAPITALIZADORA		COMPAÑÍA DE SEGUROS		SEGUROS COMERCIALES	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
Activos Totales	729.622	572.396	2.307.920	1.872.493	757.779	582.705
Patrimonio	119.207	91.783	666.964	495.940	377.600	278.948
Primas de Seguros			743.530	881.276	385.842	385.053
Cuotas Recaudadas	923.098	717.237				
Siniestros			336.663	350.757	208.993	258.187
Inversiones	679.943	533.683	1.968.988	1.617.026	274.454	241.687
UTILIDADES	17.088	27.751	117.159	116.861	15.472	20.518







## Valor agregado generado y distribuido

Nos guiamos por el modelo del Cuarto Estado Financiero Básico publicado por Don Luis Perera Aldama. Se consolidan los resultados de los tres Estados Contables tradicionales (Balance, Estado de resultados y Flujo de fondos) de las tres compañías de las cuales estamos reportando; no se trata de una mera "agregación", sino más bien de una integración de información social y económica dentro del esquema tradicional de reportes financieros.

El centro de este modelo es la apertura del estado de resultados en dos conceptos: el de generación de riqueza y el de distribución de la riqueza generada.

Detalle	2010		2009	
	Valor	%	Valor	%
Ingresos	2.323.952	100	2.302.437	100
Costos y gastos	(1.572.991)	68	(1.475.088)	64
<b>Valor económico generado</b>	<b>750.961</b>	<b>32</b>	<b>827.349</b>	<b>36</b>
Accionistas	37.329	5	37.851	5
Intermediarios de Seguros	76.377	10	76.084	9
Empleados	94.142	13	94.923	11
Estado	22.675	3	23.611	3
Sociedad	37.636	5	26.810	3
Reinversión	482.802	64	568.070	69
<b>Valor económico distribuido</b>	<b>750.961</b>	<b>100%</b>	<b>827.349</b>	<b>100%</b>

## Valor económico generado

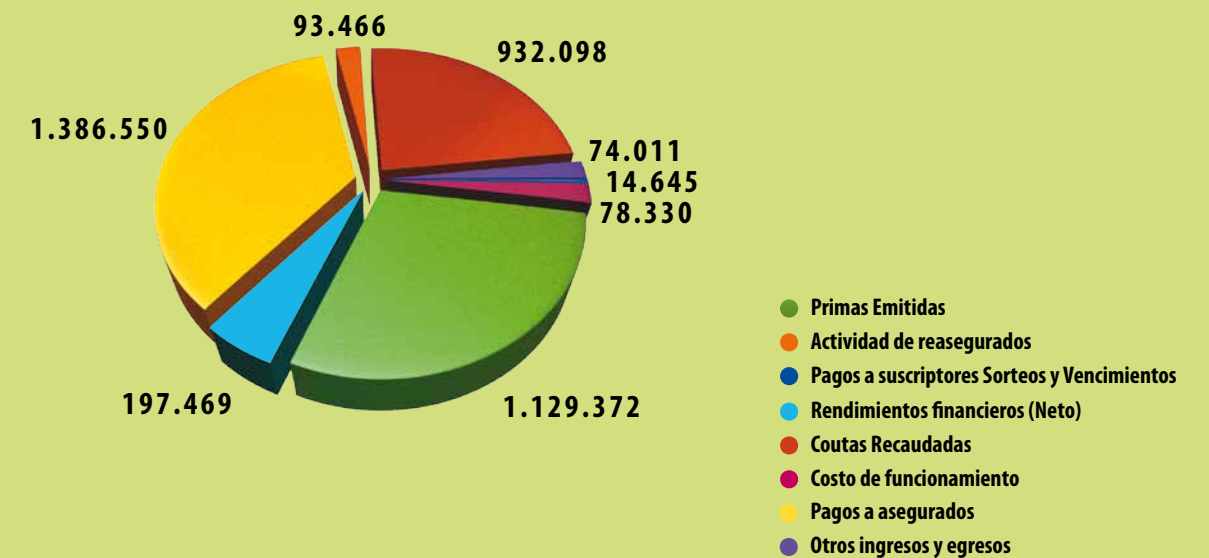
Se considerarán las ventas menos los costos directos totales para determinar el valor agregado generado por la empresa.

El valor generado equivale al 32 y 36% de los ingresos por primas y cuotas recaudadas en los años 2010 y 2009 respectivamente y ese valor se distribuye así:

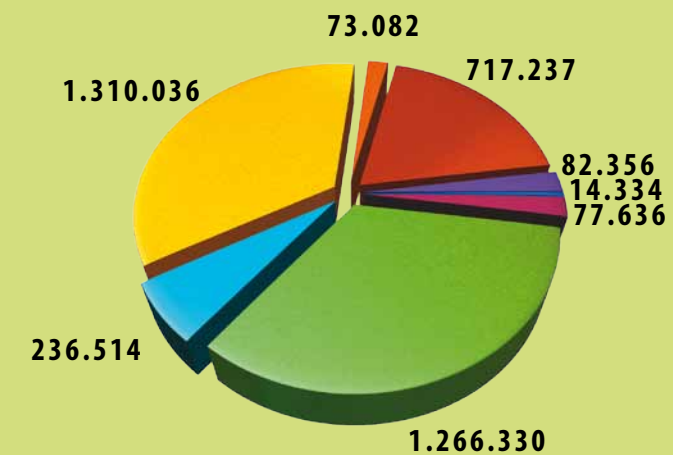
En mayor medida, o sea el 65% para el año 2010 y el 69% para el año 2009 a la reinversión en la propia empresa que constituye el valor económico

retenido, justamente lo que se espera de una compañía de seguros, cuya esencia de contraer riesgos implica la prudencia de mantener una adecuada solvencia patrimonial que le permita cumplir con las obligaciones generadas en la expedición de pólizas y la canalización de los recursos obtenidos por suscriptores de títulos de capitalización.

### VALOR ECONÓMICO GENERADO AÑO 2010



### VALOR ECONÓMICO GENERADO AÑO 2009





## Valor económico distribuido

El uso de la riqueza o valor generado y su distribución entre los grupos de interés relevantes que participan, directa o indirectamente, en la generación de dicha riqueza, puede dividirse de manera primaria en: propietarios o accionistas, intermediarios de seguros, empleados, el estado, la sociedad y la propia empresa.

Esta participación indica el compromiso sostenido de las empresas de Seguros Bolívar en la economía del país, presentando un incremento de un año a otro del orden de \$8.327 millones, pasando de un valor económico distribuido en 2009 de \$255.115 millones a \$262.920 millones en 2010, sin considerar la reinversión en la propia empresa, la cual se entiende como el valor económico retenido.

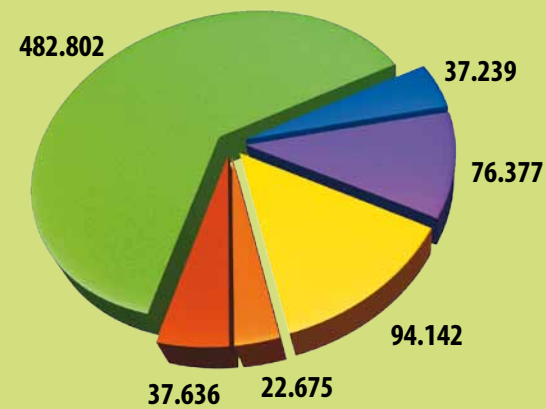
La reinversión por su parte, registró una disminución de \$85.268 millones de un período a otro, igual al 15%.

Distribución del Valor Económico Generado:

GRUPOS DE INTERÉS	2010	2009
Accionistas	37.329	37.851
Empleados	94.142	94.923
Intermediarios	76.377	76.084
Estado	22.675	23.611
Sociedad	37.636	26.810
Reinversión	482.802	568.070

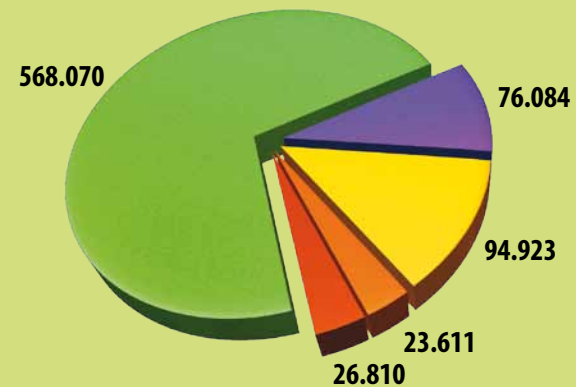
Cifras expresadas en millones de pesos

### VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO AÑO 2010



● Accionistas ● Intermediarios ● Empleados ● Estado ● Sociedad ● Reinversión

### VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO AÑO 2009



● Intermediarios ● Empleados ● Estado ● Sociedad ● Reinversión

## Valor Económico Reinvertido

Se hace referencia al valor distribuido por la empresa en sí misma para poder continuar con sus operaciones. Incluye la constitución de reservas por todo concepto (constitución menos liberación), en el entendido de que las mismas se generan de la actividad de seguros para cubrir riesgos y las mismas deben ser invertidas de acuerdo con la Ley; las utilidades no distribuidas, las provisiones y las amortizaciones / depreciaciones.

Detalle	2010	2009
Reservas técnicas y matemáticas	346.470	425.425
Provisiones y amortizaciones	19.220	10.948
Depreciaciones	4.721	4.418
Utilidades no distribuidas	112.391	127.279
<b>Total reinvertido</b>	<b>482.802</b>	<b>568.070</b>

Cifras expresadas en millones de pesos







# Ámbito Ambiental

Se refiere a las acciones y decisiones orientadas a llevar a nuestras empresas y a los grupos de interés a la ecoeficiencia, mediante la evaluación y reconocimiento del impacto de las actividades y procesos en la cadena de valor.

Orientamos nuestros comportamientos y el de las partes interesadas a identificar los aspectos e impactos ambientales generados en los procesos del negocio, gestionándolos para que sean ambientalmente adecuados; minimizando o atenuando los aspectos adversos, promoviendo el uso eficaz de los recursos naturales, así como el desarrollo sostenible.

## Respeto por nuestro entorno

Entendemos que por el simple hecho de operar, nuestra organización genera impacto ambiental en el entorno inmediato y global. Por ello asumimos la responsabilidad que nos corresponde y enfrentamos el desempeño ambiental de Seguros Bolívar con una gestión cada vez más eficaz y con la coordinación de acciones y programas que nos permitan transformarnos en promotores de buenas prácticas y líderes en gestión ambiental en nuestro grupo, en nuestra industria y en la sociedad en la que operamos.

## Gestión ambiental

Enfocamos nuestra gestión hacia la reducción de los impactos que generan nuestras operaciones, a través de la implementación del Sistema de Gestión Ambiental, con base en los estándares promovidos por la Norma ISO 14001, que implementamos a partir de 2006 y certificamos en diciembre de 2009.

De acuerdo con este sistema, abordamos nuestra gestión ambiental enfocándola a la disminución del consumo de energía, agua e insumos, y a la correcta disposición y manejo de residuos e impactos producidos en nuestras actividades. No obstante, reconocemos los desafíos que nos plantean para los próximos años el estudio y la implantación de conceptos que permitan alcanzar con mayor contundencia el desarrollo sostenible.

Estamos orgullosos de refrendar en el presente documento, que las acciones implementadas en el capítulo Aseguradoras y Capitalizadoras del Informe de Sostenibilidad 2008 de Sociedades Bolívar, no solo se han logrado mantener sino que se han encontrado nuevas métricas que permiten evaluar el comportamiento ambiental haciéndolo comparable con estándares internacionales.

## Uso eficiente de agua

Para Seguros Bolívar es de vital importancia el agua y su justo valor para que todos sus colaboradores la utilicen de manera más eficiente y razonable, cambiando las costumbres de derroche y utilizando tecnologías y prácticas mejoradas que proporcionan igual o mejor servicio con menos agua.

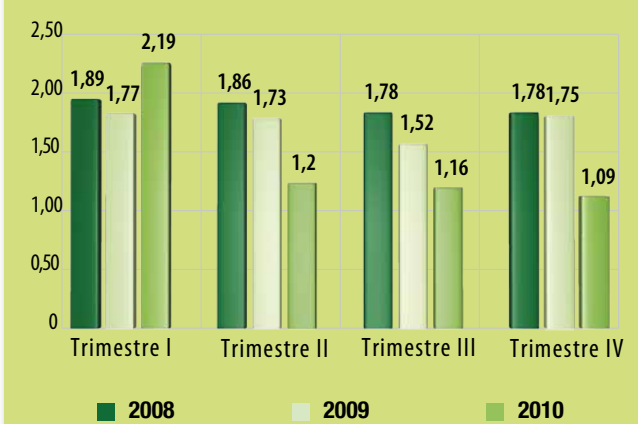
Los comportamientos de preservación involucran el cambio en los hábitos de consumo del agua para lograr un uso más eficiente así como la reducción del consumo en las oficinas.

Gracias a la implementación del Programa de eficiencia y ahorro del agua, se estableció el porcentaje de disminución por año y el consumo por persona, estableciendo las metas de la compañía y desarrollando medidas específicas para el uso del agua.

Por medio del monitoreo mensual de los registros de facturación utilizados para identificar los cambios en el consumo y posibles fugas, se ha logrado generar conciencia sobre los incrementos y así establecer medidas correctivas.

Durante 2010 se consumieron 45.868 m3, con una reducción del 23 %, respecto al consumo de 2009. Actualmente un colaborador consume 1,29 m3/trimestre.

## Consumo de agua por persona





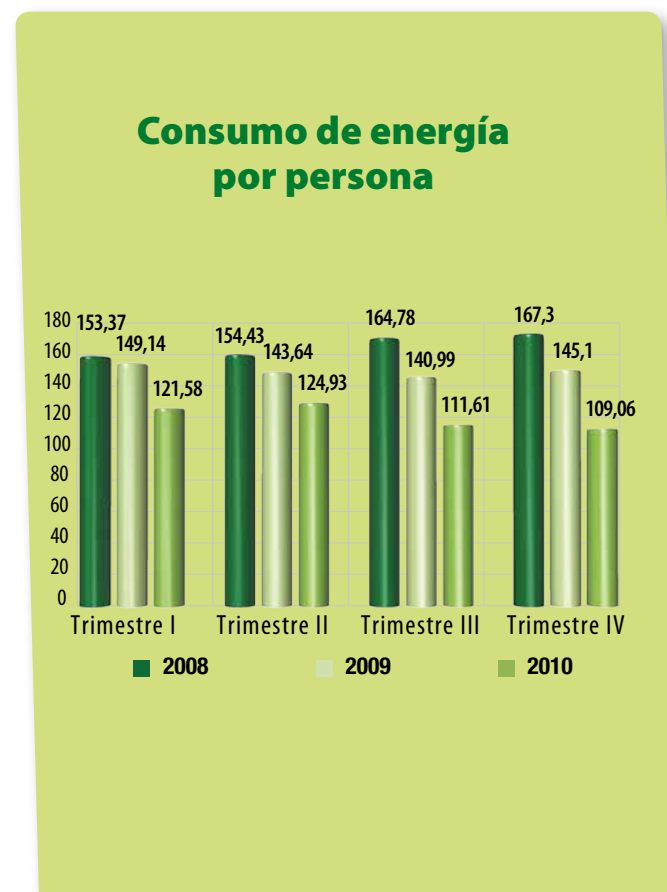
### Uso eficiente de la energía

Con el **Programa de eficiencia y ahorro de energía** se ha reducido el consumo de energía, mediante el uso de lámparas fluorescentes, balastos y luminarias más eficientes, el aprovechamiento de la luz natural y la instalación de tecnologías que permiten que las luces se apaguen cuando los puestos de trabajo se encuentren desocupados y disminuir la iluminación artificial cuando haya suficiente luz natural.

Otro de los factores determinantes del programa es el cambio de hábitos de consumo por parte de los colaboradores, implementando acciones como apagar el computador cuando no se está usando, no dejar los cargadores conectados cuando no es necesario, entre otras medidas.

Por medio del monitoreo mensual de los registros de facturación, se han identificado los cambios de consumo y las posibles fugas en el sistema, sensibilizando a los colaboradores sobre el uso eficiente de la energía.

Durante 2010 Seguros Bolívar consumió 3.378.586 Kwt, lo que representa una disminución de 17%, respecto a 2009. Actualmente el consumo de una persona en Seguros Bolívar es igual a 118,45 Kwt/ trimestre.



### Acciones para la reducción de gases efecto invernadero

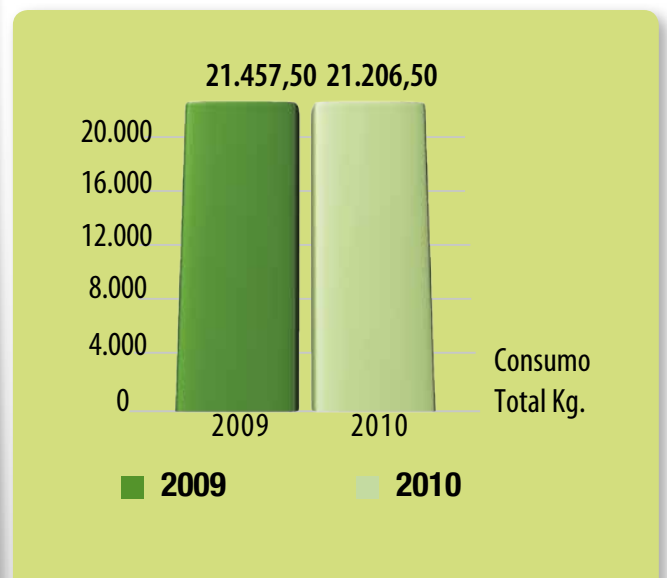
Luego de realizar el correspondiente diagnóstico sobre el estado y funcionamiento de los aires acondicionados ubicados en las diferentes oficinas de nuestra organización, se evidenció que la mayoría de estos equipos funcionan con gas refrigerante R22, considerado altamente contaminante para el medio ambiente, dado que daña la capa de ozono y contribuye a la generación de gases efecto invernadero, aumentado así, el calentamiento global. Seguros Bolívar ha iniciado el proceso de sustitución de estos equipos para disminuir el impacto causado por estos y reemplazándolos por sistemas que contienen gas refrigerante R-410A amigable para la capa de ozono. Durante el año 2010 un 14,77 % de los equipos fueron sustituidos.

### Uso eficiente del papel

Con el **Programa de reciclaje y uso eficiente del papel** se ha creado conciencia en los colaboradores generando un cambio en los hábitos, como utilizar el papel por ambas caras, fomentar la comunicación interna por medios electrónicos, reutilizar el papel para tomar notas o borradores, a la vez que se ha difundido la cultura del reciclaje, ubicando canecas de color verde y gris, garantizando así la separación de los residuos.

Como resultado de la gestión, durante 2010 se han utilizado 17.369 Kg de papel, obteniendo una reducción de 1%, respecto al consumo de 2009; cada colaborador consume un promedio de 0,48 Kg/ trimestre.

Durante 2010 se reciclaron 37.206,25 Kg, los cuales han sido aprovechados por fundaciones y cooperativas de trabajo, integradas por personas de bajos recursos.

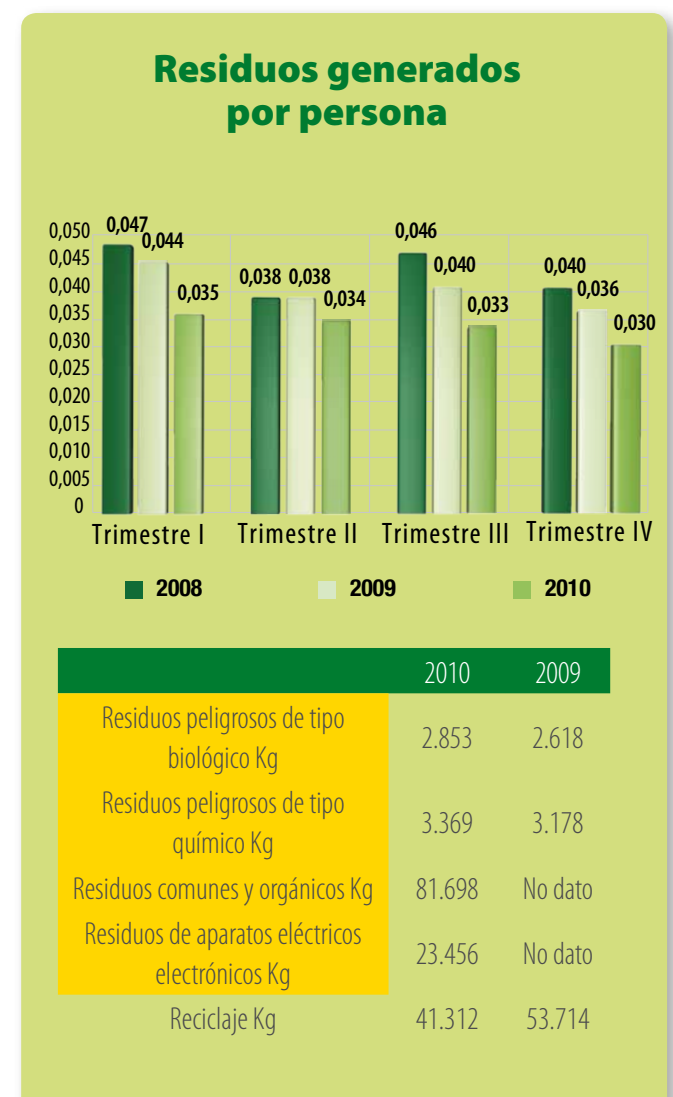


### Generación y disposición de residuos peligrosos ( hospitalarios, tubos fluorescentes, tóner )

El manejo integral de los residuos peligrosos (hospitalarios, tubos fluorescentes, tóners), se ha constituido en una de las prioridades de Seguros Bolívar, para prevenir:

- La generación de gases de efecto invernadero, los cuales aumentan la temperatura, el deshielo de los polos y las afecciones al sistema respiratorio de los seres humanos.
- La contaminación del agua que acaba con la micro fauna que habita en ella (lombrices, bacterias, hongos, musgos, insectos, etc.), lo cual genera el proceso de desertificación del suelo.

En 2010 se enviaron 2.255 Kg. a disposición final, evitando que estos terminaran en rellenos sanitarios.



### Generación y disposición de residuos electrónicos

Los aparatos eléctricos y electrónicos generados contienen una cantidad de materiales, como plomo, cadmio, PCB's, cromo, bromo etc., que los convierte en residuos peligrosos. Por ello hemos desarrollado un **Programa de Gestión Integral de Residuos** que separa, almacena, transporta, aprovecha y dispone, con proveedores autorizados por las autoridades ambientales. Gracias a esta gestión se recupera el 50 al 55% de los metales.

La recuperación y reciclaje de los residuos eléctricos y electrónicos ahorra recursos como agua y energía y protege al medio ambiente, ya que no es necesario extraer nuevamente metales como plomo, bromo y cromo. Seguros Bolívar, durante 2010 generó 16.399 Kg. de los cuales 8.198 Kg. fueron recuperados o reciclados por los proveedores encargados de la disposición final.

### Generación de vertimientos

Para los vertimientos se construyeron sistemas de tratamiento para entregarlos de manera apropiada, asegurando con ello su control. Periódicamente se analiza la calidad fisicoquímica del agua para verificar el funcionamiento del procedimiento realizado.

Los residuos líquidos generados por las actividades de los centros médicos se almacenan y se disponen adecuadamente evitando así que vayan al alcantarillado.

### Publicidad exterior visual

Seguros Bolívar busca un equilibrio con los elementos paisajísticos y urbanos donde tenemos expuestos nuestros avisos publicitarios. En la actualidad los avisos cumplen al 100% con la normatividad en cada ciudad.





# Ámbito Laboral

Se refiere al desarrollo integral y al bienestar de los colaboradores así como a la promoción de buenas prácticas en las fuerzas de trabajo que impactamos.

El éxito en el desarrollo de nuestra empresa y en el logro de nuestros objetivos es el resultado del compromiso que tenemos con nuestros colaboradores.

El ser humano es para la Familia Bolívar la principal fuente de crecimiento, bienestar y generación de valor. "Ser es lo importante", esa es la esencia de la cultura de la Familia Bolívar, una cultura que trae consigo principios y valores que nacen, se concretan y cobran importancia a través de nuestra gente, que los expresa, vive e irradia.

Durante años estos valores han orientado nuestras conductas, caracterizándonos por el liderazgo, nuestro compromiso con la sociedad, el interés por la innovación y el trabajo en equipo.

## Nuestros colaboradores

El número de colaboradores a diciembre 30 de 2009 fue de 2.427 y a diciembre 30 de 2010 de 2.463; el 99.5% tiene contrato a término indefinido.

Tipo de Colaborador	CLASE CONTRATO	2009	2010
DIRECTIVO	Término Indefinido	74	78
EJECUTIVO	Término Indefinido	270	286
DIRECTOR DE VENTAS FI	Término Indefinido	190	196
DIRECTOR COMERCIAL. ÁREA ESPECIALIZADA	Término Indefinido	24	27
ESCALAFONADO	Término Fijo	13	13
ESCALAFONADO	Término Indefinido	761	799
ASESOR DE VENTAS	Término Indefinido	1.095	1.064
TOTAL GENERAL		2.427	2.463



Nuestros colaboradores se encuentran ubicados en 19 ciudades del país, donde el 57.08% corresponde a Bogotá, el 8.16% a Medellín y 6.55% a la ciudad de Cali, dentro de las de mayor presencia.



CIUDAD DE TRABAJO	2009	2010	%Participación 2009	%Participación 2010
01 Bogotá	1336	1406	55,05%	57,08%
02 Medellín	201	201	8,28%	8,16%
03 Santiago de Cali	159	160	6,55%	6,50%
04 Barranquilla	147	129	6,06%	5,24%
05 Bucaramanga	83	73	3,42%	2,96%
06 Pereira	59	41	2,43%	1,66%
07 Cartagena	56	51	2,31%	2,07%
08 Villavicencio	49	56	2,02%	2,27%
09 Manizales	59	52	2,43%	2,11%
10 Ibagué	52	49	2,14%	1,99%
11 Cúcuta	39	43	1,61%	1,75%
12 Armenia	25	25	1,03%	1,02%
13 Montería	28	30	1,15%	1,22%
14 Pasto	32	38	1,32%	1,54%
15 Santa Marta	23	23	0,95%	0,93%
16 Neiva	35	37	1,44%	1,50%
17 Sincelejo	17	17	0,70%	0,69%
18 Tunja	15	19	0,62%	0,77%
19 Valledupar	12	13	0,49%	0,53%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>2427</b>	<b>2463</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Tanto para 2009 como para 2010, en la mayoría de los niveles jerárquicos, cerca del 60% de nuestros colaboradores son mujeres y 40% hombres. Esta relación se invierte en los cargos directivos.

	Directivo		Ejecutivo		Director de ventas fi		Director comercial area especializada		Escalafonado		Asesor de ventas		Total	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
MUJERES	29	30	159	166	122	125	16	17	535	557	775	756	1636	1651
% MUJERES	39,2	38,5	58,9	58,0	64,2	63,8	66,7	63,0	69,1	68,6	70,8	71,1	67,4	67,0
HOMBRES	45	48	111	120	68	71	8	10	239	255	320	308	791	812
% HOMBRES	60,8	61,5	41,1	42,0	35,8	36,2	33,3	37,0	30,9	31,4	29,2	28,9	32,6	33,0

La Empresa se caracteriza por ser un lugar acogedor para trabajar, con indicadores de rotación bajos y promedios de antigüedad muy altos, la nómina administrativa (sin incluir los asesores de ventas) tiene un promedio de antigüedad de 11.1 años la cual se ha mantenido en la organización durante los periodos evaluados.

TIPO COLABORADOR	EDAD Y ANTIGÜEDAD (años)	2009	2010
DIRECTIVO	Promedio de Antigüedad	17,3	17,5
	Promedio de Edad	49	49
DIRECTOR COMERCIAL ÁREA ESPECIALIZADA	Promedio de Antigüedad	13,3	13,2
	Promedio de Edad	41	40
DIRECTOR DE VENTAS FI	Promedio de Antigüedad	8,3	9,09
	Promedio de Edad	40	40
EJECUTIVO	Promedio de Antigüedad	10,98	10,81
	Promedio de Edad	40	40
ESCALAFONADO	Promedio de Antigüedad	11,38	11
	Promedio de Edad	38	38
ASESOR DE VENTAS	Promedio de Antigüedad	2,3	2,5
	Promedio de Edad	29	29
<b>PROMEDIO GENERAL ANTIGÜEDAD</b>		<b>7,2</b>	<b>7,4</b>
<b>PROMEDIO GENERAL EDAD</b>		<b>35</b>	<b>35</b>

Todos los empleados directos de la Compañía, de acuerdo a la política de selección y vinculación, son mayores de 18 años.



## Proceso de selección

Nuestros procesos de reclutamiento y selección están estructurados rigurosamente y son de obligatorio cumplimiento para todo ingreso que se gestione. Se convierte en uno de los procesos más importantes que nos exige encontrar personas que se adapten a nuestra cultura y logren altos desempeños para contribuir a los resultados organizacionales y a la sostenibilidad de la compañía.

Nuestra política protege el respeto por los derechos humanos y la no discriminación tanto en sus empleos directos como en las fuerzas laborales indirectas que contratamos.

En 2009 y 2010 se realizaron 407 y 425 procesos de selección, respectivamente, para diferentes cargos dentro de la organización.

## Nuestro índice de rotación

El índice de rotación en 2009 del Área Administrativa es 2.55%, del Área Comercial Especializada 6.16% y para 2010, de 5.90% en administrativos y -1.28% en Área Comercial Especializada. Dicho índice corresponde al total de colaboradores que entran de Seguros Bolívar, menos los que salen, divididos por el total de colaboradores al 31 de diciembre del correspondiente año.



## Capacitación de nuestros colaboradores

Seguros Bolívar cuenta con la Gerencia Nacional de Capacitación que se encarga del entrenamiento de las fuerzas de ventas y de los cursos de formación a colaboradores administrativos, la inversión en capacitación para 2009 y 2010 fue de **\$818.7 y \$1.176,4** millones de pesos, respectivamente.

### Informe de cursos e inversión en capacitación

Capacitados	No. Participantes		Horas de Capacitación		Inversión en Capacitación*		
	Año	2009	2010	2009	2010	2009	2010
DIRECTIVOS		13	181	13	260	344.500	7.549.880
EJECUTIVOS		392	2.508	338	3.198	8.957.000	92.863.524
ESCALAFONADOS		3.025	4.061	6.655	6.565	176.357.500	190.634.470
FUERZAS DE VENTAS		9.080	10.879	12.457	20.073	330.110.500	528.879.774
TOTAL		12.510	17.629	19.463	30.096	515.769.500	873.927.648
GASTOS REFRIGERIOS						120.000.000	72.750.000
VIAJES CAPACITADORES						183.000.000	229.763.250
TOTAL INVERSIÓN EN CAPACITACIÓN						818.769.500	1.176.440.898

\*Inversión en capacitación expresada en \$ colombianos

Motivo De Retiro	Retiros Por Causa			
	Administrativos		Asesor De Ventas	
	2009	2010	2009	2010
Voluntario	71	77	692	665
Jubilados	11	11	-	0
Unilateral Del Patrono	18	24	60	26
Justa Causa Por Improductividad	-	-	53	64
Muerte Del Colaborador	1	1	-	0
Terminación Del Periodo Pactado	0	1	0	17
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>114</b>	<b>805</b>	<b>772</b>





## Centro de Formación Gerencial –CFG

Las Compañías del Grupo Empresarial Bolívar contamos con el Centro de Formación Gerencial como una dependencia estratégica para la formación de la población directiva, ejecutiva y profesional de la Familia Bolívar, y como complemento de la capacitación ofrecida por las compañías que conforman al Grupo, la participación de Seguros Bolívar en los cursos y programas ofrecidos por el CFG fue del 14% en 2009 y 20% en 2010, del total de asistentes a sus actividades.

El Centro de Formación Gerencial cuenta con cursos cortos para el fortalecimiento de competencias, para desarrollo de habilidades, cursos de actualización, de crecimiento y desarrollo personal, programas de formación de jefes, Programa “Gerentes de clase mundial” y cursos para el perfeccionamiento del idioma inglés. (Las estadísticas pueden ser consultadas en el Informe de Sostenibilidad 2009- 2010 de Sociedades Bolívar).

Programa	Participantes Seguros Bolívar		Horas Hombre	
	2009	2010	2009	2010
Gerentes Clase Mundial	76	80	6080	3712
Jefes “Arte De Dirigir”	29	52	2004	4052
Cursos presenciales	315	811	1762	9806
Inglés	74	47	8880	3180
Cursos virtuales		99		111
<b>TOTAL</b>	<b>494</b>	<b>1089</b>	<b>18726</b>	<b>20861</b>

Seguros Bolívar		
Programa	Participantes 2009	Participantes 2010
Fomento Microempresarial	436	575
Economía del hogar	294	148
Encuentro “ Familia a Familia”	0	60
Empleabilidad	82	17
Adulto mayor	0	89
Videos para padre de familia	0	25
Conferencias retos cotidianos	398	421
Consejería psicológica ( Consultas)	891	1023
<b>Total</b>	<b>2101</b>	<b>2358</b>

El informe completo y detallado de la formación impartida por el Centro de Formación Gerencial puede consultarse en el informe de Sostenibilidad de Sociedades Bolívar en su sitio Web [www.sociedadesbolivar.com](http://www.sociedadesbolivar.com)

La seguridad de la información y la importancia del conocimiento de nuestro sistema de gestión de riesgos requirió un importante esfuerzo de la capacitación como lo muestra la tabla siguiente:

CAPACITACIÓN DOCTORADO EN INGENIERÍA DE LA TRANSPARENCIA Y LA CONFIANZA	
CURSOS	NÚMERO DE CAPACITADOS
SARO I ( Sistema de administración de riesgo operativo)	1388
SARO II	1131
SARLAFT (Sistema de administración riesgo de lavado activos y financiación del terrorismo)	1288
Seguridad de la Información	1122
Principios del Sistema de Control Interno	1426

## Evaluación del desempeño

Para la Compañía la valoración es un instrumento muy importante con el que cuenta la gestión del Recurso Humano, se hace de manera anual y se valoran tanto los objetivos como las competencias organizacionales. Durante septiembre de 2010 capacitamos de nuevo a los jefes para que puedan llevar a cabo una adecuada realimentación; así mismo, para el proceso de valoración de 2010 se implementó un aplicativo para realizar la evaluación en línea a través del portal de Recursos Humanos y no en papel, con el objetivo de ahorrar papelería y tener mayor rapidez en la entrega de resultados.

### Valoración funcionario – jefe

Para la valoración funcionario-jefe, se hace cada año una evaluación con un formulario de manera anónima y confidencial, en el cual se califican estilos de dirección, gestión y administración del talento humano. Con estos resultados se elaboran los planes de mejoramiento y capacitación.

Evaluación jefe - funcionario año 2009		
	Número de colaboradores	Promedio nota
Objetivos	873	4,30
Competencias	907	4,63

Evaluación funcionario – jefe año 2009		
Número de Colaboradores	Número De jefes	Nota promedio
1838	274	4,34





## Comunicación interna y relacionamiento con colaboradores

Crear un intercambio continuo y dinámico de información entre las personas que conforman la organización, es uno de los objetivos corporativos y estratégicos de la Empresa.

Hemos desarrollado una política de comunicación interna que pretende sembrar en todos los integrantes de la Compañía una verdadera cultura corporativa, para que se sientan a gusto trabajando y siendo parte fundamental de la organización.

Seguros Bolívar cuenta con varias herramientas de comunicación interna que facilitan la permanente actualización en temas relacionados con el personal, productos, servicios, cultura organizacional, programas de desarrollo y estrategias comerciales.

**1. Revista Contacto:** se entrega bimestralmente, reúne y canaliza la información general sobre las actividades que realizan las diferentes áreas de la Compañía y empresas del Grupo. Entre los temas que se publican están: cambios tecnológicos, desarrollo y actualización de productos y servicios, reconocimientos otorgados, logros obtenidos frente al mercado, temas de interés del Grupo, aniversarios y eventos colectivos, entre otros.

En el año realizamos seis ediciones con un costo de diseño e impresión aproximado de \$70.000.000.

**2. Contacto en Línea:** es una de las herramientas de comunicación más utilizados por su inmediatez. En ella se hace referencia a temas de interés general que incluyen políticas, movimientos de personal, actividades de la

gestión de Recursos Humanos, convocatorias para nuevos cargos, actividades deportivas y de salud, entre otras. Este medio tuvo un relanzamiento en octubre del 2010 y a la fecha contamos con más de 3.400 vistas.

**3. Plantillas (correo electrónico):** Hacen referencia a temas puntuales que se generan diariamente y que por su importancia, se espera sean vistos al instante. Al año se envían aproximadamente 290 plantillas informativas.

**4. Noticiero TV Contacto:** es un medio audiovisual que le da dinamismo a la comunicación. Es abierto a la opinión y colaboración de los funcionarios. Complementa y refuerza la información de los otros medios, permite potencializar el sentimiento corporativo e invita a la participación, especialmente a aquellos funcionarios que se encuentran en otras ciudades. Se hace bimestralmente y tiene un costo aproximado de \$80.000.000.

**5. La Intranet:** es un eficaz medio en el cual se presentan todos los temas de interés general como políticas, movimientos de personal, actividades de la gestión de Recursos Humanos, noticias prioritarias, convocatorias para nuevos cargos, actividades deportivas, de salud, entre otras.

**6. Portal de Innovación:** con él los funcionarios innovadores pueden registrar sus ideas y hacer seguimiento a las mismas. Además el portal cuenta con información actualizada sobre los principios y herramientas de innovación.

**7. Otros canales** de comunicación con los cuales cuenta la Compañía son los Comités de Calidad, Comités de Gerencia, desayuno mensual de Gerentes, Reunión anual de Gerentes y las Reuniones con la junta directiva del Sindicato.

Dentro de las actividades de relacionamiento, reconocimiento y agradecimiento a los colaboradores podríamos citar: Las vacaciones recreativas para los hijos de los funcionarios, La noche de artistas, día de la salud, cena de aniversario celebración de cumpleaños, el día de la secretaria y el tradicional Bingo Bailable de la Compañía.



## Comité de Acoso Laboral

Existe el Comité de Acoso Laboral, para dar aplicación estricta a la Ley 1010 de 2006; está conformado por un ejecutivo de la Compañía, el presidente del Sindicato y la Gerencia de Relaciones Humanas; allí se discuten y estudian los casos que llegaren a presentarse. En 2009 hubo dos casos de acoso laboral en la fuerza de ventas y los dos tuvieron decisiones favorables a la Compañía por parte del Ministerio de la Protección Social; en 2010 se presentó un caso en la fuerza de ventas, del cual desistió la persona.

## Libertad de asociación

La Compañía cuenta con un sindicato de base creado hace 51 años y nos preciamos de tener unas muy buenas relaciones basadas en el respeto, el diálogo, la transparencia y la confianza.

Nos une un mismo objetivo, que es el bienestar de los colaboradores, sin desconocer la supervivencia de la empresa.

El Sindicato tiene 802 afiliados, una junta directiva nacional con base en Bogotá, 2 juntas directivas seccionales en Cali y Medellín y 4 comités seccionales en Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena y Cúcuta. En total hay 46 directivos con fuero sindical en todo el país.

En octubre de 2010 se realizó democráticamente la elección de los delegados que conforman la asamblea nacional, la cual se encarga de elegir la junta directiva nacional y aprobar el presupuesto y el cronograma general de las actividades del sindicato. En esta oportunidad, fueron elegidos 53 delegados en total, de los cuales 35 pertenecen a la ciudad de Bogotá.

En 2010 por primera vez se firmó la convención con una vigencia de tres años.





## Compensación y salarios

Somos una compañía que promueve la compensación justa, que busca la equidad salarial interna y externa; por este motivo la Empresa participa en encuestas salariales del sector con el fin de identificar el nivel de competitividad externa por parte de los salarios de los diferentes colaboradores.

Nuestros beneficios están agrupados en **Remuneración fija, Primas extralegales, Préstamos, Auxilios y becas, Compensación Flexible, Compensación Variable, Beneficios de Grupo.** La guardería Infantil del Grupo Empresarial Bolívar Crayola, las tasas preferenciales en leasing

de vehículos y tasas preferenciales en préstamos de libre inversión a través del Banco Davivienda).

El total anual del salario pagado a los colaboradores de la nómina administrativa y de Área Comercial Especializada en 2009 y 2010 corresponde a \$63.526 y \$72.421 millones de pesos respectivamente. El salario mínimo en 2010, de \$575.000 para los colaboradores del Área Administrativa correspondió a 1.116 veces el salario mínimo legal vigente. También se pagaron bonificaciones no salariales por cumplimiento de resultados organizacionales en todos los niveles jerárquicos y comisiones o bonificaciones por ventas.

TIPO DE BONIFICACIÓN	VALOR 2009 (millones de \$)	VALOR 2010 (millones de \$)
Bonificaciones no Salariales Directivos y Ejecutivos	2.625	3.382
Bonificaciones por Ventas Fuerza I	4.866	5.406
Bonificaciones no Salariales Escalafonados	1.050	579
<b>TOTAL</b>	<b>7.951</b>	<b>9.392</b>

\*En 2010 se pagaron, adicionalmente, bonificaciones por ventas por \$5.851,92 millones de pesos al Área Comercial Especializada.

## Enriquecemos la vida de nuestros colaboradores y sus familias

Nuestro propósito es fomentar el bienestar, la calidad de vida y el desarrollo de nuestros colaboradores y sus familias. Por esta razón brindamos beneficios con los cuales buscamos apoyarlos para que se sientan motivados y comprometidos, beneficios entre los que se cuentan: el auxilio de maternidad, de matrimonio, funerario, de almuerzo, de libros, de lentes, de gastos notariales, uniformes, auxilios por enfermedad e incapacidad, por gran invalidez, por calamidad doméstica, la póliza de hospitalización y cirugía, el seguro de vida, préstamos de vivienda, primas de antigüedad y de aniversario, entre otros. De otra

parte, la Compañía otorga un día de vacaciones adicional a lo establecido por la ley.

Así mismo, a través de la Oficina de Orientación al Personal, del Grupo Empresarial Bolívar, se canalizan importantes actividades para mejorar la calidad de vida de los colaboradores de las empresas del grupo y su núcleo familiar, mediante programas como Fomento Microempresarial, Economía del Hogar, Consejo Psicológico, Prevención Familiar – Retos Cotidianos, Adulto Mayor, Trabajo con padres e hijos, Empleabilidad.

Las cifras de la inversión y el detalle de cada uno de los programas que lidera la Oficina de orientación pueden ser consultadas en el Informe de Sostenibilidad de Sociedades Bolívar, [www.sociedadesbolivar.com](http://www.sociedadesbolivar.com)

### AUXILIOS Y PRESTACIONES EXTRALEGALES (millones de pesos)

CONCEPTO	2009	2010
Prima de Aniversario	2.843	3.070
Prima de Antigüedad	532	653
Prima Convencional	2.068	2.163
Auxilio Funerario	33	16
Auxilio de Matrimonio	17	32
Auxilio de Maternidad	26	39
Auxilio de Lentes	151	150
Auxilio Uniformes y Calzado	629	785
Auxilio de Gastos Notariales	15	23
Póliza Hospitalización y Cirugía	2.140	2.425
Préstamo Educativo (Condonable hasta el 100%)	192	122



En 2010 se aprobaron préstamos de vivienda por 2.442 millones de pesos; para calamidad doméstica, 97,28 millones de pesos; y se dieron auxilios de libros por 42,74 millones de pesos.

### Enriquecemos la vida de las familias de nuestros colaboradores

Como una contribución a la primera infancia, en 2000, a través de la Fundación Hogar Infantil, se dio vida al Preescolar Crayola, cuyo objetivo es brindar educación de óptima calidad a niños y niñas de la comunidad. De este servicio participaron 38 niños en 2009 y 45 en 2010, todos hijos de nuestros colaboradores con contrato a término indefinido.

Crayola busca formar valores en los niños y promover la autonomía, autoestima y socialización. Emplea un modelo pedagógico basado en la teoría de Modificabilidad Cognitiva del Dr. Reuven Feuerstein. Se incluyen conocimientos de matemáticas, ciencias, física experimental, desarrollo de pensamiento, computadores y ajedrez, enmarcados en los proyectos de aula.

La información completa se encuentra en el informe de sostenibilidad de Sociedades Bolívar [www.sociedadesbolivar.com](http://www.sociedadesbolivar.com)



### Sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional

Seguros Bolívar está comprometido con la Salud y Bienestar de sus colaboradores; y consciente de este compromiso, apoya el mejoramiento del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional.

En 2010 se logró la Recertificación del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional, por parte del ente certificador SGS Colombia, que había sido obtenida en junio de 2007, quien evidenció el cumplimiento y conformidad de los requisitos de la norma OHSAS 18001 v. 2007.

En 2010 la tasa de accidentalidad de la Compañía fue de 2,9% (2,9 AT por cada 100 colaboradores) con un ligero incremento con respecto al año 2009 que se situó en 2.7%. Sin embargo, el índice de severidad (días perdidos por accidente de trabajo) en 2010 se redujo en un 34% con respecto a 2009.

#### Los principales programas de prevención son:

**Trabaje seguro:** Programa dirigido al control de los riesgos derivados de los peligros locativos en el personal administrativo.

**Ergonomía y vida cotidiana:** Programa dirigido a la prevención de la incidencia de enfermedades profesionales generadas por peligros biomecánicos en el personal administrativo.

#### Prevención del riesgo

**cardiovascular:** Programa dirigido a la evaluación y seguimiento de los factores de riesgo cardiovascular de los funcionarios.

La inversión total de la compañía en el tema de seguridad y salud ocupacional ascendió a 324 millones para 2009 y \$350 millones para 2010.

### Promoción del deporte

En Seguros Bolívar el deporte es un tema muy importante en procura del bienestar y sano esparcimiento de todos los colaboradores. En 2010 la Compañía destinó un presupuesto de \$210.000.000 para el desarrollo de los siguientes deportes: fútbol, baloncesto, voleibol, bolos y tejo.

Así mismo, la Compañía participó en las Olimpiadas de la Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA, cumpliendo una destacada actuación.



### Fomentamos la cultura del ahorro ADEBOL

La asociación de empleados, ADEBOL, desde su creación en 1951 ha mantenido como principal objetivo fomentar el ahorro de sus asociados y estar dispuesto a colaborar en la solución de las necesidades bien sea a través de préstamos o de otros servicios y de lograr un alto rendimiento que mantenga y aumente el ahorro del afiliado.

Al cierre de 2009, muestra cifras importantes como son activos por \$61.000 millones de pesos representados en inversiones por préstamos a socios y ahorros de los 2.315 afiliados, hechos que confirman que ADEBOL es más fuente de ahorro que fuente de endeudamiento, propósito que no impide que ante las necesidades de los asociados continuemos con el servicio de préstamos que se han venido autorizando tradicionalmente; obviamente con las restricciones y requisitos que exige el manejo cuidadoso y responsable de los recursos.

Al cierre de 2010 el número de afiliados es de 2.216 y el total de activos \$72.245 millones de pesos.



## El compromiso con quienes forjaron nuestra historia

Para Seguros Bolívar el bienestar y la calidad de vida de sus colaboradores pensionados es muy importante. Por ello en 1979 se creó la Asociación de Pensionados de Seguros Bolívar APENBOL que realiza actividades a favor de los afiliados.

Pensando en la comodidad de los afiliados, en diciembre de 2009 Seguros Bolívar asignó una oficina que cuenta con todos los equipos e infraestructura necesaria para su adecuado funcionamiento. Así mismo, la Compañía donó \$ 172 millones en el 2009 y \$ 182 millones de pesos en 2010, recursos que se destinan principalmente a la salud y a la ayuda de los afiliados más necesitados.

A diciembre de 2009 la Asociación contaba con 203 afiliados y a diciembre de 2010 con 214 afiliados en todo el país.

## El mejor lugar para trabajar en Colombia

Con base en la filosofía que ha impulsado el Grupo Empresarial Bolívar y los hechos relevantes destacados a lo largo del capítulo de nuestro Ámbito Laboral, podemos afirmar que Seguros Bolívar es el mejor lugar para trabajar en Colombia, tal como fue reafirmado por la evaluación efectuada por Great Place to Work Institute, en el segundo semestre de 2010.

El modelo de este reconocido instituto apunta al entendimiento de la cultura organizacional, a través de la confianza, la camaradería y el orgullo que tienen los colaboradores hacia los jefes, los compañeros de trabajo y la compañía en general.

Great Place to Work Colombia realizó en todas las sucursales de Seguros Bolívar una encuesta a cada funcionario, de la cual se hizo una aproximación a la cultura laboral y al sentir de los colaboradores con su trabajo. De acuerdo a los excelentes resultados obtenidos se calificó a nuestra empresa como la "MEJOR EMPRESA PARA TRABAJAR EN COLOMBIA" dentro de una prestigiosa lista de importantes empresas seleccionadas.



"En Seguros Bolívar S.A. se observa una cultura organizacional excepcionalmente construida, se evidencian muy estructurados los espacios de confianza entre colaboradores y líderes, que propician el fortalecimiento de las relaciones personales, el orgullo por la compañía y por el trabajo, demostrando la buena gestión que ha efectuado la organización para ser un Gran Lugar para Trabajar".

### Great Place to Work Colombia

"Ser la primera funcionaria de Seguros Bolívar, a mis 16 años fue todo un reto. Muchas anécdotas y buenos momentos acompañaron mis labores. Hoy con gran orgullo paralelo al crecimiento de mi familia veo la grandeza de la organización que ha trascendido las fronteras de nuestro país. Tengo muy buenos recuerdos sobre el respeto que siempre nos ofrecieron, de los beneficios que año a año nos otorgaron, del esmero con que nos formaron, por todo esto, saber que mi Empresa fue catalogada como la mejor compañía para trabajar en Colombia, no me sorprende; en estos 71 años de mi vinculación, siempre lo he sentido así"

Beatriz Luque de Gaitán

GREAT PLACE TO WORK®



DIMENSION	ASPECTO	ACEPTACIÓN	RESULTADO
Credibilidad	Comunicación	94%	Excelente
	Competencia	96%	Excelente
	Integridad	96%	Excelente
Respeto	Apoyo	94%	Excelente
	Participación	94%	Excelente
	Cuidado	97%	Excelente
Imparcialidad	Equidad	93%	Excelente
	Ausencia de favoritismo	88%	Excelente
	Justicia	97%	Excelente
Camaradería	Fraternidad	98%	Excelente
	Hospitalidad	98%	Excelente
	Sentido de equipo	97%	Excelente
Orgullo	Orgullo por el trabajo	99%	Excelente
	Orgullo del equipo	98%	Excelente
	Orgullo de la empresa	99%	Excelente
Apreciación General		99%	Excelente



# Ámbito Comercial



Se refiere a la integridad en las prácticas comerciales con nuestros clientes, intermediarios, proveedores y demás aliados comerciales.



## Clientes

### Estrategia de mercadeo y servicio

La estrategia de mercadeo y servicio está orientada a la oferta de productos y servicios diferenciados con base en la construcción de vínculos emocionales con el cliente definida dentro de una estrategia corporativa llamada "La estrategia erizo".

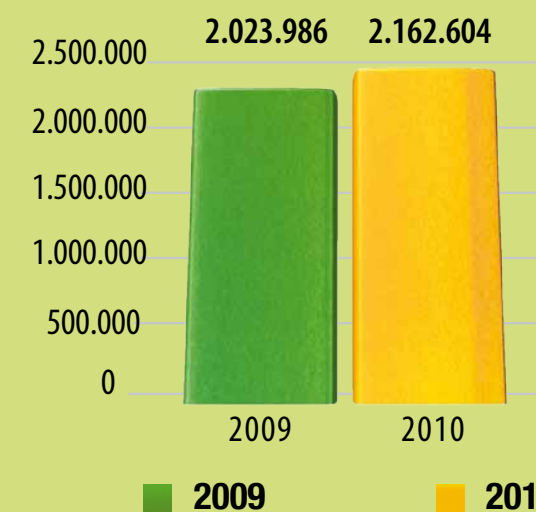
Para Seguros Bolívar es claro que los seguros y las emociones tienen una estrecha relación, porque éstos se han diseñado para mantener el equilibrio del cliente frente a situaciones de daño o pérdida, las cuales generalmente están vinculadas con momentos emocionales. Con el objetivo de fortalecer vínculos se está trabajando en la construcción de experiencias positivas que generen recuerdo en el cliente y fortalezcan su lealtad, a través de transformar las interacciones de éste con la marca, los productos y los servicios.

### Perfil actual de clientes de Seguros Bolívar

Seguros Bolívar se ha interesado en fortalecer el conocimiento de los clientes, con el objetivo de encontrar oportunidades para construir relaciones a largo plazo, basadas en el enfoque de la organización para generar experiencias positivas en cada interacción frente a un producto o servicio. Desde 2008 se cuenta con un área de Gestión de Conocimiento del Cliente, que además de dar cumplimiento a la reglamentación exigida por la Superintendencia Financiera, administra, salvaguarda y enriquece cada día la información de los clientes.

A continuación se describen algunos datos al cierre de 2010, relacionados con las características demográficas de los clientes vinculados a la organización y ubicados en 1.022 municipios de Colombia.

### Cantidad de clientes Seguros Bolívar S.A. 2009 - 2010



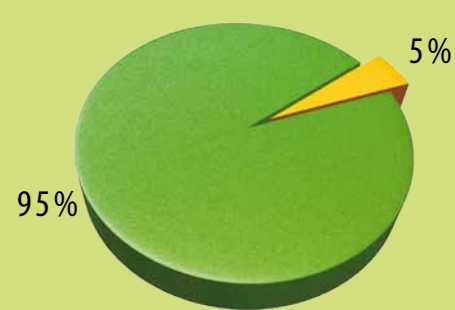


### GÉNERO AÑO 2010



● Femenino ● Masculino

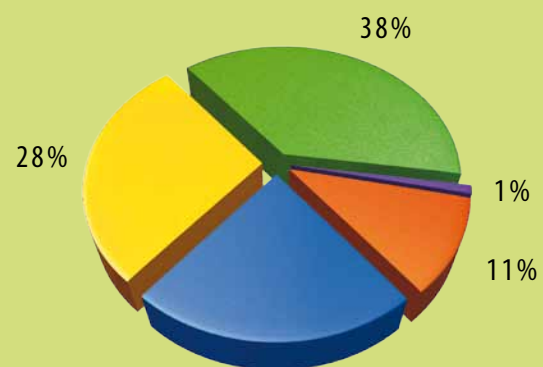
### TIPO DE CLIENTE AÑO 2010



● Naturales ● Jurídicos

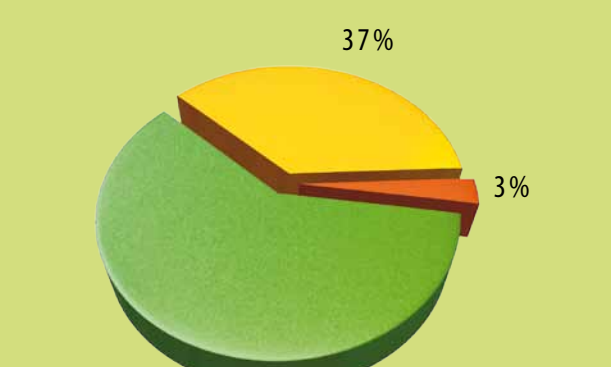
Tanto la naturaleza de los clientes como su género no tuvieron variación del 2009 al 2010.

### CLIENTES NATURALES POR EDADES 2010



● 1 a 20 ● 20 a 30 ● 30 a 40 ● 40 a 50 ● 50 o más

### CLIENTES NATURALES POR OCUPACIÓN 2010



● ASALARIADOS ● AMA DE CASA - ESTUDIANTE - PENSIONADO ● INDEPENDIENTES

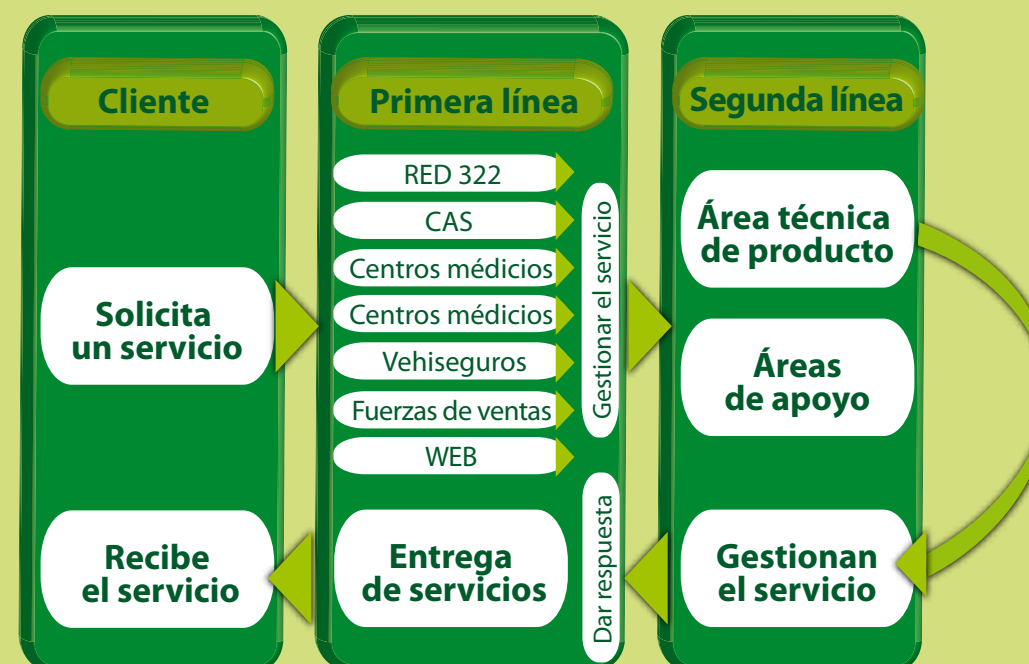
## Servicios y canales de atención al cliente

Para enfocar de manera adecuada los esfuerzos en materia de servicio, la gestión se aborda desde dos perspectivas articuladas. La primera, relacionada con quienes tienen contacto directo con el cliente, reciben y escuchan de primera mano sus requerimientos.

Esta atención puede hacerse de manera personal, telefónica o a través de la web (para quejas y reclamos frente al Defensor del Consumidor Financiero) y está centrada en comprender y transmitir adecuadamente los requerimientos del cliente. Se ha establecido que este grupo de personas o áreas deben

alejarse en lo posible de operaciones técnicas salvo que la atención así lo amerite como en el caso de los Centros Vehiseguros, especializados en la atención del ramo de automóviles.

Al grupo de primera línea también pertenecen los Centros de Atención y Servicio (CAS), la Red 322 y los canales de distribución de la Compañía, los cuales están divididos en dos fuerzas de ventas: Fuerzas de Ventas Tradicionales y Área Comercial Especializada. En la segunda línea, se encuentran las áreas que dan apoyo a la operación, las cuales no reciben de manera directa las solicitudes de los clientes, lo hacen después del análisis realizado por la primera línea. Estas áreas están enfocadas en atender en forma oportuna y confiable los servicios asociados a los productos.







Seguros Bolívar busca atender la mayor cantidad de sus servicios en la primera línea, razón por la cual dentro de su estrategia de servicio ha consolidado a la RED 322 bajo el lema de "Tranquilo, la RED lo resuelve". Esta RED está conformada por un equipo de profesionales que atiende los clientes y busca generar valor en cada uno de sus contactos. Su misión es prestar todos los servicios relacionados con los productos que vinculan al cliente con la organización, a través de un equipo humano y logístico que se encarga de darle tranquilidad al cliente respondiéndole: por lo que tiene y por lo que siente, convirtiéndose en un interlocutor único y dándole la posibilidad de encontrar todo en un mismo lugar.

Número de llamadas recibidas de los clientes		Número de llamadas contestadas a los clientes		Porcentaje de llamadas contestadas (Contestadas / recibidas)	
2009	2010	2009	2010	2009	2010
1.048.240	1.021.395	973.854	1.013.032	93%	99%

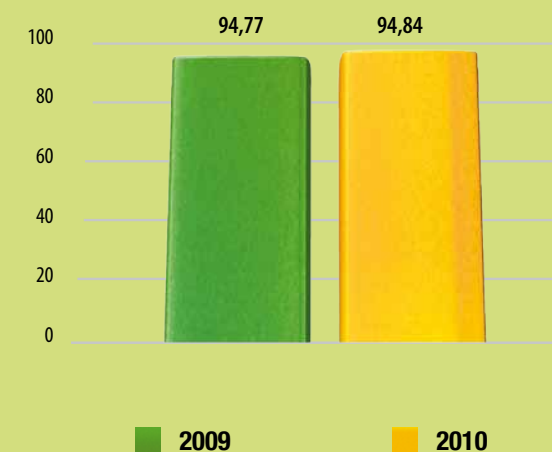
## Realimentación del cliente:

### Mediciones hacia los clientes

Para apoyar el proceso de servicio se cuenta con un sistema de auditorías que monitorea trimestralmente el nivel de satisfacción de los clientes e intermediarios y con base en resultados por debajo de lo esperado, exige la implementación de acciones de mejora en los puntos, canales, productos o servicios evaluados.

Actualmente se aplican encuestas que evalúan su grado de satisfacción estableciendo la brecha entre la expectativa y el servicio recibido en sus interacciones con la Compañía o momentos de verdad. Se evalúan 6 variables que han sido definidas por la organización como los atributos de servicio: satisfacción, deleite, amabilidad, oportunidad, confiabilidad e interés.

### ÍNDICE TOTAL DE SATISFACCIÓN



### Quejas y reclamos

En Seguros Bolívar se consideran las quejas y reclamos como un favor del cliente, que se convierten en oportunidades para fidelizarlo y orientar el mejoramiento continuo de la Organización. Es así como se ha establecido y divulgado un procedimiento que busca involucrar a los funcionarios de primera y segunda línea en el análisis de causas, la solución, respuesta efectiva y propuestas de mejora para prevenir que situaciones como estas

se vuelvan a presentar. La administración de este tipo de contacto se hace a través de Siebel, CRM definido por la compañía, el cual permite conocer las interacciones que el cliente ha tenido con la compañía y generar informes gerenciales que invitan al análisis de datos y la toma de decisiones.

A continuación presentamos la información transmitida a la Superfinanciera de Colombia en 2009 y 2010.

### Quejas presentadas por el cliente ante la compañía a nivel nacional

Compañía	Reclamaciones Recibidas		Con respuesta a favor del Consumidor Financiero		Con respuesta a favor de la Compañía		Reclamaciones que al cierre del año estaban en definición		
	Año	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Capitalizadora Bolívar S.A.		89	126	61	84	11	23	17	19
Seguros Bolívar S.A.		1.094	1.451	912	939	48	263	134	249
Seguros Comerciales Bolívar S.A.		976	1.148	727	807	100	136	149	205

### Quejas presentadas por el cliente ante el Defensor del Consumidor Financiero

Compañía	Reclamaciones Recibidas		Con respuesta a favor del Consumidor Financiero		Con respuesta a favor de la Compañía		Reclamaciones inadmitidas por DCF y/o rechazadas por el CF		Reclamaciones que al cierre del año estaban en definición	
	Año	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	
Capitalizadora Bolívar S.A.		9	11	3	3	2	6	2	0	2
Seguros Bolívar S.A.		55	98	17	20	16	48	10	9	12
Seguros Comerciales Bolívar S.A.		65	52	13	17	15	24	20	4	17



## Experiencia de cliente

Se tiene la creencia de que la experiencia del cliente es un reflejo de los resultados del Servicio de Atención al Cliente; para Seguros Bolívar, la realidad es que la experiencia de cliente es el resultado de la propuesta de valor completa entregada a los clientes. Se ha definido que la experiencia de cliente es fundamental ya que estos evalúan la Compañía en función de la suma de las experiencias recogidas a través de las distintas interacciones que tienen con ella.

Como resultado de este enfoque, se han diseñado e implementado proyectos de Customer Experience Management (CEM) en la Red 322, enfocando el proceso indemnizatorio de los productos de Automóviles, Hogar y Salud, cuyo propósito es gestionar todas las interacciones a través de los diferentes puntos de contacto para maximizar el valor proporcionado a los clientes. Estos resultados se articularon con la estrategia de innovación, como punto de partida para el desarrollo de proyectos específicos por áreas y productos.

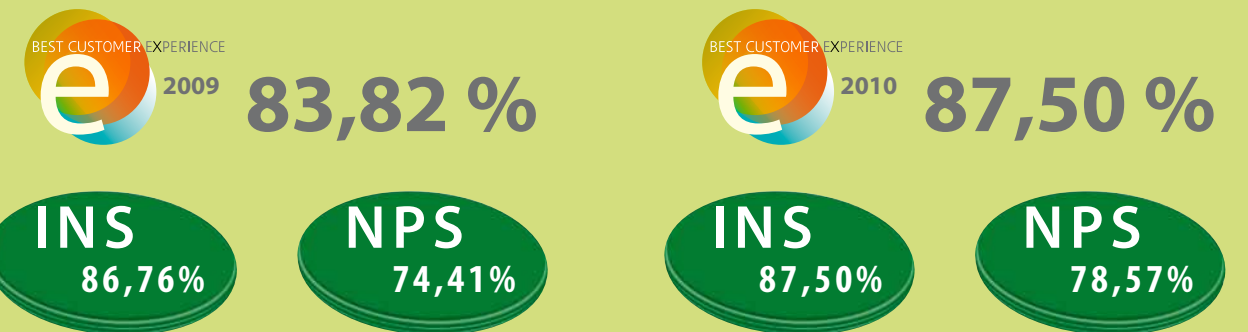
Alineados con la estrategia de vínculos emocionales y conscientes del importante rol que los funcionarios tienen en el desarrollo de esta, Seguros Bolívar acaba de diseñar su primera Guía de Experiencias, que esperamos se convierta en el modelo de interacciones de servicio en la compañía.

Así mismo, actualmente se desarrollan talleres de servicio a todos los funcionarios e intermediarios a nivel nacional, con el objetivo de fortalecer las competencias de interacción con los clientes y lograr que cada uno de ellos se convierta en un generador de experiencias memorables para el cliente.

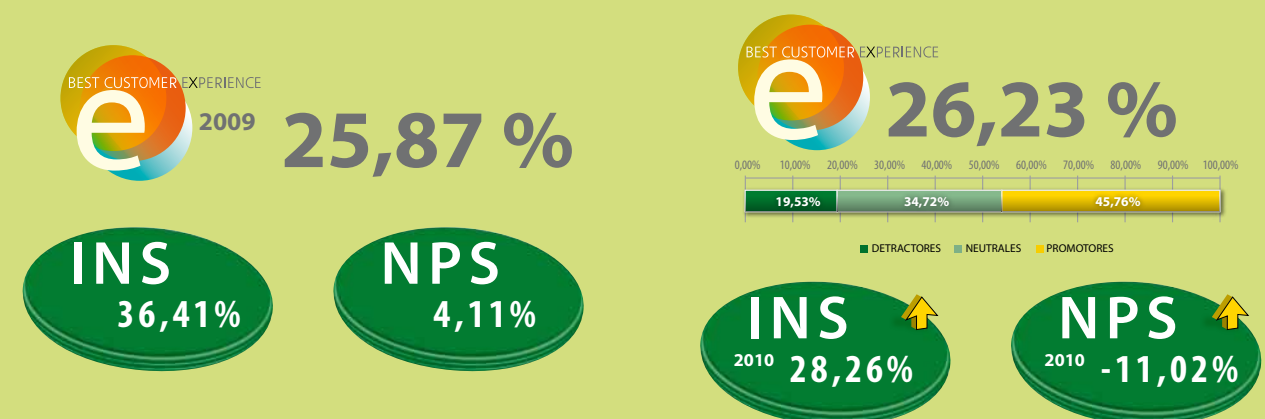
Seguros Bolívar ha evolucionado de medir la satisfacción, donde solo se incluyen los clientes satisfechos menos los insatisfechos, a medir la recomendación de los clientes, con la metodología utilizada en el Estudio Iberoamericano de la mejor experiencia de cliente, a través de la Asociación Iberoamericana de Relaciones Empresa Cliente, AIAREC, la cual evalúa a los clientes de la siguiente manera:

Los resultados del estudio AIAREC 2010 demuestran el impacto que estrategias como la de vínculos emocionales, se convierten en un factor de diferenciación con los clientes, quienes nos prefieren en el mercado asegurador, tanto en Colombia como en Iberoamérica. Estos son los índices alcanzados:

### RESULTADOS DE SEGUROS BOLÍVAR 2009-2010



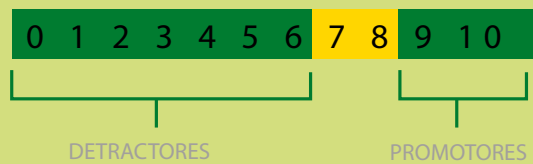
### RESULTADOS DE TODOS LOS SECTORES EN IBEROAMÉRICA 2009-2010



#### ÍNDICE NETO DE RECOMENDACIÓN (NPS)

REPRESENTA EL GRADO DE DISPOSICIÓN A LA RECOMENDACIÓN.

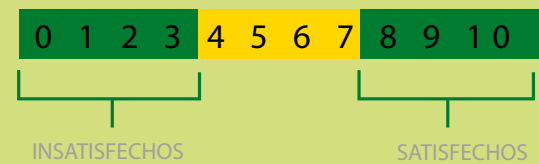
NPS= % PROMOTORES - % DETRACTORES



#### ÍNDICE NETO DE SATISFACCIÓN (INS)

REPRESENTA EL GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL CON LA EXPERIENCIA DE SERVICIO.

INS= % SATISFECHOS - % INSATISFECHOS



## Estrategias de lealtad de clientes: cliente preferencial

Como parte de la estrategia de fidelización se ha desarrollado un programa de clientes preferenciales, quienes reúnen una serie de características, entre ellas el volumen de sus vinculaciones con la Compañía, las cuales los hacen merecedores de ciertos beneficios especiales en algunos productos y la entrega de una edición exclusiva y gratuita a libros de diferentes temas seleccionados por la Compañía. Adicionalmente se envía un boletín para informarles los servicios que han sido especialmente diseñados para ellos.

## Gestión de la innovación

El objetivo de nuestra estrategia se basa en la construcción de una cultura sostenible de innovación y una disciplina de ideación, implementación y seguimiento, estructuradas en una metodología de trabajo que fortalece los principios y valores corporativos, como lo son la generación de valor, que en este contexto se traduce en la creación de nuevos productos, servicios y procesos que buscan el aumento de las utilidades del negocio, ya sea a través de logros tales como mayor eficiencia operativa, el mejoramiento de la experiencia del cliente o la fidelización.

Durante 2009, realizaron reuniones periódicas de seguimiento, finalizando el año se lanzó el Premio de Innovación Familia Bolívar, con el objetivo de motivar a los equipos de trabajo que a través de la innovación han encontrado un desafío posible y una oportunidad para mejorar lo ya existente o crear nuevas alternativas.

En 2010 se llevó a cabo el gran proyecto de regionalización que reunió a todos los gerentes de las regionales y las zonales de Seguros Bolívar, con el objetivo de encontrar soluciones prácticas y creativas para mejorar la rentabilidad, bajo la sombrilla de la metodología de Innovación.

En este último año se presentaron 76 proyectos de los cuales 18 fueron escogidos para participar en el Premio de Innovación Familia Bolívar. Fueron ganadores ocho proyectos, en las diferentes categorías; además fueron premiados tres coaches por su desempeño en los diferentes roles de innovación.

**Entrenamiento.** En 2009 se entrenaron 129 coaches, la mayoría de la oficina principal en Bogotá, dentro de los procesos propios del negocio y de apoyo. En 2010 fueron entrenados 134 coaches, de los cuales 88 pertenecen al proceso de ventas (a nivel país) y 46 a los procesos propios del negocio y de apoyo.

**Estrategia de comunicación.** La comunicación con la Compañía se hace a través de la Revista Contacto y TV Contacto, adicionalmente se han creado boletines semanales, la cuenta EFECTO1 en Twitter. Como herramienta de realimentación de los coaches hacia la Gerencia, se creó el Portal de Innovación a través del cual los funcionarios innovadores pueden registrar sus ideas y hacer seguimiento a las mismas.

**Proyectos.** Entre los proyectos implementados más destacados del 2010 se encuentran: Médico Familiar, Producto Liviano Swiss Life, Mesas de Negocio, Doctorado en la Ingeniería de la Transparencia y la Confianza, Todos Ponen Todos Ganan, Bolívar Verde, Cazachoques, Cambiando el chip del servicio, Indemnizaciones WOW.

## Sistema de atención al consumidor financiero (SAC)

A finales de 2010 Seguros Bolívar acogió las exigencias de la Superfinanciera de Colombia en materia de servicio, enmarcando dichas exigencias en el Sistema de Atención y Protección al Consumidor Financiero (SAC), para lo cual se han identificado los requisitos establecidos en la Ley 1328 del 15 de julio de 2009, así como la circular externa 015 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

El SAC ha definido que es necesario establecer los derechos y obligaciones tanto de la organización como de los clientes, quienes son considerados la parte débil de la relación, frente a la celebración de contratos de productos y servicios, ofrecidos por esta. Por ello involucra dos elementos fundamentales en la protección del cliente: la educación al consumidor financiero y contar con la figura del Defensor del consumidor financiero. Seguros Bolívar ha considerado esta, como una oportunidad de incorporar esta reglamentación al actual Sistema Integrado de Gestión, para generar valor a los diferentes grupos de interés.

**RETO: Lograr implementar la estrategia de educación al consumidor financiero con el propósito de dar a conocer y formar criterio para la contratación de productos y servicio en el sector Asegurador.**





## Ámbito Comercial

### Fuerzas de venta

Nuestra Compañía, durante su historia empresarial ha logrado establecer relaciones y vínculos con cada uno de los clientes; esa importante labor la adelanta nuestra fuerza de ventas distribuida en diferentes canales a lo largo y ancho de nuestro país.

Nuestra Fuerza de ventas es el puente entre Seguros Bolívar y los clientes y son ellos los que logran que familias y empresarios, vivan y disfruten con tranquilidad su día a día, porque están protegidos; es por eso que nuestra fuerza de ventas es el pilar de nuestro negocio.

### Composición de la fuerza de ventas

Fuerza de Ventas	Número de Comerciales 2009	Número de Comerciales 2010
Corredores y Agencias	855	835
Fuerza Individual	2009	1768
Área Comercial especializada	1095	1046
Totales	3959	3649



Los corredores y agencias son sociedades anónimas y limitadas respectivamente.

La fuerza individual está compuesta por personas naturales, unas con vinculación laboral y otras con vinculación comercial.

Área Comercial Especializada, compuesta por funcionarios de la Compañía

con responsabilidades exclusivamente comerciales.

El territorio colombiano cuenta con la presencia de nuestras oficinas en 19 ciudades, buscando que la fuerza de ventas con idoneidad y transparencia promueva la conciencia colectiva de la asegurabilidad, a través del buen servicio, el portafolio y la tranquilidad en los momentos de verdad.

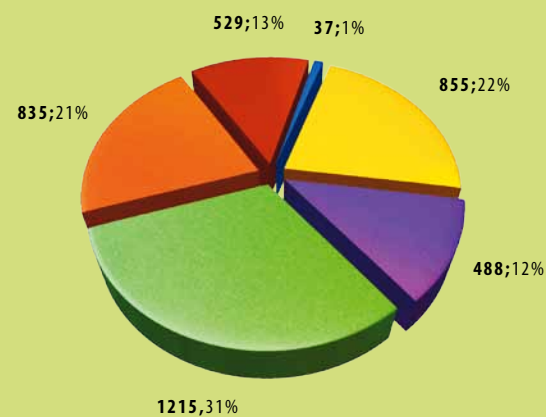
Ciudad	Fuerza i – corredores 2.009	Area comercial especializada 2.009	Fuerza i – corredores 2.010	Área comercial especializada 2.010
Armenia	64	18	39	16
Barranquilla	250	105	192	83
Bogotá	1071	367	998	360
Bucaramanga	175	46	148	39
Cartagena	102	36	115	36
Cúcuta	54	23	56	25
Ibagué	66	37	53	39
Manizales	66	44	62	38
Medellín	328	125	311	117
Montería	53	14	54	15
Neiva	29	26	36	27
Pasto	44	21	40	24
Pereira	99	43	70	30
San andrés	5	0	5	0
San gil	7	0	3	0
Santa marta	41	16	43	15
Cali	307	104	304	102
Sincelejo	22	12	17	11
Tunja	0	13	0	18
Valledupar	0	10	0	11
Villavicencio	81	35	72	40
Totales	2.864	1.095	2.603	1.046
		3959		3649



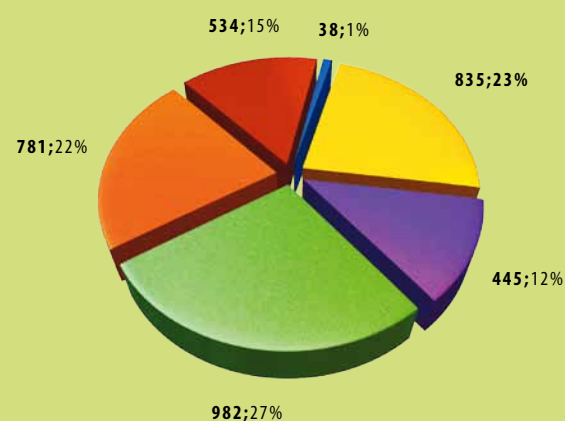
Es un compromiso de nuestra Empresa contribuir a la mejora de la calidad de vida de muchas personas, independiente de la edad y el género; ya que detrás de una fuerza de ventas productiva, se encuentra una familia tranquila,

que se beneficia de los ingresos obtenidos por la excelente gestión de la colocación de seguros. Un ejemplo de ello es que contamos con personas desde los 19 años hasta los 93.

#### RANGO DE EDADES 2009



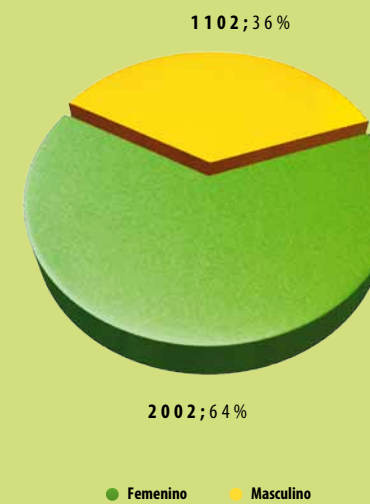
#### RANGO DE EDADES 2010



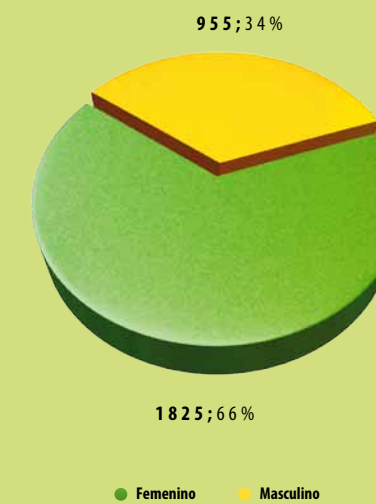
● 19 a 25 ● 26 a 36 ● 37 a 49 ● 50 a 70 ● Más de 70 ● Agencia

#### DISTRIBUCIÓN FUERZA DE VENTAS POR GÉNERO (Incluye solo personas naturales)

##### TOTAL COMPAÑÍA 2009

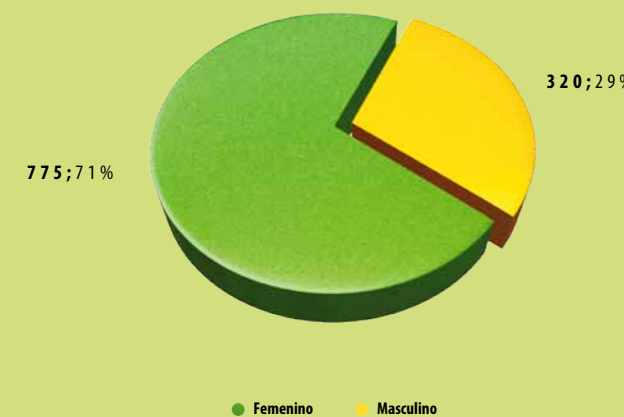


##### TOTAL COMPAÑÍA 2010

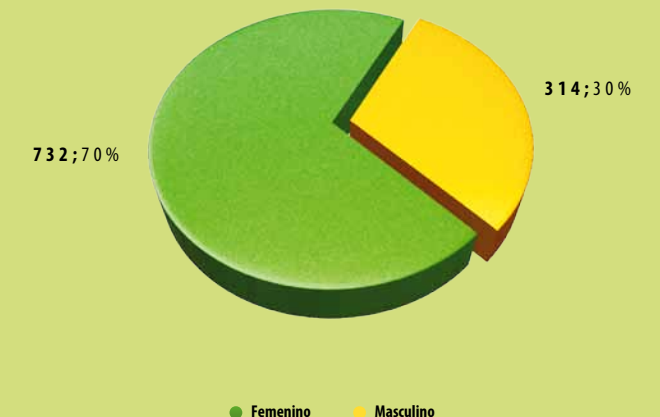


#### DISTRIBUCIÓN FUERZA DE VENTAS POR GÉNERO ÁREA COMERCIAL ESPECIALIZADA

##### 2009



##### 2010



El 51% de nuestra fuerza de ventas 2010 es femenina; nos muestra la tendencia de crecimiento en la participación de las mujeres en un negocio que en otros continentes como Europa y Norte América, tiene una cobertura mayor en el género masculino.

Cuando observamos los datos de 835 agencias activas al 2010, podemos hablar del impacto a la generación de nuevos puestos de trabajo. Las personas jurídicas, en la medida que van consolidando su negocio, deben

tener una infraestructura mínima de operación, lo cual repercute en la contratación de personal y fortalecimiento de la economía local.

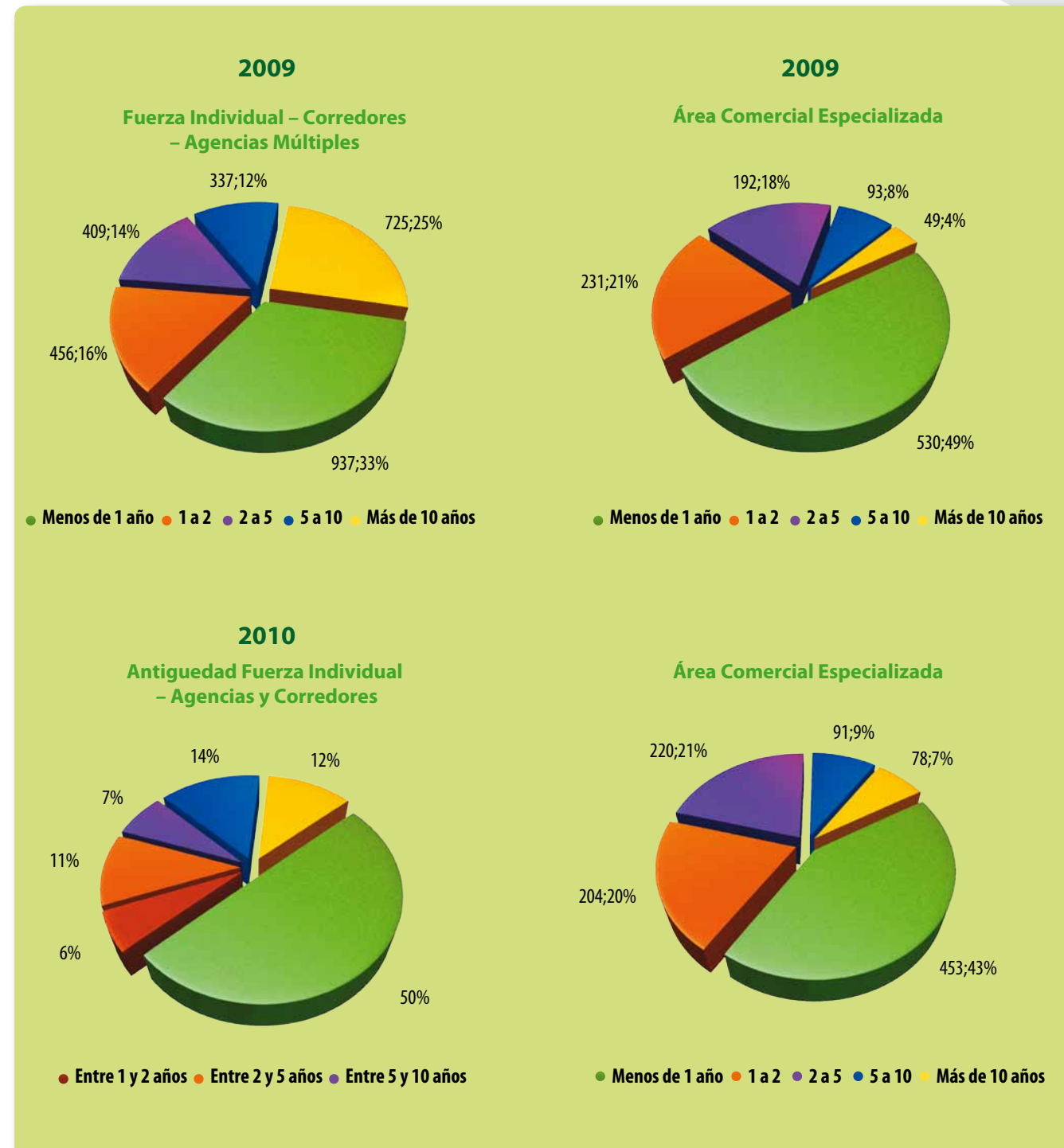
Emprendiendo Construyo mi Futuro, se convirtió en una estrategia hito dentro de la selección y vinculación de la fuerza de ventas, innovando en la metodología y promoviendo la generación de empleo y a futuro la práctica del emprendimiento en actividades de servicios financieros, con reclutamientos masivos a nivel país en los últimos años.



## Permanencia fuerza de ventas

El negocio de seguros tiene una visión de larga duración; entre más años pasen, la posibilidad de consolidarse y mantenerse en la línea del tiempo se vuelve una realidad; por ello es tan importante la gestión de formar a los nuevos y volverlos productivos.

En este tema surgen retos año tras año, aumentar la retención de la fuerza de ventas es uno de ellos, consideramos que el mejor camino es lograr, que sus ingresos aumenten como resultado de una mejor productividad.



## Programas de formación y entrenamiento para fuerza de ventas tradicional

### GESTIÓN DE CAPACITACIÓN FUERZAS DE VENTAS

ÍTEM	AÑO 2009		AÑO 2010			
	Horas de capacitación	Vr. promedio hora capacitación	Inversión en capacitación estimado	Horas de capacitación	Vr. promedio hora capacitación	Inversión en capacitación estimado
POBLACIÓN						
CONSEJEROS, ASESORES Y DEMÁS, FUERZAS DE VENTAS, COORDINADORES	12.457	\$26.500	\$330.110.500	20.073	\$29.038	\$582.879.774
DIRECTORES DE OFICINA Y DIRECTORES DE VENTAS, JEFES DE ÁREA	338	\$26.500	\$8.957.000	235	\$29.038	\$6.823.930
<b>TOTAL</b>	<b>12.795</b>		<b>\$339.067.500</b>	<b>20.308</b>		<b>\$589.703.704</b>

Nuestros programas de entrenamiento están dirigidos a la idoneidad y al desarrollo integral de un buen asesor, se capacitan permanentemente los nuevos vinculados, como también se reentrena la fuerza de ventas que está consolidada.

Buscamos fortalecer el conocimiento de producto, actualización, idoneidad, técnicas de ventas bajo el modelo de la Venta Consultiva; incluyendo también la importancia del conocimiento al cliente, del negocio y el vínculo emocional con nuestros asegurados.

### Filosofía de disciplina

A través de los años, la Compañía ha ido buscando que las mejores prácticas comerciales se repliquen y se refuercen en toda la fuerza de ventas; ya que el compromiso organizacional es lograr que ellos tengan una buena productividad en su gestión diaria. A partir de este compromiso hemos construido una filosofía de disciplina comercial, donde la premisa básica es el seguimiento con retroalimentación.

El seguimiento diario, la buena prospección y nuestro portafolio empresarial, permiten que nuestra fuerza de ventas genere ingresos mensuales de tipo variable, comisiones y premios, que tanto en 2009 como en 2010 superaban los 80 mil millones de pesos en comisiones.

Fuerza de ventas	Comisiones		Premios	
	Año 2.009	Año 2.010	Año 2.009	Año 2.010
Fuerza Individual – Corredores y Agencias Múltiples	\$ 76.046.200.270	\$ 75.081.006.476	\$ 712.000.000	\$ 882.000.000
Área Comercial Especializada	\$ 4.914.423.982	\$ 5.996.369.629	\$ 218.350.000	\$ 323.790.020
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 80.960.624.252</b>	<b>\$ 81.077.376.105</b>	<b>\$ 930.350.000</b>	<b>\$ 1.205.790.020</b>

La fuerza de ventas del Área Comercial Especializada tiene contrato laboral a término indefinido, por lo tanto devenga un sueldo básico más prestaciones legales, dicho costo está incluido en el capítulo de empleados.

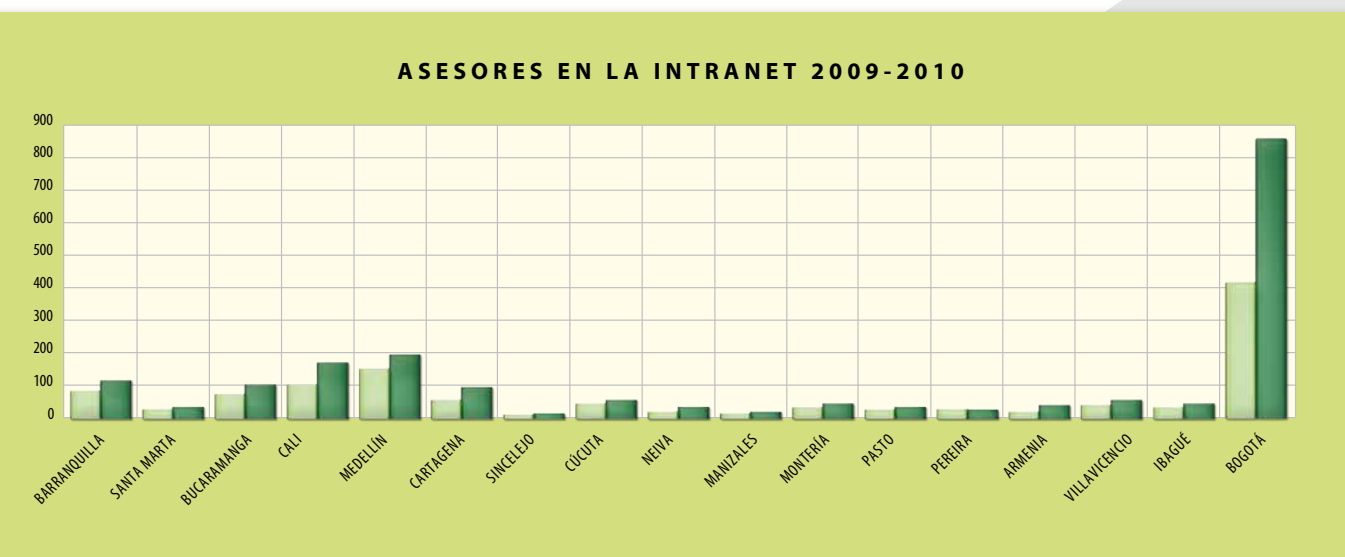
## Comunicación permanente

Para nuestra fuerza de ventas tradicional, corredores y agencias múltiples, existe un puente de comunicación de gran impacto para la Compañía en cuanto a nuestros servicios y nuestros clientes.

A través de la intranet cada consejero puede adelantar cotizaciones en los productos de protección familiar, consultar siniestros, hacer seguimiento

a los clientes siniestrados y consultar el estado actual de todas las pólizas que comprenden la cartera de cada uno de ellos.

Nuestra fuerza de ventas, cada vez más utiliza la intranet como herramienta de gestión; observando un crecimiento considerable en el uso de esta herramienta entre 2009 y 2010 como lo podemos visualizar en la siguiente gráfica:



## Reconocimiento para nuestra fuerza de ventas

La Convención involucra a nuestros mejores vendedores y sus familias; en un espacio diseñado con gran cuidado lleno de detalles emocionales, que resaltan con gran esmero su dedicación de todo el año, para ser reconocidos como los mejores, a través de un gran evento, que involucra la Fuerza Individual, las fuerzas especializadas de los diferentes ramos, los corredores y agencias, los Asesores de Ventas del Área Comercial Especializada, Consejeros de Venezuela y Consejeros de Ecuador.



	2009	2010
Asistentes	446	486

## Ámbito Comercial Proveedores

Las relaciones con nuestros proveedores forman parte de un vínculo gana – gana, que se fundamentan en el respeto, equidad, transparencia, confianza y colaboración mutua. Es por eso que hemos definido Políticas de Gobierno Corporativo y el Código de Ética, haciendo especial claridad en el conflicto de interés.

Trabajamos para ser reconocidos por nuestra red de proveedores como una empresa seria y transparente en el manejo de nuestras obligaciones y por nuestro interés en su satisfacción.

Contamos con funcionarios encargados de la administración de la red de proveedores y con un procedimiento actualizado periódicamente, en donde se han definido las políticas de vinculación de los proveedores bajo parámetros establecidos en la organización, que son publicadas y divulgadas a las áreas que administran.

## Perfil y caracterización de nuestros proveedores

Contamos con 6.201 proveedores para la atención de nuestros asegurados, quienes desde 124 municipios atienden las regiones aledañas en todo el territorio nacional; para la contratación tenemos en cuenta la experiencia, calidad, oportunidad, capacidad de respuesta, transparencia, idoneidad y vinculación del proveedor con otras Compañías del Grupo Empresarial Bolívar.



Tipo de proveedor	Descripción	Cantidad a dic. de 2010	Valor pagado a 2009 \$ millones	Valor pagado a 2010 \$ millones
<b>DEL NEGOCIO</b>	Seguros de Personas	4.777	72.679	78.780
	Seguros Generales	1.424	65.012	56.235
<b>SUBTOTAL PROVEEDORES DEL NEGOCIO</b>		6.201	137.691	135.015
<b>DE APOYO</b>	Administrativos	1.376	32.717	23.274
<b>TOTAL</b>		7.577	170.408	158.289
En el valor total de cada año está incluido el valor correspondiente a los Centros Médicos.		<b>2.236</b>	<b>1.896</b>	



El 96% de los pagos se efectúan en un lapso de entre 15 y 30 días desde la fecha de radicación de la factura.

Para atender los seguros de personas, la Compañía cuenta con los Centros Médicos que iniciaron la prestación de servicios hace más de 30 años; actualmente existen cuatro en Bogotá y se han convertido en referente para nuestros asegurados de Salud y ARP de las actividades médicas desarrolladas.

Estos Centros Médicos prestan servicios con personal altamente calificado en las diferentes especialidades del área de la salud y cuentan con tecnología de punta para la realización de exámenes diagnósticos. Actualmente sus funcionarios son más de 100 y ofrecen más de 30 especialidades o servicios de medicina, odontología, laboratorio clínico y exámenes de diagnóstico.

Para la prestación de servicios de salud en el exterior, contamos con proveedores en Estados Unidos, coordinados a través de la compañía Best Doctors y para urgencias médicas y asistencia general al viajero para Vida y Salud, trabajamos con Assist Card. Para nuestros clientes de ARP el proveedor es ANDIASISTENCIA.

### Política de selección y vinculación de proveedores

Nuestro sistema de gestión de calidad nos compromete a tener formalizados los criterios de selección de proveedores y ellos son debidamente controlados y supervisados periódicamente por la auditoría operativa, por la auditoría de calidad y por los controles internos de cada área.

### Canales de relación y sistemas de apoyo y formación y seguimiento de buenas prácticas ambientales y laborales

Buscando siempre una efectiva comunicación con nuestros proveedores contamos con diferentes canales de comunicación para informar cualquier duda, sugerencia o retroalimentación.



Tipo de proveedor		Canales de comunicación	Sistemas de apoyo	Prácticas ambientales y laborales
DEL NEGOCIO	Seguros de personas	En el Contac Center de la RED322 y en la WEB, se cuenta con opciones de atención exclusiva para ellos.	Sisalud ARP, Sisalud SALUD y SIPAB (Módulos de administración, autorización y de pago a proveedores.	Certificación de Medio Ambiente ISO 14001 año 2009
	Seguros generales		Portal proveedores autos. Capacitaciones técnicas a través de CESVI Colombia a los talleres autorizados y a Asistencia Bolívar.	
DE APOYO	Administrativos		Sisa, Administración de contratos.	



## Cumplimiento de estándares de calidad

Los procedimientos de evaluación de estándares de calidad son puntos esenciales para la efectividad de los procesos, en apoyo a este principio a finales de 2009 se diseñó un formato de evaluación buscando la unificación de criterios.

Para el Seguro de Automóviles, desde 2007 es requisito que los talleres sean acreditados por el Centro de experimentación e investigación en el campo de la reparación automotriz en Colombia (Cesvi), mediante el Plan de Clasificación de Talleres (PCT) y se les otorga un período de prueba no mayor a cuatro meses.

Hacemos evaluaciones periódicas de calidad a los talleres a través de la RED322, auditoría de Cesvi Colombia y Subocol, alcanzando un nivel de satisfacción de calidad y servicio del 87% a diciembre de 2010, siendo nuestra meta de un 97% de satisfacción de calidad y servicio.

En nuestros Seguros de Personas, el número de servicios prestados entre 2009 y 2010 a nuestros clientes fue de 683.337 y las quejas por estos servicios fueron solo 675 correspondientes al 0.1%.

## Retos, oportunidades y desafíos

Todo nuestro enfoque de buen relacionamiento y contribución a la sostenibilidad impone importantes desafíos relacionados con nuestros proveedores:

- ▲ Fortalecer la información hacia el proveedor de las políticas de selección, seguimiento y evaluación.
- ▲ Para 2011 se implementará la primera fase del Buzón Virtual que es un proyecto que permitirá gestionar virtualmente las cotizaciones de los productos en los que participarán los diferentes proveedores vinculados con Seguros Bolívar.
- ▲ Desarrollar nuevas funciones que mejoren los procedimientos de administración de proveedores, de quejas y reclamos, para los servicios de salud.
- ▲ Fortalecer el plan de capacitación de nuestros proveedores con apoyo de la Gerencia de Capacitación, la Gerencia de Calidad y Servicio.
- ▲ Evaluar la viabilidad de Implementar un sistema de evaluación de satisfacción de nuestros proveedores.
- ▲ Promover buenas prácticas ambientales, laborales y de derechos humanos en nuestra red de proveedores vinculadas con los principios del Pacto Mundial.
- ▲ Implementación de proyecto para evitar la fuga de fluidos en el almacenamiento de vehículos de salvamento.



# Ámbito Social

Se refiere a potenciar el compromiso social con todos los grupos de interés y con la sociedad en general a través de nuestro negocio y de la Fundación Bolívar Davivienda.





“Consideramos que por ser la empresa privada una institución estructurada, debidamente organizada y apta para destinar inteligentemente algunos de sus recursos, su participación en el esfuerzo por mejorar la calidad de vida de la comunidad se torna indispensable.”

José Alejandro Cortés Osorio, Presidente Sociedades Bolívar.

En Seguros Bolívar hemos tenido un compromiso histórico con la sociedad en la cual operamos, el cual expresamos a través de diferentes medios.

## Aporte a generaciones futuras

Puesto que estamos comprometidos en enriquecer la vida de la sociedad y prevenir la contaminación del medio ambiente, en diciembre de 2009 obtuvimos la Certificación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001:2004 que nos ha llevado a vincular a nuestro negocio la gestión de medio ambiente como parte importante e integral de las actividades propias del negocio.

El amplio informe sobre nuestro quehacer en torno al medio ambiente, se encuentra en el capítulo del medio ambiente de este informe.



## Adhesión al pacto global

Desde julio de 2007 Sociedades Bolívar adhirió en nombre de todas las Compañías del Grupo Empresarial Bolívar al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, lo cual nos motiva y compromete en la promoción de acciones en beneficio de la sociedad en los cuatro campos de acción de sus 10 principios.

Así mismo, somos socios fundadores de la Mesa regional para América Latina de Pacto Mundial de Naciones Unidas.

En el Informe de Comunicación de Progreso de 2009, Sociedades Bolívar rindió cuentas respecto a los principales avances que han tenido las compañías de Grupo en cumplimiento de los 10 principios del Pacto Global.

En los diferentes capítulos de este informe de sostenibilidad están contenidas las principales acciones de Seguros Bolívar para el apoyo de las causas que promueve el Pacto y constituye nuestra Declaración de Comunicación de Progreso para 2010 para efectos del compromiso que hemos asumido con el Pacto Global de las Naciones Unidas, a través de nuestra Holding. Ver [www.sociedadesbolivar.com](http://www.sociedadesbolivar.com)

## Aporte de nuestro negocio al país

### Aporte de nuestra actividad a la seguridad vial

Enriquecemos la vida de nuestros asegurados y de la sociedad en general con el programa Vía Verde, creado desde 2005, de formación para la movilidad, con el fin de desarrollar hábitos de autoprotección personal y familiar entre nuestros asegurados y su entorno, así como contribuir a la productividad de las empresas a través de la disminución de accidentes de tránsito.

A través de reflexiones se ha logrado que nuestros conductores revisen y modifiquen sus hábitos. Además consideramos que la reducción de la accidentalidad vial tiene un aporte importante a la salud pública y a la tranquilidad y felicidad de las familias de la sociedad en general.

Las actividades desarrolladas son basadas en metodologías didácticas con el apoyo de materiales pedagógicos fabricados por madres cabeza de familia de estratos 1 y 2, utilizados para la implementación de los talleres.

	2009	2010
No. de conductores vinculados	1920	1488
No. de empresas o clientes	15	16
Valor de la inversión \$ millones	\$136	\$104

## Cibercolegios un portal para apoyar a la comunidad educativa

El portal de Cibercolegios fue concebido en 2001 como un valor agregado a las pólizas de accidentes escolares que ofrecemos y se implementó buscando brindar servicios innovadores a nuestros clientes, adicionales a los beneficios de los productos de seguros y sin costo para los colegios.

Cibercolegios es un conjunto de servicios informáticos que transforma los sitios web de los colegios en poderosos portales en internet, ofreciendo: comunicación, publicación de información, recaudo y administración académica. Además, este programa fortalece los lazos entre las familias y el colegio, a la vez que agiliza y optimiza procesos administrativos dentro del plantel.



Información sobre el portal	Año 2009	Año 2010
# de colegios inscritos	256	323
# de usuarios	235294	330.332
# de padres - acudientes	115953	164.554
# de estudiantes personal directivo y administrativo	97615	135.093
Otros	6357	11.871
\$ inversión	2317	18.814
	Más de 500 millones	Más de 516 millones

## Apoyamos la investigación y prevención del fenómeno del fraude en seguros

En apoyo a nuestro convencimiento de construir una cultura de la legalidad y la transparencia entre los usuarios del sistema asegurador, en 2002 Seguros Bolívar y tres compañías más del sector se unieron para crear el Instituto Nacional de Investigación y Prevención del Fraude INIF, con el objetivo de aportar a la investigación y prevención del fraude.

Nuestros aportes a INIF en los dos últimos años se presenta en la siguiente tabla.

Año	Inversión
2009	\$279.593.328
2010	\$300.577.644

## La solidaridad de nuestros colaboradores

### Los pensionados Bolívar un voluntariado ejemplar

Tenemos el reto inmenso de seguir el camino del voluntariado de los pensionados, quienes con gran cariño y dedicación, invierten largas horas a contribuir con los pensionados enfermos en su acompañamiento a través del comité social conformado por 14 personas.

Adicionalmente, se destaca el compromiso de los pensionados con las directivas, profesoras y los niños del preescolar Crayola, con gran dedicación siguen cumpliendo en los talleres de Lectura de Cuentos, Guitarra, Títeres, Juegos de Mesa, Reciclaje y Cuidado del Medio Ambiente, Manualidades, Cocina, Pintura, Bailes Folclóricos, Pintura Infantil, Recorrido Ecológico por Nuestra Ciudad etc.

“Para quienes tenemos la feliz oportunidad de participar, es muy satisfactorio compartir experiencias con los niños en los diferentes talleres, demostrar que tenemos la facilidad de volvernos niños, para llegarles hablándoles en términos muy sencillos, cantándoles y en algunas oportunidades bailando las rondas infantiles”, Álvaro Acero Castro, Vicepresidente de APENBOL



## UN COLEGIO EN NUESTRA HISTORIA Y EN NUESTRO CORAZÓN: Un apoyo a la primera infancia.

Desde hace 50 años el plantel que donó Seguros Bolívar sigue apoyando la educación de la primera infancia en el barrio Aranjuez, en Medellín. Hoy la Escuela Seguros Bolívar, funciona anexa al Liceo Gilberto Alzate Avendaño y más de 30.000 niños han recibido educación en dos jornadas.

Desde hace más de 20 años los voluntarios de nuestra sucursal organizan una fiesta de fin de año para más de 700 niños que estudian primaria, regalándoles un día de Navidad lleno de regalos, fiesta y amor; para esta actividad se unen esfuerzos de los empleados, algunos clientes y proveedores.

Adicionalmente Seguros Bolívar ha trabajado en contribuir con el mejoramiento locativo y en 2009 se donaron al plantel 20 computadores para su sala de cómputo.



## El voluntariado corporativo

Seguros Bolívar participa activamente en la estrategia corporativa del Grupo Empresarial Bolívar sobre el voluntariado, la cual busca fomentar la solidaridad, facilita a los colaboradores un espacio de crecimiento personal y permite a la empresa acercarse a las necesidades de las comunidades.

Para el fomento y coordinación de las actividades del voluntariado de todas las compañías del Grupo, en la vicepresidencia de Responsabilidad Social Empresarial se creó en abril de 2009 la Jefatura de Voluntariado y se definieron dos líneas de acción: el voluntariado estratégico y voluntariado puntual.

El estratégico se refiere a actividades que comprometen tiempo de los voluntarios en dos ámbitos: capacitación y multiplicación de los conocimientos aprendidos. Los temas particulares en este “voluntariado estratégico” están alineados a nuestros negocios como empresa y se definieron inicialmente dos: prevención y atención de emergencias y educación en finanzas familiares.





El voluntariado puntual se refiere a donaciones en dinero, especie o actividades de asistencia a la comunidad que comprometen unas horas o un día del tiempo del voluntario cuyo objetivo es generar sensibilidad por los problemas de la sociedad, por ejemplo, siembra de árboles, entregas de regalos en navidad, donaciones por catástrofes naturales, jornada de reformas locativas en colegios, construcción de casas de emergencia.

Algunos de los logros de 2009 y 2010 son:

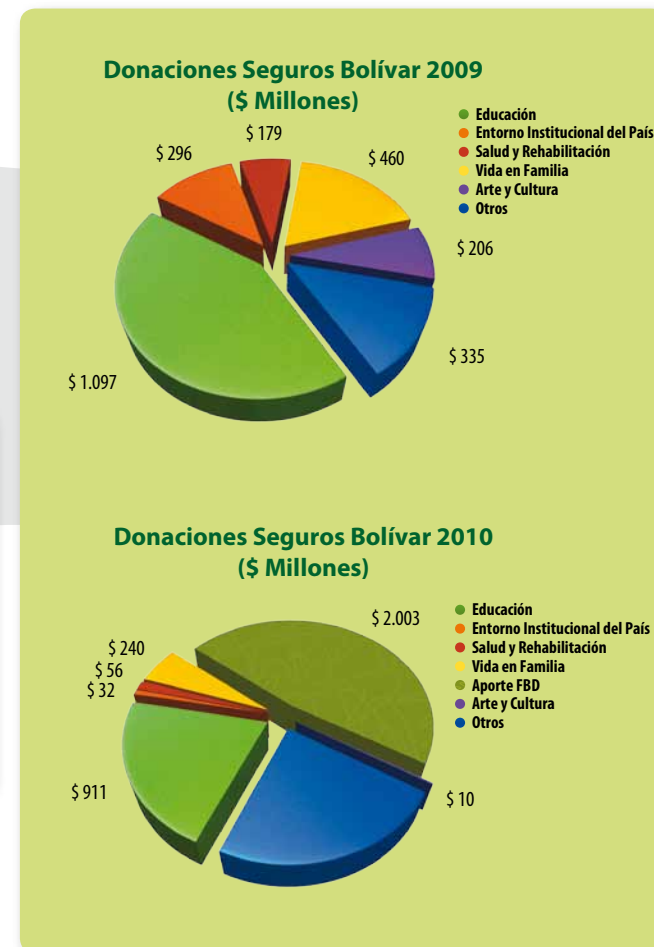
- ▲ Entrega de regalos a 980 niños de escasos recursos en diciembre 2009 y 1.172 niños en 2010.
- ▲ Construcción de 20 casas en Ciudad Bolívar.
- ▲ Apoyo a 72 niños de fundaciones que participaron en el Concurso de Robótica con Sentido Social.
- ▲ Los principales aportes de los empleados a diversas causas sociales se han canalizado a través de los encargos fiduciarios que la Empresa ha gestionado para ello, y adicionalmente se hacen aportes económicos por descuento de nómina, dentro de los cuales podemos citar los siguientes:

CAUSA SOCIAL	2009 \$ MILLONES	2010 \$ MILLONES
Haití	2.4	
Ola invernal		7.5
Dividendos por Colombia	<b>29.1</b>	<b>28.5</b>
Un Techo para mi País		2.1

El informe detallado sobre el voluntariado del Grupo, se puede consultar en el informe de sostenibilidad de Sociedades Bolívar; [www.sociedadesbolivar.com](http://www.sociedadesbolivar.com).

## Donaciones de la empresa

Como es su tradición, en 2009 nuestra Compañía donó directamente más de \$2.500 millones a diversas organizaciones sociales y en el 2010 más de 4.200 millones, de los cuales \$2.000 millones se donaron a la Fundación Bolívar Davivienda, a través de la cual a partir de marzo de 2010 se desarrollan las actividades de filantropía, los proyectos sociales liderados por el Grupo Bolívar, proyectos en alianza con organizaciones sociales y las donaciones.



Las fundaciones Premio de Periodismo Simón Bolívar y El libertador, se fusionaron en diciembre de 2009 para dar nacimiento a la Fundación Bolívar Davivienda (FBD), y a partir de marzo de 2010 se canalizan a través de ella las principales donaciones que efectúa Seguros Bolívar y las demás Compañías del Grupo.

## Fundación Bolívar Davivienda (FBD)

La Fundación desarrolla sus actividades alrededor de ocho líneas de gestión social que son: Periodismo, Entorno Institucional del País, Vida en Familia y Cohesión Social, Educación, Filantropía al Emprendimiento, Salud y Rehabilitación, Arte y Cultura y Medio Ambiente.

La Fundación Bolívar Davivienda potencia proyectos sociales, algunos en alianza con organizaciones que comparten nuestro interés de ayudar a la sociedad en algunas necesidades puntuales; podemos destacar los siguientes proyectos:

Línea de gestión	Proyecto	Aliados
Periodismo	Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar, 36 años apoyando la libertad de expresión, como pilar de la democracia.	
Entorno Institucional	Fortalecimiento institucional de las organizaciones sociales	
Vida en Familia y Cohesión Social	DUNNA Yoga para la reducción de estrés Post traumático	Alta consejería para la reintegración
Educación	Becas a estudiantes de doctorado Manos a la Obra	Universidad de los Andes 2y2 Producciones, Chevron, Easy
Filantropía al Emprendimiento	Apoyo a emprendedores	Corporación INVERSOR ANDE
Salud y Rehabilitación	Formación de líderes en prevención de salud	Universidad de la Sabana
Arte y Cultura	Filarmónica Joven de Colombia	Fundación Nacional Batuta, YOA Orquesta de las Américas
Medio Ambiente	En elaboración	

Dentro de su estrategia de apoyar a organizaciones sociales a través de donaciones, la Fundación donó de marzo a diciembre del 2010 a distintas organizaciones sin ánimo de lucro, más de 4.100 millones de pesos, para desarrollar proyectos en las distintas líneas de gestión.

DONACIONES 2010 FUNDACIÓN BOLÍVAR DAVIVIENDA		
Línea de gestión	Número donaciones	Monto Girado
Arte y Cultura	9	\$ 511.706.295
Educación	18	\$ 720.500.000
Entorno Institucional	9	\$ 302.664.404
Filantropía al Emprendimiento	3	\$ 57.640.857
Medio Ambiente	3	\$ 1.526.000.000
Salud y Rehabilitación	27	\$ 699.400.000
Vida en Familia y Cohesión Social	28	\$ 282.198.824
<b>TOTAL</b>	<b>97</b>	<b>\$ 4.100.110.380</b>

Adicional a las anteriores donaciones, para vincular el apoyo del Grupo Bolívar a las diferentes regiones del país, la Fundación efectuó 94 donaciones en 2010 por \$ 916 millones a organizaciones sociales regionales en 21 ciudades del país.

La información detallada de las actividades y programas de la Fundación Bolívar Davivienda puede verse en el informe de Sociedades Bolívar: [www.sociedadesbolivar.com](http://www.sociedadesbolivar.com).



## FUNDACIÓN ÚNICA

ÚNICA ha sido creada con el propósito de contribuir al mejoramiento cualitativo de la educación en Colombia y al fortalecimiento del bilingüismo a través de la formación de maestros y la generación de nuevo conocimiento pedagógico a fin de generar competitividad, desarrollo económico y equidad social.

Cabe destacar que el 93% de los 74 graduados hasta la segunda promoción del 2010 corresponden a personas de estrato 1,2 y 3.

La información completa y detallada puede encontrarse en el informe de sostenibilidad de Sociedades Bolívar: [www.sociedadesbolivar.com](http://www.sociedadesbolivar.com)

## Contribuimos a la sociedad a través de patrocinios

Tradicionalmente nuestra Compañía se ha unido a actividades que apoyan la cultura, el arte, la educación, el deporte, la salud, la gestión empresarial, la gestión del conocimiento, etc. a través de patrocinios de actividades que promueven otras organizaciones.

En 2010 nuestro aporte a este tipo de iniciativas alcanzó a \$4.321.913.617.

### Patrocinamos el arte y la cultura

El interés de nuestra Organización por contribuir con las diferentes manifestaciones artísticas, se ha hecho evidente a través de la difusión de las obras de grandes artistas plásticos y el apoyo a entidades y programas reconocidos, orientados a la difusión y promoción de la pintura, el teatro y la música.

Para 2009 se invirtieron más de \$835 millones y en 2010 más de \$1.440 en la divulgación de los libros de arte.

## Apoyamos la salud de los colombianos

En alianza con la "Fundación Santafé de Bogotá" desde 2005 hemos venido patrocinando el simposio anual "Vivir más y mejor".

Todos los años se escoge un tema de interés para la comunidad y se invitan personas de renombre internacional. Es un evento dirigido no solamente a profesionales de la salud sino a toda la comunidad por tratarse de temas de actualidad. En 2009 y 2010 se abordó la Medicina Preventiva y la Innovación y Excelencia en Salud

## Seguros Bolívar comprometido con el tenis nacional

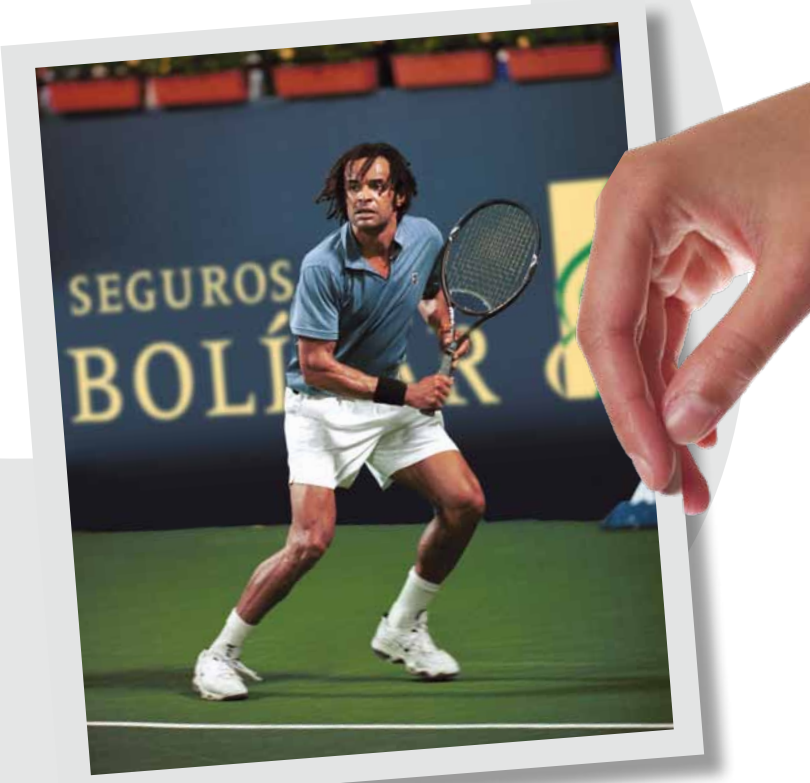
Gracias al apoyo brindado a los torneos de tenis, desde hace ocho años la Compañía se ha convertido en uno de los promotores referentes del tenis profesional en América Latina.

Este proyecto institucional de apoyo al tenis nacional se inició en 2001 con el copatrocinio de la Copa Colsánitas - Seguros Bolívar, el torneo femenino de más tradición en Iberoamérica, conocido actualmente como Tipo Tier III.

La Copa Seguros Bolívar de Tenis nació con la expectativa de consolidar un proyecto orientado a incrementar el número de tenistas profesionales en Colombia con su participación en el Circuito Mundial Profesional.

Nos interesa promover el tenis infantil, para lo cual se realizan festivales juveniles en las principales ciudades del país, con la participación de aproximadamente 2.000 niños a quienes se les rifa una beca de capacitación en la academia norteamericana de tenis más reconocida del mundo, Nick Bollettieri.

Más de 10.000 niños han participado en los festivales juveniles, los cuales procuramos que se hagan paralelamente a los torneos profesionales, lo que les permite a estas jóvenes promesas tener contacto con estas grandes figuras profesionales. A su vez, participan en rifas que les dan la posibilidad de asistir a una de las academias de tenis más importante del mundo en un campo de verano.



En 2009 se llevó a cabo por primera vez en Colombia un torneo oficial de la ATP: El Champions Tour, en el que participaron seis grandes glorias del tenis mundial.

En 2010, para reemplazar el Master, se consiguió la franquicia de uno de los circuitos complementarios de la ATP, el Champions Tour, circuito en el que juegan los tenistas retirados mayores de 33 años que fueron número 1 del mundo o llegaron a finales de algún Grand Slam.

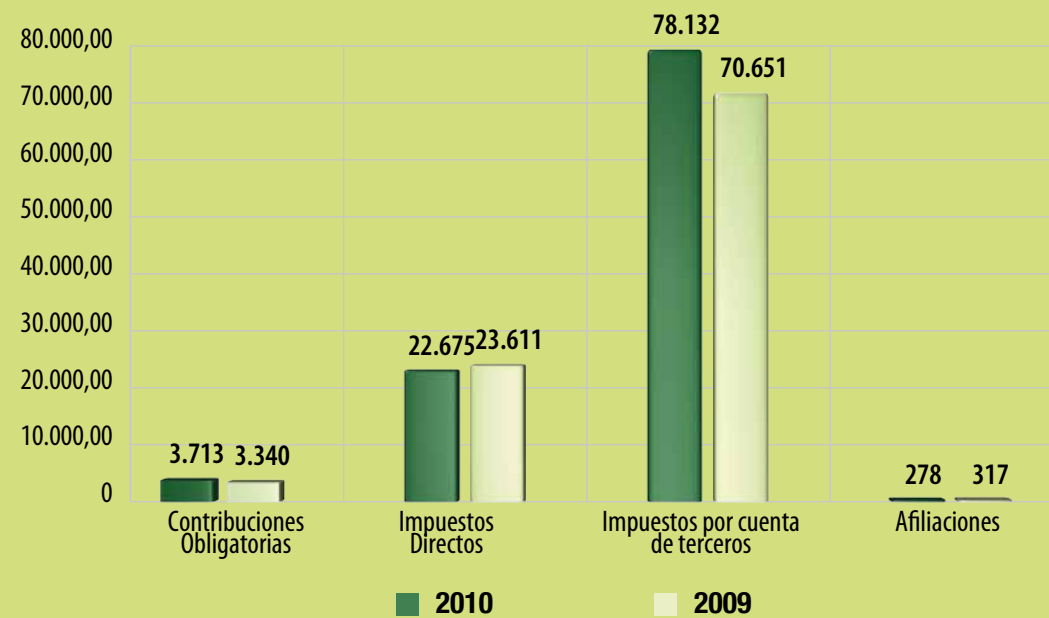
Seguros Bolívar ha permitido que siete ciudades del país diferentes a Bogotá, puedan vivir este evento único en ellas. Por política, realiza estos eventos a nivel nacional permitiendo que aproximadamente 100.000 personas tengan contacto directo con los mejores exponentes del tenis mundial, de forma gratuita.

Durante estos eventos se programan visitas con los tenistas a diferentes fundaciones infantiles, para compartir sus experiencias y pasar un rato ameno. Estamos seguros de que con este apoyo al deporte blanco, cada día serán más las figuras colombianas que nos representarán en los Grand Slams. Sin duda alguna ellos serán la motivación y ejemplo a seguir para millones de jóvenes en todo el país, que buscan superarse y destacarse.

La suma invertida por Seguros Bolívar en el patrocinio del deporte, principalmente en el Tenis ascendió a \$2.700 millones para 2010.



## El aporte de la Compañía al Estado y a Los Gremios



### Impuestos

Las actividades propias del negocio generan impuestos y contribuciones que a través de los organismos propios del estado se irrigan a la sociedad. Como grandes contribuyentes se generan los impuestos del orden nacional, aportando también importantes sumas de impuestos y contribuciones a los entes territoriales.

### Contribuciones

Las contribuciones a entes como la Superintendencia Financiera, FOGAFIN, AMV Auto reguladores del mercado de valores etc., fortalecen la vigilancia y control del estado.

### Fortalecimiento a los gremios y asociaciones

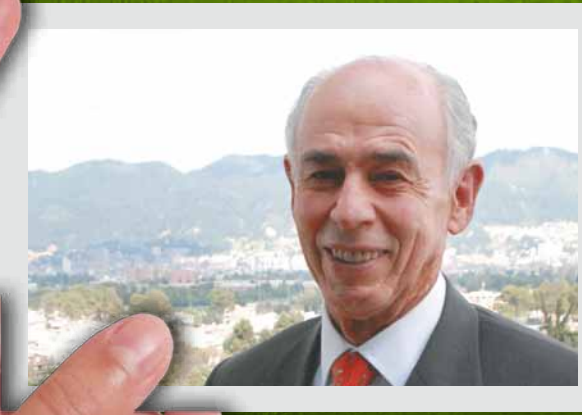
A través de la historia, Seguros Bolívar ha participado activamente en la creación y apoyo de diversos gremios y asociaciones, como factor de

desarrollo de las diferentes industrias o sectores económicos y desde luego del país; nos interesa contribuir al fortalecimiento de las instituciones que buscan el desarrollo y progreso económico social y ambiental del país. Participamos activamente como afiliados y patrocinamos sus actividades educativas, deportivas, académicas para la generación de conocimiento y de competencias.

Federación de Aseguradores Colombianos, Fasecolda, Limra, Andi, Anda, Cecodes, Acrip, Asociación Colombiana de Actuarios, Fenalco, Cámara de Comercio, etc.

“Servimos a nuestro país generando beneficios económicos y balances positivos, pero no nos resignamos a que el desempeño de cada una de nuestras compañías se mida únicamente por las cifras del estado de pérdidas y ganancias. ¡Hay mucho más de por medio! Somos un grupo de seres que trabaja para una comunidad de personas en un país lleno de necesidades y no podemos ser ajenos a estas, ni desentendernos de sus soluciones.”

*José Alejandro Cortés O  
Presidente Sociedades Bolívar S.A.*



# El Legado

**Más allá de construir riqueza se consolidó una cultura:**

- ▲ De la dignidad del hombre
- ▲ De la legalidad y de la rectitud
- ▲ De la integridad y la transparencia
- ▲ Del voluntariado
- ▲ Del conocimiento
- ▲ De la solidaridad y el amor

Reservamos este espacio para AGRADECER en nombre de todos los empleados del Grupo Empresarial Bolívar a José Alejandro Cortés Osorio, por el enorme LEGADO que nos deja.

Más de 55 años guiándonos

Más de 55 años acompañándonos

Más de 55 años de buen ejemplo

Más de 55 años de legado integral: como visionario, como líder, como mentor, como jefe, como amigo, como ser humano.





# Índice GRI



Sección	Aspecto	Indicador	Resumen Indicador	En este Informe
Información General	Estrategia y análisis	1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Mensaje del Presidente y Responsabilidad Social y su articulación con la filosofía.
		1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Perfil de la Empresa, Gestión de riesgos.
	Perfil de la organización	2.1	Nombre de la organización que reporta.	Alcance y Cobertura del Informe.
		2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Perfil de la Empresa.
		2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	Perfil de la Empresa.
		2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Perfil de la Empresa.
		2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en el Informe.	Perfil de la Empresa
		2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Perfil de la Empresa
		2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	Perfil de la Empresa y Ámbito comercial-Clientes.
		2.8	Dimensiones de la organización informante.	Perfil de la Empresa y Ámbito económico.
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	No hubo cambio significativos.		
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Perfil de la Empresa , Principales logros.		



## Parámetros del Informe

Perfil del Informe	3.1	Periodo que cubre el Informe (por ejemplo, ejercicio fiscal, año natural, etc.).	Alcance y Cobertura del Informe.
	3.2	Fecha del Informe anterior más reciente (si la hubiere).	Alcance y Cobertura del Informe.
	3.3	Ciclo de presentación de los Informes (anual, bienal, etc.)	Alcance y Cobertura del Informe, Mensaje del Presidente (bienal).
	3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas al Informe o su contenido.	Contra tapa, Consultar: <a href="http://www.segurosbolivar.com">www.segurosbolivar.com</a> constanza.echeverri@segurosbolivar.com.
Alcance del Informe	3.5	Proceso de definición del contenido del Informe incluido la determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos incluidos, e identificación de los grupos de interés que la organización prevé que lo utilicen.	Alcance y Cobertura del Informe, Ámbito ético, mapa de grupos de interés.
	3.6	Cobertura del Informe (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	Alcance y Cobertura del Informe.
	3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Informe (por los aspectos no cubiertos).	Alcance y Cobertura del Informe.
	3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Alcance y Cobertura del Informe.
	3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información del Informe.	Se acompaña toda la información con las unidades de medida o la explicación de su método de cálculo cuando es pertinente.
	3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a Informes anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	Cuando ha sido necesario reexpresar resultados respecto de lo reportado en el Informe del 2008, se ha incluido en el texto la explicación correspondiente.
	3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Informe.	En 2008 se presentó el informe de Seguros Bolívar dentro del informe de Sociedades Bolívar.
	3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el Informe.	Tabla de contenidos, en Alcance y cobertura del informe y Anexos. Tabla de indicadores GRI.
	3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del Informe.	No se ha realizado verificación externa del presente Informe de sostenibilidad.
	Índice de Contenidos		
Verificación			

## Gobierno y compromiso de participación de los stake - holders

Enfoque de Gestión Ético		Ámbito Ético.	
Gobierno	4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités que se encuentren bajo el más alto órgano de gobierno responsable de tareas específicas, tales como la fijación de estrategias o la supervisión de la organización.	Ámbito ético, Gobierno Corporativo Consultar: <a href="http://www.segurosbolivar.com.co/">http://www.segurosbolivar.com.co/</a>
	4.2	Indicar si el presidente del más alto órgano de gobierno es también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	Ámbito ético, Gobierno Corporativo
	4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se declarará el número de miembros del más alto órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Ámbito ético, Gobierno Corporativo
	4.4	Mecanismos de accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Ámbito ético, Gobierno Corporativo Consultar: <a href="http://www.segurosbolivar.com.co/">http://www.segurosbolivar.com.co/</a>
	4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Ámbito ético, Gobierno Corporativo Consultar: <a href="http://www.segurosbolivar.com.co/">http://www.segurosbolivar.com.co/</a> Codigo de ética y Manual de conflicto de interés y uso de información privilegiada
	4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	Consultar: <a href="http://www.segurosbolivar.com.co/">http://www.segurosbolivar.com.co/</a> Actualmente no se cuenta con el mecanismo para evaluar a los miembros de junta entorno al ámbito ambiental.
	4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y situación de su implementación.	Ámbito Ético, Responsabilidad Social Empresarial y su articulación con la Filosofía Empresarial
	4.9	Procedimiento del más alto órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluyendo la identificación y gestión de los riesgos y oportunidades relevantes, así como la observancia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	La Junta Directiva hace un seguimiento a las actuaciones que adelantan las áreas de las Organización encargadas de desarrollar las actividades puntuales en materia económica, social y ambiental
	4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial en lo que respecta al desempeño económico, ambiental y social.	Anualmente los miembros de la Junta Directiva adelantan procesos de autoevaluación, dirigidos a evaluar su gestión desde el punto de vista de Gobierno Corporativo. Consultar: <a href="http://www.segurosbolivar.com.co/">http://www.segurosbolivar.com.co/</a>
	4.11	Explicación de si la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	Perfil de la Empresa - Gestión de Riesgos
Compromiso con iniciativas externas	4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Ámbito Social, Pacto Global
	4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y esté presente en los órganos de gobierno, participe en proyectos o comités, proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios, y/o tenga consideraciones estratégicas.	Ámbito Social
Participación de Grupos de Interés	4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Alcance y cobertura del informe, tabla de contenidos. A lo largo del informe se desarrolla el reporte sobre los principales grupos de interés.
	4.15	Base (procedimientos) para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Ámbito ético, RSE y su articulación con la filosofía empresarial
	4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Ámbito ético, RSE y su articulación con la filosofía empresarial.
	4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración del Informe.	A lo largo del Informe se responden los principales temas materiales surgidos de la interacción con nuestros empleados, clientes y proveedores.

## Enfoque de Gestión Ambiental

Ámbito Medioambiental

Enfoque de Gestión Ambiental		Ámbito Medioambiental
Materiales	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.
	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son reciclados.
Energía	EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes de energía primarias.
	EN5	Ahorro total de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.
	EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.
Agua	EN8	Extracción total de agua por fuentes.
	EN12	Descripción de los impactos más significativos de las actividades realizadas en áreas protegidas.
Biodiversidad	EN14	Programas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.
	EN16	Emisiones totales de gases de efecto invernadero.
Emisiones, efluentes y residuos	EN18	Iniciativas para reducir la emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.
	EN22	Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.
Productos y servicios	EN26	Iniciativas para gestionar los impactos ambientales de los productos y servicios y el alcance de la reducción de ese impacto.
Cumplimiento	EN28	Incidentes y multas o sanciones no monetarias motivadas por incumplimiento de la normativa aplicable en materia ambiental.
General	EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.

## Enfoque de Gestión Económico

### Desempeño Económico

Desempeño económico	EC1	Valor económico generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, compensaciones a empleados, donaciones y otras inversiones comunitarias, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Ámbito Económico.
	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Ámbito Laboral.
Presencia en el mercado	EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Ámbito Laboral.
	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Ámbito Comercial - Proveedores.
	EC7	Procedimiento para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	El 100% de los altos directivos de Seguros Bolívar son colombianos.

## Enfoque de Gestión Laboral

### Desempeño Social - Laboral

Empleo	LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región	Ámbito Laboral - Nuestros colaboradores.
	LA2	Número total de empleados y promedio de rotación, desglosados por grupo de edad, sexo y región	Ámbito Laboral - Nuestros colaboradores.
	LA3	Beneficios ofrecidos a los empleados de jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada	Ámbito Laboral - Compensación y salarios.
Relaciones empresa / trabajadores	LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	Ámbito Laboral - Libertad de asociación.
	LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Ámbito Laboral - Sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional, de acuerdo a la legislación colombiana existe un comité paritario de salud ocupacional con ocho miembros que representan a las directivas de la Cia y 8 miembros que representan a los trabajadores.
Salud y seguridad en el trabajo	LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Ámbito Laboral - Sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional.
	LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Ámbito Laboral - Capacitación de nuestros colaboradores.
Formación y educación	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Ámbito Laboral - Capacitación de nuestros colaboradores.
	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Ámbito Laboral - Capacitación de nuestros colaboradores.
	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Ámbito Laboral - Evaluación del desempeño.
Diversidad y oportunidad	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Ámbito Ético y Ámbito Laboral.



## Desempeño Social - DDHH

Prácticas de inversión y abastecimiento	HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos (ambientales y sociales) o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos (ambientales y sociales).	Ámbito Comercial - Proveedores.
	HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Ámbito Comercial - Proveedores, se cumple parcialmente.
No discriminación	HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	En el período reportado no tuvimos incidentes de discriminación.
Libertad de asociación	HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Ámbito Laboral - libertad de asociación.
Explotación infantil	HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	No tenemos en la empresa actividades que conlleven un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil. Como parte del Grupo Empresarial Bolívar nos guiamos por los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas que ha firmado Sociedades Bolívar.
	HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	No tenemos en la empresa actividades identificadas como trabajo forzado o no consentido. Como parte del Grupo Empresarial Bolívar nos guiamos por los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas que ha firmado Sociedades Bolívar.
Trabajos forzados	HR8	Porcentaje de personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	El 90% personal operativo de Seguridad Técnica es capacitado anualmente.

## Enfoque de Gestión Social

Ámbito Social.

## Desempeño Social - Sociedad

Comunidad	S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	Actualmente no hay programas que permitan evaluar el impacto de las operaciones en las comunidades.
	S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Ámbito Ético
Corrupción	S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Ámbito Ético, Código de ética de la organización prevé conductas inaceptables para el tema. 1288 personas realizaron el módulo de capacitación sobre el Sistema de administración riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo.
	S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	En el período reportado no tuvimos incidentes relacionados con corrupción.
Competencia desleal	S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	En el periodo reportado no tuvimos incidentes relacionados con prácticas monopolísticas.
Cumplimiento normativo	S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	En el período reportado no tuvimos sanciones ni multas por incumplimiento normativo.

## Enfoque de Gestión Comercial

Desempeño Social - Productos	Etiquetado de productos y servicios	PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	En el periodo reportado no tuvimos incidentes.
		PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Ámbito comercial - Clientes.
Comunicaciones de marketing	Privacidad del cliente	PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	En el periodo reportado no tuvimos incidentes de este tipo.
		PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	En el periodo reportado no tuvimos incidentes por falta a la privacidad ni fuga de datos de clientes.
Cumplimiento normativo	Cartera de Productos	PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	En el período reportado no tuvimos multas significativas por el incumplimiento en el suministro de nuestros servicios.
		FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio.	En el procedimiento de atención de siniestros de seguros generales con la disposición apropiada de los salvamentos.
Suplemento Sectorial de Servicios Financieros	Auditoría	FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	Matriz de aspectos e impactos ambientales.
		FS4	Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio.	Programa de entrenamiento para los cargos que tienen alto impacto en el sistema de gestión ambiental.
Etiquetado de productos y servicios	Etiquetado de productos y servicios	FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	Auditorías trimestrales.
		FS16	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	Ámbito Comercial.



SEGUROS  
BOLÍVAR

