



# INFORME 2015 DE SOSTENIBILIDAD

Reserva Bojonawi - Departamento del Vichada

SEGUROS  
BOLÍVAR



# GUÍA DE NAVEGACIÓN

Este es un PDF interactivo.  
Para poder visualizarlo correctamente debe tener instalado en equipo Acrobat Reader. Si no lo tiene puede descargarlo en el siguiente link:

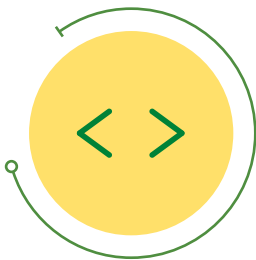
<https://get.adobe.com/es/reader/>

A lo largo de este documento encontrará los siguientes íconos que facilitarán su navegación.



Ampliar  
información

Contenidos con  
más información



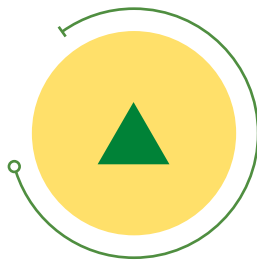
Pre - Post

Navegación anterior  
y posterior



Home

Menú  
principal



Indicador  
de capítulo

Aquí está  
usted



Glosario

Palabras  
importantes

# CONTENIDO

2

Carta  
del Presidente

3

Acerca de nuestra  
empresa  
y el Informe

24

Rentabilidad  
y aporte de valor  
a la sociedad

59

Aprendizaje  
y crecimiento

75

Procesos  
internos

88

Clientes

102

Memorando de  
verificación



Tengo el gusto de presentarles por primera vez nuestro octavo Informe de Sostenibilidad, que refleja la gestión de Seguros Bolívar durante el 2015.

Este periodo representó para el país un año de retos y para nosotros, como compañía, un año de transformación, que marca el inicio de una visión compartida enfocada hacia el fortalecimiento de nuestra sostenibilidad.

Esta visión parte del hecho de reconocer la Compañía que tenemos, entender la tarea que sigue para afianzar nuestra razón de ser a largo plazo y poner al servicio de nuestros grupos de interés la cultura que nos ha identificado por más de 76 años. La esencia que nos enorgullece tiene como máximo propósito “Enriquecer la Vida con Integridad”; este propósito superior, que orienta al Grupo Bolívar, inspira y guía nuestras decisiones diarias

para plasmar este poderoso mensaje en prácticas.

Nuestra Compañía existe para aportar al desarrollo del país y brindar beneficio social a la sociedad mediante la protección, el bienestar y el servicio a las familias y empresas colombianas, con un componente primario que es la ética. Este fundamento nos impone la responsabilidad de cuidar, de gestionar y entender eficientemente el riesgo para cumplir con nuestros compromisos.

Los consumidores hoy en día tienen menos tiempo para interactuar de forma presencial y a la vez son más exigentes con las propuestas que reciben; ello nos lleva a reinventarnos, mejorar y trabajar de forma oportuna para brindar soluciones ajustadas a sus necesidades.

Y esa capacidad de reacción radica en el equipo que hace

posible que las cosas pasen, nuestra gente, personas valiosas enfocadas hacia un propósito común, que trabajan constantemente con entusiasmo para lograr ser la mejor compañía para nuestros clientes y para el país.

Este desafío, que nos impone el mundo de hoy, requiere de todos nuestros esfuerzos, conocimientos, innovación y recursos que nos permitirán encontrar el balance perfecto entre los resultados económicos, la solvencia y respaldo, y el aporte, cuidado y desarrollo de la comunidad y del planeta.

La sostenibilidad es nuestro objetivo, mediante acciones decididas, ágiles y constantes nos proyectaremos a largo plazo para aprender que los resultados se logran, cada día, cuando todos hacemos parte de esta transformación.

**JAVIER SUÁREZ ESPARRAGOZA**  
PRESIDENTE SEGUROS BOLÍVAR

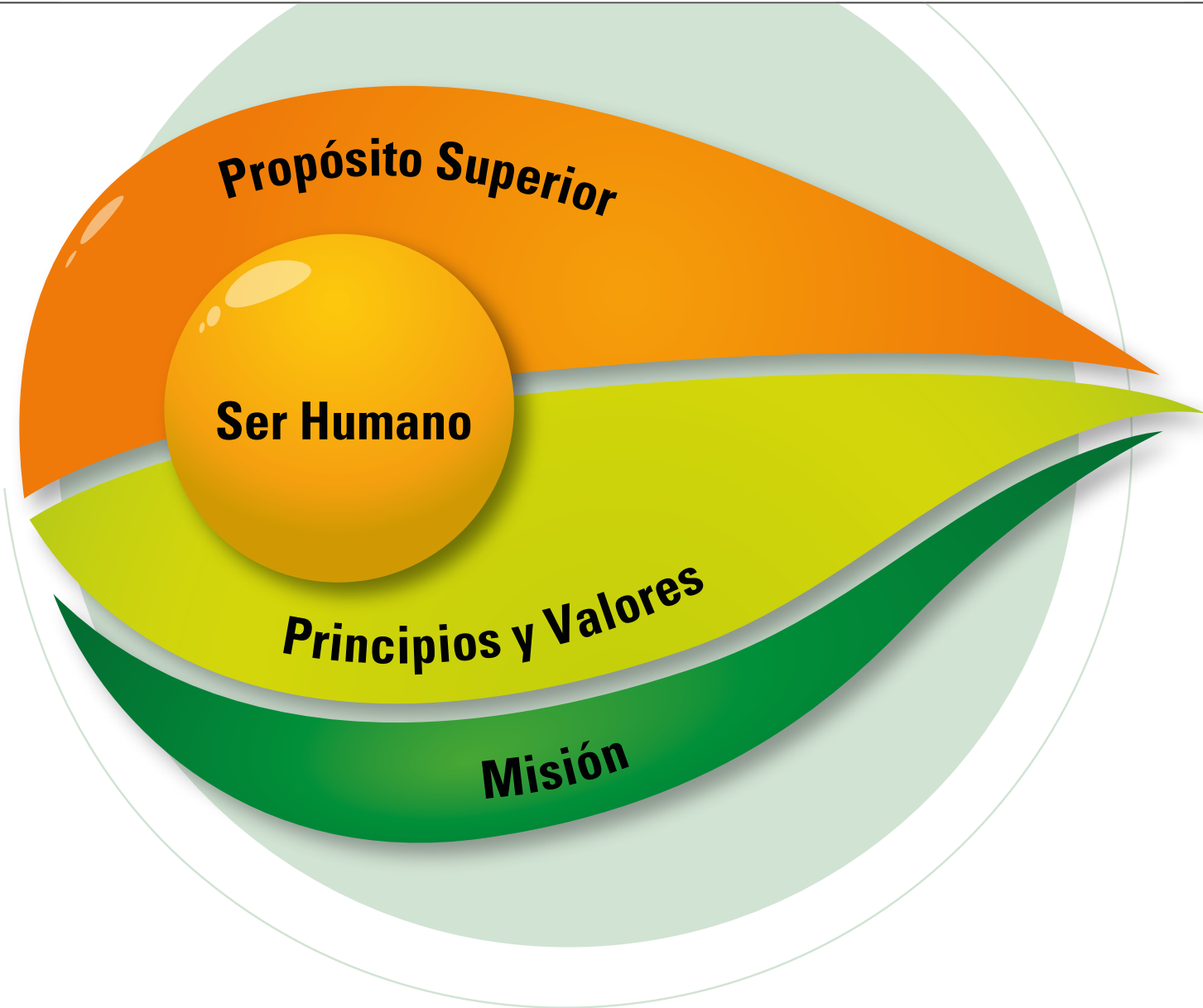


ACERCA DE NUESTRA  
EMPRESA Y EL INFORME

Seguros Bolívar como parte de las empresas del Grupo Bolívar, fundamenta su accionar en una cultura que se fortalece y madura gracias al aporte de todos nuestros empleados.

La esencia de nuestra cultura tiene como centro el ser humano, y a partir de este eje se ponen en práctica los principios y valores, la misión y el propósito superior.

Enriquecer la Vida con Integridad



Disciplina

- Cumplimos nuestros acuerdos y compromisos en concordancia con las prioridades que definimos.
- Ante los retos y adversidades, trabajamos con perseverancia para alcanzar las metas y objetivos propuestos.
- La disciplina nos hace confiables.



Respeto

- Respetamos la dignidad humana de todas las personas con las que interactuamos.
- Nuestras acciones se caracterizan por el buen trato, la empatía y porque aceptamos y resolvemos nuestras diferencias dentro del marco de nuestros principios y valores.



Entusiasmo, alegría y buen humor

- Somos positivos, alegres y optimistas aun en los momentos difíciles.
- Somos entusiastas para afrontar nuevos retos y realizar nuestro trabajo.
- Contamos con la risa como el mejor aliado contra las tensiones y preocupaciones.



Honestidad

- Somos correctos, veraces y transparentes en nuestras acciones e interacciones.
- Nos comportamos con integridad y carácter.
- Somos leales a nuestras empresas y a los principios y valores que profesamos.



Justicia

- Nuestras acciones y decisiones se rigen por la responsabilidad, equidad e imparcialidad, en concordancia con los méritos, derechos y deberes de las personas.
- Nuestra principal guía es la conciencia y la satisfacción de hacer lo correcto.

Esta es nuestra razón de ser, que direcciona nuestro quehacer y nos permite enfocarnos a largo plazo, es así como la sostenibilidad para las empresas del Grupo Bolívar representa la forma como interactuamos en los negocios, con las personas, con el país y con el planeta:

Nuestras compañías trascienden y perduran en el tiempo porque además de nuestra responsabilidad en la administración del riesgo, somos conscientes de que el desarrollo de nuestros negocios debe ser:

Económicamente viable



Apoyamos la iniciativa privada para crear empresa, respaldando la libertad de elegir de cada persona.

Ambientalmente correcto



Reconocemos el desarrollo de la libre competencia bajo la supervisión del Estado y trabajamos por el fortalecimiento de la democracia.

Socialmente responsable



# Seguros Bolívar en cifras demográficas

En el mapa: Distribución de clientes  
y oficinas de Seguros Bolívar por Departamento.



Deslice el cursor  
sobre los íconos  
para ampliar la  
información



Distribución de clientes y oficinas  
de Seguros Bolívar por departamento.



Oficinas de Seguros Bolivar  
Ciudades Capitales



Más de  
**2 MILLONES**  
de clientes

**1.858**  
Funcionarios



66%



34%

**1.605**  
Término Indefinido

**4**  
Término Fijo

**113**  
Contrato Temporal

**136**  
Aprendices

**3.600**  
Fuerzas de Ventas



66%



34%

**1.217**  
Directos

**817**  
Dependientes

**1.566**  
Independientes

# Nuestra gestión en sostenibilidad

Durante los tres últimos años hemos avanzado en la maduración y entendimiento de nuestro enfoque de sostenibilidad; con este fin, en el 2015 dimos una mirada de una forma más sencilla a los asuntos relevantes incluidos en la estrategia, para lograr **integrar en 11 ejes la gestión** de los diversos aspectos que nos llevarán a la permanencia a largo plazo y que generan valor a nuestra Compañía y a nuestros grupos de interés.

Esta integración parte del objeto de nuestro negocio, administrar el riesgo; es por ello que uno de los asuntos que se muestran a partir de este año transversalmente y como perfil de nuestra organización es la **administración y gestión del riesgo**.

Como aseguradores, contamos con un interés innato en esta materia, que además requiere de conocimiento, prudencia y de modelos que permitan entender el riesgo.

Es así como, a partir de este enfoque, reflejaremos en nuestra estrategia algunos ajustes así:



## Procesos Internos

Consideramos de vital importancia la relación con nuestros aliados estratégicos, así que transformamos el asunto Desarrollo de aliados estratégicos en Gestión de la Cadena de Suministro, en el que incorporamos su desarrollo y la identificación de riesgos ambientales y sociales en la operación del negocio.

Durante el periodo reportado se identificaron eventos que implican la reexpresión de información de las memorias del año anterior, para afinar el método de cálculo y clasificación de la información.



## Rentabilidad y Aporte de Valor a la Sociedad

Incluimos el asunto Derechos Humanos, entendido no solo como la gestión que se adelanta con nuestros empleados, sino como la madurez en la interacción con otros grupos de interés. Y por otra parte, ampliamos el alcance del asunto Ciudadanía Corporativa para extenderlo a acciones responsables con el enfoque de responsabilidad social desde nuestro negocio.

Se trata puntualmente del dato de clientes totales, que para el año anterior se presentó un conteo adicional en los clientes de pólizas colectivas de deudores, por lo que en este informe verán reflejada una disminución.

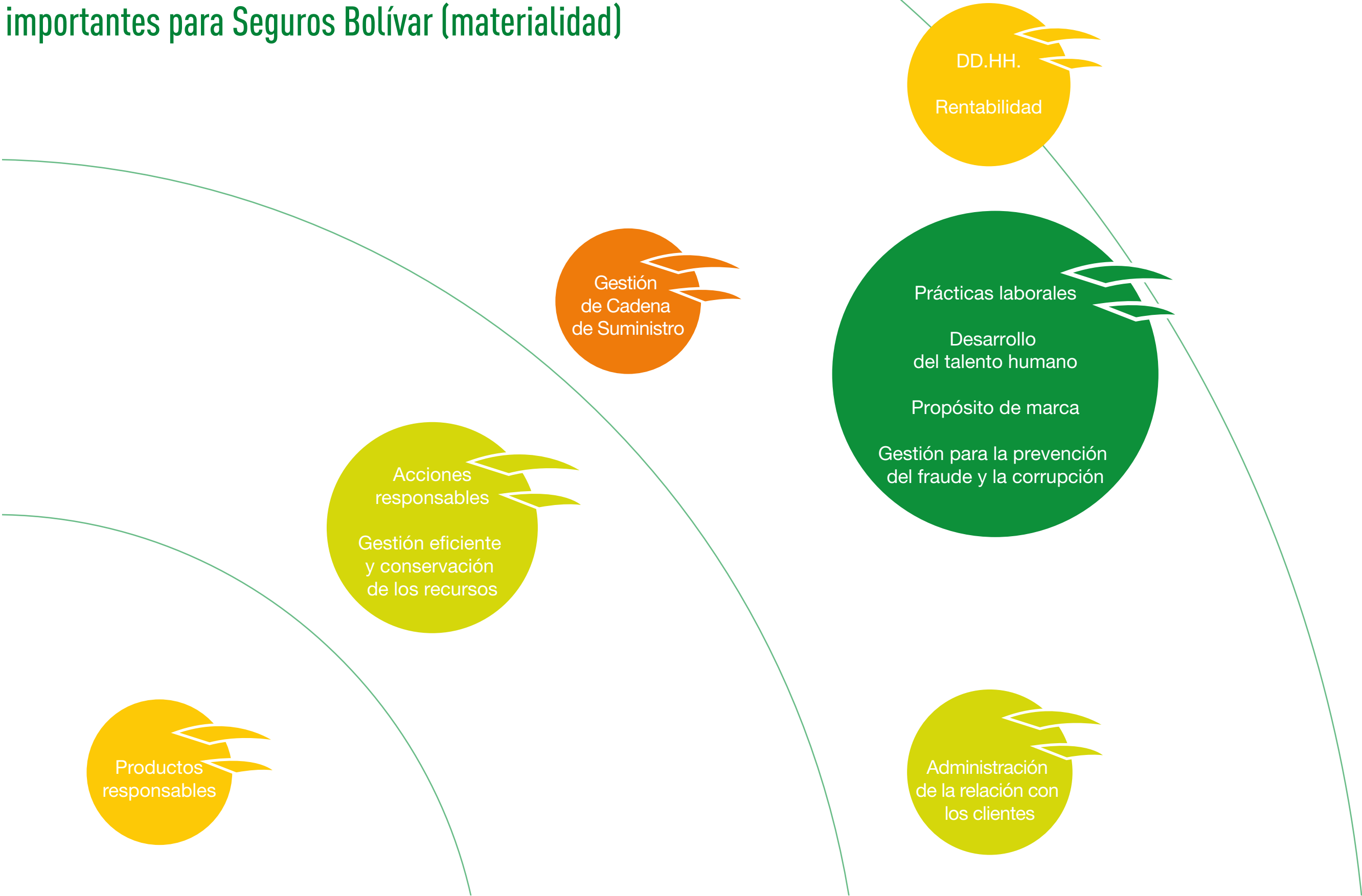


## Clientes

Enmarcamos nuestra relación desde la sencillez, por esto es conveniente gestionar el asunto como administración de la relación con los clientes.

Asuntos importantes para Seguros Bolívar (materialidad)

Importancia para grupos de interés



Importancia para Seguros Bolívar

# Gobierno Corporativo

En Seguros Bolívar, como compañía integrante del Grupo Bolívar, disponemos de un **Sistema de Gobierno Corporativo** integrado por:



## Principios, Políticas y Normas

Que determinan un conjunto de buenas prácticas dirigidas a promover que nuestras acciones sean



Estamos convencidos de que nuestras prácticas de **Buen Gobierno** contribuyen de forma efectiva a la estabilidad, seguridad y transparencia de nuestras operaciones, servicios y productos, lo que nos permite salvaguardar la confianza de los diferentes Grupos de Interés con los que interactuamos. Este convencimiento nos lleva a trabajar de manera continua para seguir ajustando nuestros principios y prácticas a los mejores estándares nacionales e internacionales, con el fin de contar con un Sistema de Gobierno Corporativo más robusto.



Recoge los roles, derechos, facultades y responsabilidades de los órganos de administración de Seguros Bolívar, desarrollando nuestros valores, principios éticos y cultura organizacional.

Fundamentos de nuestro Gobierno Corporativo



Estructura del Gobierno Corporativo



Asamblea General de Accionistas

- Máximo órgano de administración de la Compañía.
- La componen los accionistas inscritos en el libro de registro de acciones o sus representantes legales o apoderados.



Junta Directiva

- Máximo órgano de dirección de la Compañía.
- Cada Junta Directiva está compuesta por 5 miembros principales y 5 miembros suplentes.
- Son elegidos por la Asamblea de Accionistas para periodos de 2 años, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.



Presidente

- Máximo órgano de ejecución. Se encarga de la gestión diaria de la Compañía.
- Es elegido por la Junta Directiva.
- Es el Representante Legal de la Compañía.

 Junta Directiva

En la Asamblea de Accionistas de marzo 05 del 2015, se nombraron como miembros de la Junta Directiva las siguientes personas para el periodo 1 de abril del 2015 – 31 de marzo del 2017, quienes se encuentran debidamente posesionados ante la Superintendencia Financiera para el ejercicio de su cargo.

Compañía de Seguros Bolívar S.A.

Miembros principales

- José Alejandro Cortés Osorio
- Enrique Durana Concha
- Francisco Villaveces Medina
- Mario Fernando Rojas Cárdenas
- Rodolfo Alejandro Serna Lira

Miembros suplentes

- Pedro Toro Cortés
- Nicolás Cortés Kotal
- Fernando Cortés Mcallister\*
- Carlos Guillermo Arango Uribe
- Mario Fernando Rojas Escobar

Seguros Comerciales Bolívar S.A.

Miembros principales

- Luis Fernando Toro Pinzón
- José Alejandro Cortés Osorio
- Francisco Villaveces Medina
- Jaime Lizarralde Lora
- María del Pilar Galvis Segura

Miembros suplentes

- Rodolfo Alejandro Serna Lira
- Pedro Toro Cortés
- Fernando Cortés Mcallister\*
- Carlos Guillermo Arango Uribe
- Olga Lucía Martínez Lema

Capitalizadora Bolívar S.A.

Miembros principales

- Luis Fernando Toro Pinzón
- Jaime Lizarralde Lora
- Enrique Durana Concha
- María del Pilar Galvis Segura
- Rodolfo Alejandro Serna Lira

Miembros suplentes

- Rodolfo Alejandro Serna Lira
- Pedro Toro Cortés
- Fernando Cortés Mcallister\*
- Carlos Guillermo Arango Uribe
- Olga Lucía Martínez Lema

Miembros independientes:

- No son accionistas del 5% o más de las acciones de la Compañía o de su controlante.
- No se encuentran vinculados laboralmente a la Compañía.
- No reciben de la Compañía remuneración diferente a los honorarios como miembros de la Junta Directiva, o en caso de recibirla, dicha remuneración no supera el 20% de sus ingresos anuales.

Miembros ejecutivos:

- Miembros de la Junta Directiva que no son independientes debido a que tienen un contrato laboral suscrito con la Compañía.

\* Cada una de las Juntas Directivas está compuesta por un miembro suplente que es ejecutivo (Dr. Fernando Cortés Mcallister - Vicepresidente de Responsabilidad Social Empresarial) y por 5 miembros principales y 4 suplentes que reúnen las condiciones de miembros independientes.



Algunos de los principales aspectos que permiten identificar los avances y elementos en los que ha trabajado Seguros Bolívar para el fortalecimiento de su Gobierno Corporativo son:



Funcionamiento de las Juntas Directivas

Incorporamos **prácticas de Gobierno Corporativo** aplicables a las actividades que adelantan las Juntas Directivas.

Comités de Apoyo a las Juntas Directivas

Definimos los comités que apoyan a las Juntas Directivas, como **mecanismos para contar con mayores herramientas de juicio** en decisiones que son de gran importancia. El Comité de Auditoría se reunió en 4 oportunidades y el Comité de Gobierno Corporativo en 2.

Conflictos de Interés

Contamos con manuales que establecen los criterios para **identificar y resolver los Conflictos de Interés**.

Manejo de la información

Establecimos políticas para que la información del Grupo Empresarial sea adecuadamente **manejada, custodiada y divulgada**.

Gestión del Revisor Fiscal

Desarrollamos un formato de evaluación para **conocer la percepción** de la Junta Directiva sobre el desarrollo de las funciones del Revisor Fiscal.

Gobierno Corporativo en las decisiones de inversión

Adoptamos criterios de Gobierno Corporativo en la **toma de decisiones de inversión**.

Relaciones con partes vinculadas

Contamos con normas y parámetros que se deben seguir por parte de las Compañías en el **manejo de sus relaciones** con sus partes vinculadas.

A través de la Circular Externa 028 de 2014 la Superintendencia Financiera de Colombia expidió una nueva versión del Código País de Gobierno Corporativo, que sustituye el publicado en el 2007 integrado por:



Los cuales tienen como propósito elevar los estándares de Gobierno Corporativo a requerimientos internacionales, principalmente de la OECD, la CAF y el Banco Mundial.

Teniendo en cuenta las modificaciones efectuadas por la Superintendencia Financiera de Colombia, las cuales entraron en vigencia a partir de enero del 2016, el Grupo Bolívar S.A., Compañía matriz del Grupo Bolívar, trabajó en la **identificación, diagnóstico y adopción** de estas recomendaciones, con el fin de continuar en el proceso de **mejoramiento continuo de su Sistema de Gobierno Corporativo**, de acuerdo con los mejores estándares nacionales e internacionales.

A partir de este trabajo, Seguros Bolívar, como Compañía integrante del Grupo Bolívar, tiene previsto adelantar durante el año 2016 procesos de incorporación de las recomendaciones del Código País, bajo los lineamientos previstos por la matriz del Grupo, atendiendo a las necesidades y realidades de cada una de ellas.

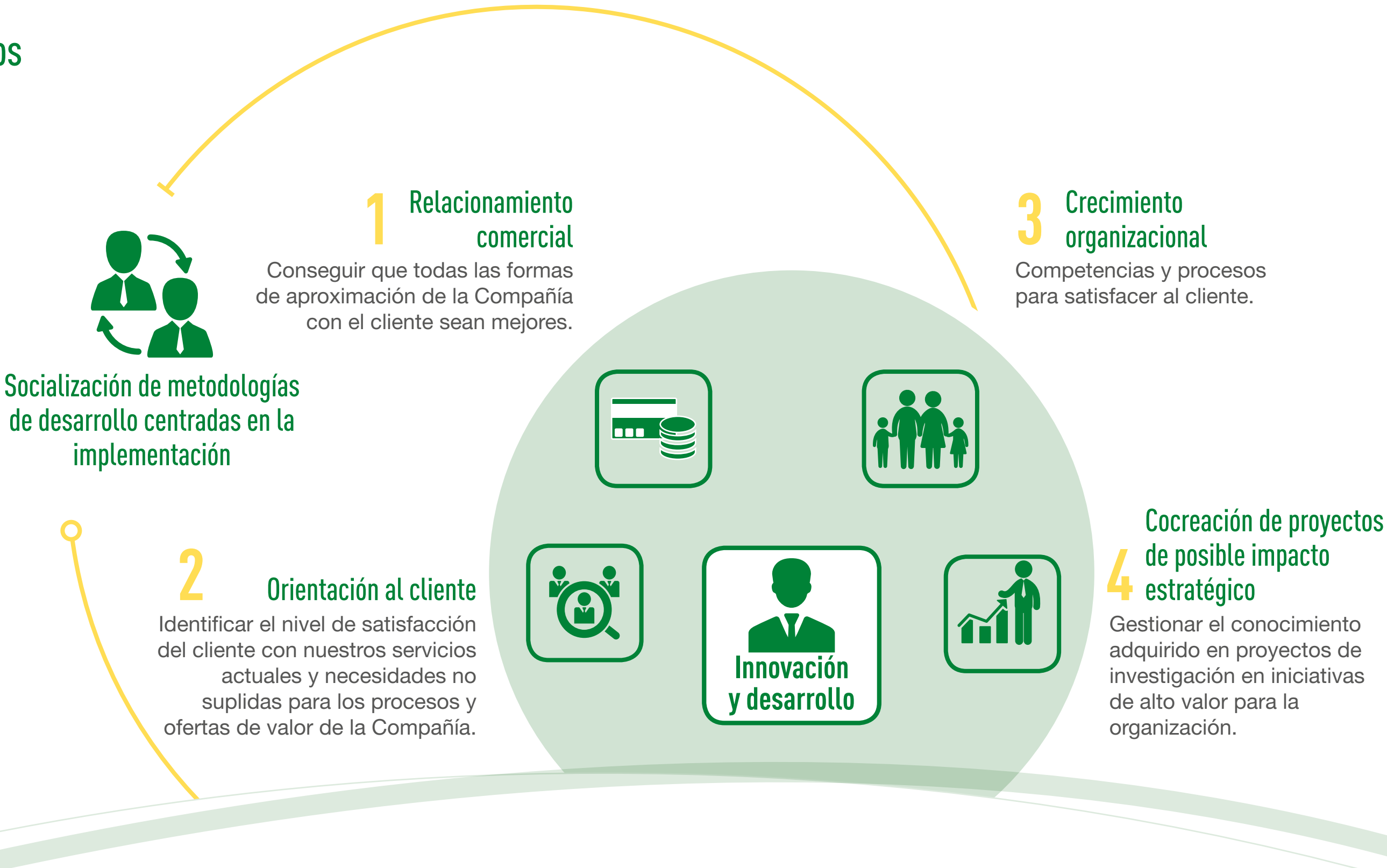
Como producto de este trabajo, se efectuarán **modificaciones a los documentos que integran el Sistema de Gobierno Corporativo de las Compañías**, identificando las recomendaciones que en relación con la Asamblea General de Accionistas, Junta Directiva, Comités de Apoyo, Arquitectura de Control y Divulgación de Información **puedan generar valor en el desarrollo de las actividades de las Compañías**, dirigidas a robustecer la gestión del buen gobierno de Seguros Bolívar.

# Investigamos, desarrollamos e innovamos

Durante el 2015 el foco de la gestión estuvo en optimizar nuestros esfuerzos en cuatro pilares estratégicos.

Dentro de estos cuatro pilares de innovación, desarrollamos más de 20 sesiones de trabajo que permitieron contribuir al desarrollo de la transformación de Seguros Bolívar, con la participación de grupos interdisciplinarios en los que nuestro principal objetivo fue conseguir que los funcionarios conocieran y aplicaran nuevas metodologías de desarrollo centradas en la implementación.

Adicionalmente, en el marco del programa de Innovación Abierta que el Grupo Bolívar desarrolla en alianza con la Universidad de los Andes, trabajamos en el reto de diseño de la nueva oficina para “los socios empresarios”. Se espera que esta oficina sea el piloto que permita replicar las necesidades de las nuevas generaciones en cuanto a un mejor lugar para trabajar y desarrollarse profesionalmente.





## Administración del riesgo

Administrar el riesgo en nuestra organización es un factor diferenciador y el principio que se hace latente en todos los asuntos materiales de la estrategia de sostenibilidad. La gestión integral de riesgos involucra un conjunto de factores que, de forma sistemática, hacen que nuestra labor sea responsable y eficiente.

### Lograr ser sostenibles a largo plazo exige una capacidad de:

-  Cumplir con la promesa que le hacemos a nuestros clientes.
-  Cumplir con las expectativas que ellos tienen frente a los productos y servicios que ofrecemos.
-  Estar preparados para responder económicamente a esa promesa y para hacer un acompañamiento que genere diferenciación.



### En Términos de Seguros

Cobra gran relevancia si lo enfocamos en aspectos como tarifas suficientes y justas, apropiación debida de reservas técnicas, coberturas consistentes, definidas y diseñadas para dar valor a nuestros clientes. Estas son las bases que hacen sostenible la Gestión del Riesgo en términos económicos.



### Ámbito Social

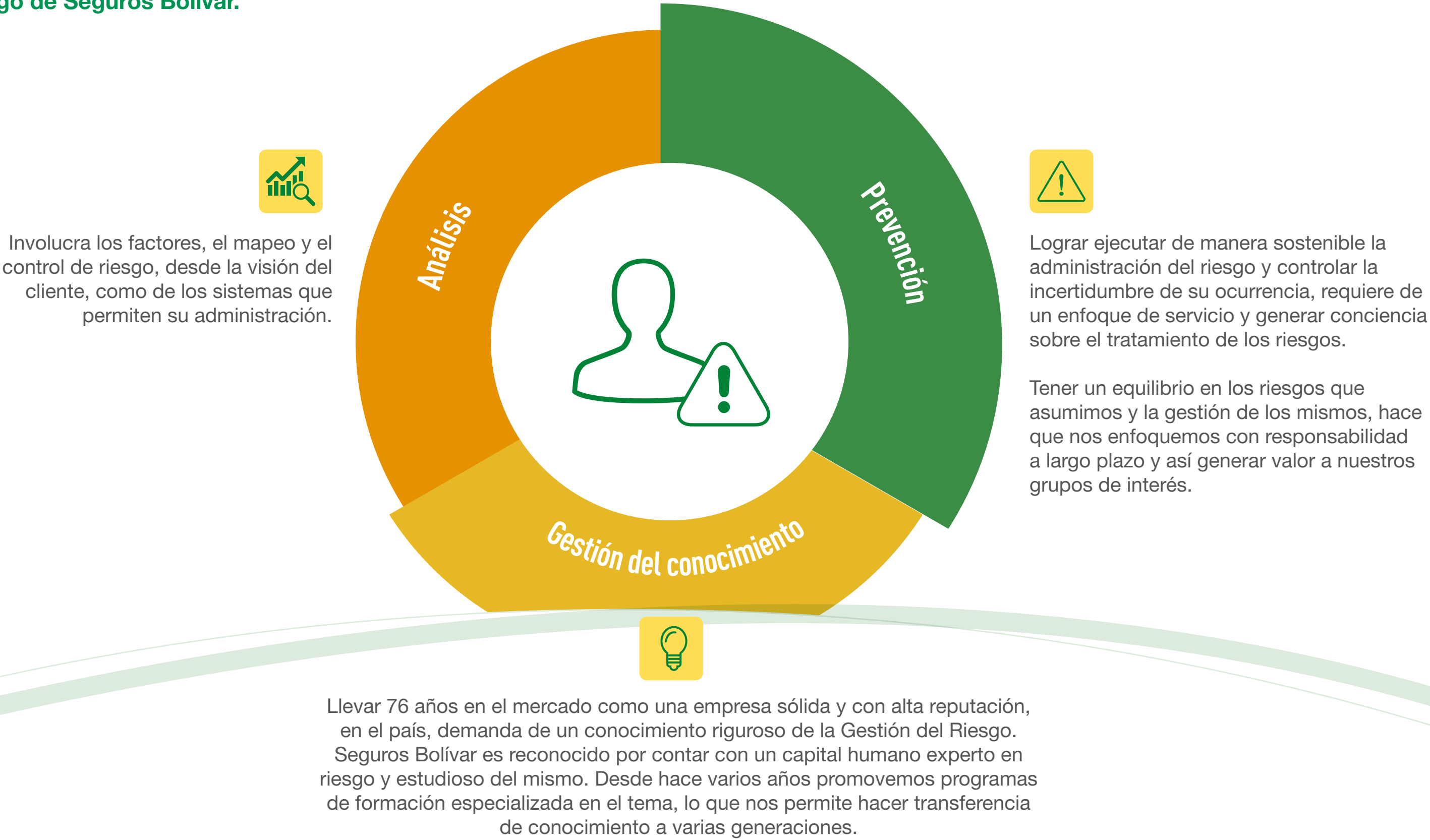
Surge la protección con el sentido que esto acarrea: salvaguardar la vida de las personas y el patrimonio de las familias y empresas, para así brindar tranquilidad en cada momento.



### Esquemas de Aseguramiento

Se encaminan a satisfacer necesidades básicas en el ser humano, su protección y seguridad. El sentirse respaldado genera confianza, y es precisamente esta emoción la que buscamos fomentar mediante nuestro prudente manejo del riesgo al hacer su análisis, administración y prevención.

Tres pilares que hacen la diferencia en la Gestión del Riesgo de Seguros Bolívar.



Seguros Bolívar es reconocido en el mercado por tener un capital humano conocedor y experto en riesgo, lo que ha permitido generar conocimiento a otras generaciones.



Nuestra Compañía desde el inicio tiene en su ADN la rigurosidad técnica que involucra todos los sistemas, tanto de administración técnica del riesgo como sistemas de riesgo administrativo y financiero; estos sistemas son liderados por profesionales que a su vez forman una red de expertos reconocida por la industria.



La administración de riesgo permea toda la gestión en nuestra organización, está en el día a día de nuestras operaciones; esta administración integral consiste en implementar de forma sistemática un conjunto de acciones tendientes al manejo óptimo de los riesgos que puedan afectar el logro de los objetivos estratégicos y tácticos.



Este conjunto comprende la identificación de riesgo desde la operación, nuestra administración de datos de los clientes, riesgos financieros, entre otros, además de la medición y el monitoreo, así como las acciones de control establecidas para mitigarlos.

Como Compañía nuestra prioridad es el interés genuino de cuidar y ofrecer tranquilidad a nuestros grupos de interés.



Sistema de Administración de Riesgo (SAR)



## Continuidad del negocio

Con el fin de continuar robusteciendo el Plan de Continuidad Corporativo, **buscamos nuevas tecnologías en la gestión y la estructura de continuidad de negocio**; adquirimos una herramienta que facilita la gestión de los planes de continuidad.

Para fortalecer las condiciones de activación del plan de continuidad frente a un evento que afecte la infraestructura tecnológica, se implementan roles y acciones para la toma de decisión en este sentido.

Durante este año creamos el plan de acciones inmediatas, con el que se tipifican diferentes niveles de emergencia y acciones a seguir por parte de los equipos para la recuperación del escenario, brigadistas y comité de crisis.



Implementar mesas de trabajo de crisis que cuenten con personal altamente capacitado para atender cualquier tipo de evento; además, que estén entrenados para comunicar y dar el mensaje correcto a las partes interesadas.



Tener un análisis del negocio ajustado a las necesidades reales del mismo.

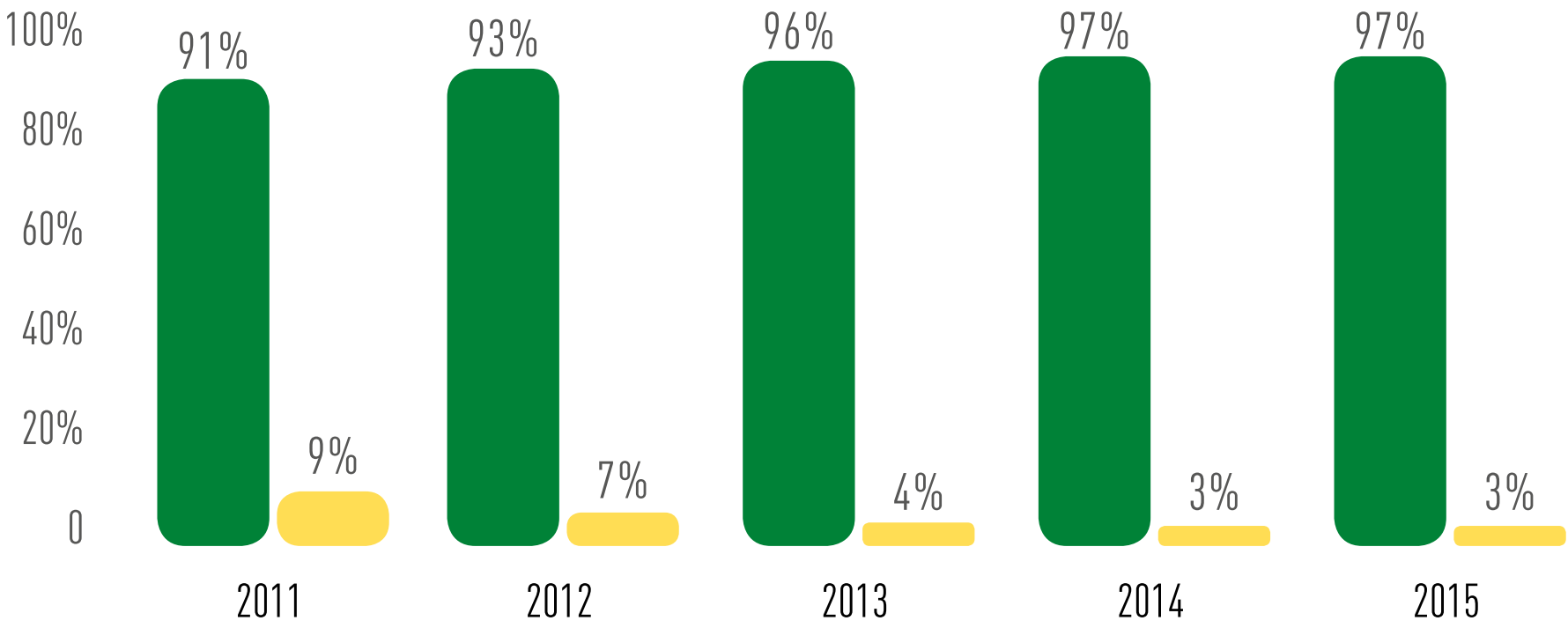


Contar con políticas y capacitar a funcionarios en continuidad del negocio y la existencia del Plan.

## Administración del riesgo operativo

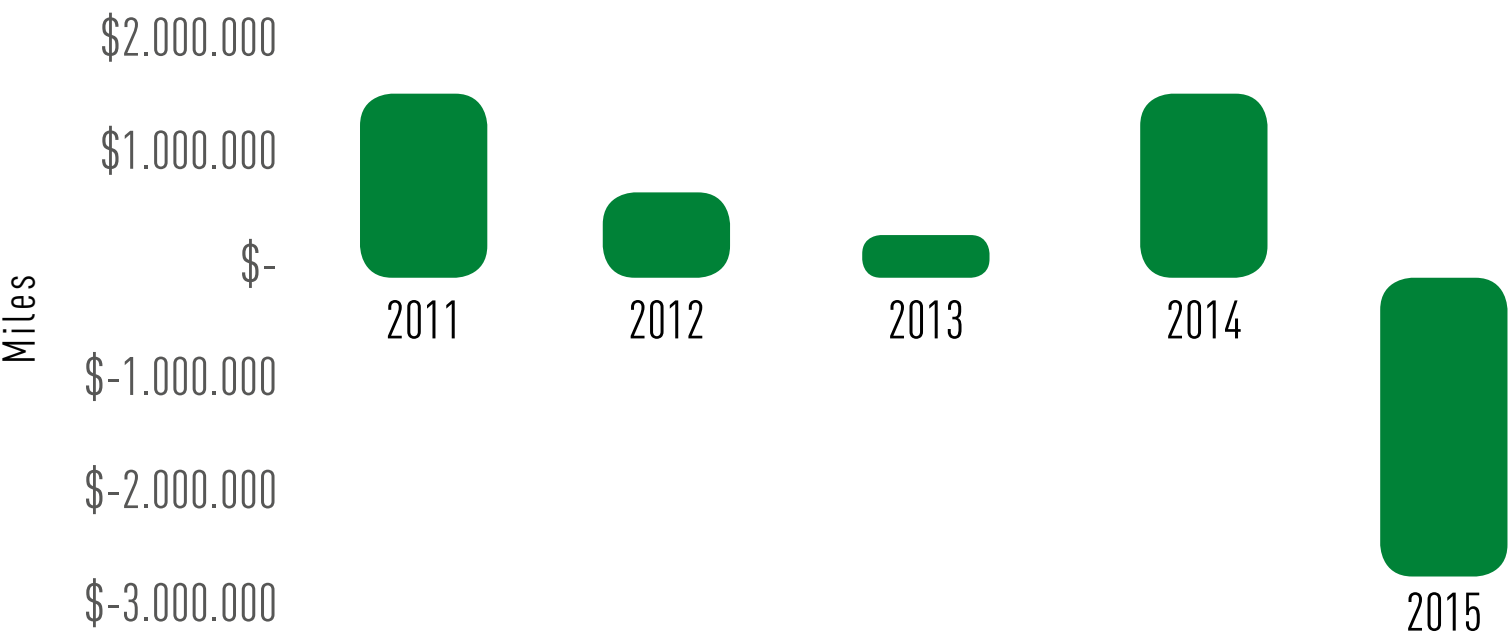
La gestión estipulada por la normativa y alineada con nuestra estrategia para la identificación, medición y control de riesgos, aunque no se refleja en los datos, permitió realizar mitigación por las actividades normales de monitoreo y revisión. Además, identificar otros factores de riesgo con base en el registro de eventos de riesgo operativo e implementación de proyectos de la Compañía.

Nivel de Riesgo Residual



La evolución del nivel de riesgo refleja una disminución del riesgo no controlado; en particular en el 2015 no presenta variación significativa en las porciones de riesgo en relación con el periodo 2014.

## Valor en pérdida por eventos de riesgo operativo



El valor en pérdida por eventos de riesgo operativo en el 2015 asciende a \$1.245 millones. Sin embargo, el balance del periodo es positivo respecto al ingreso por recuperación que presentó la Capitalizadora Bolívar, de acuerdo con un evento de fraude que se generó a finales de los años noventa.

Esta recuperación supera el valor en pérdida en **\$2.800 millones** del periodo; por lo tanto, se observa un punto de inflexión.

Estrategia de Sostenibilidad  
de Seguros Bolívar

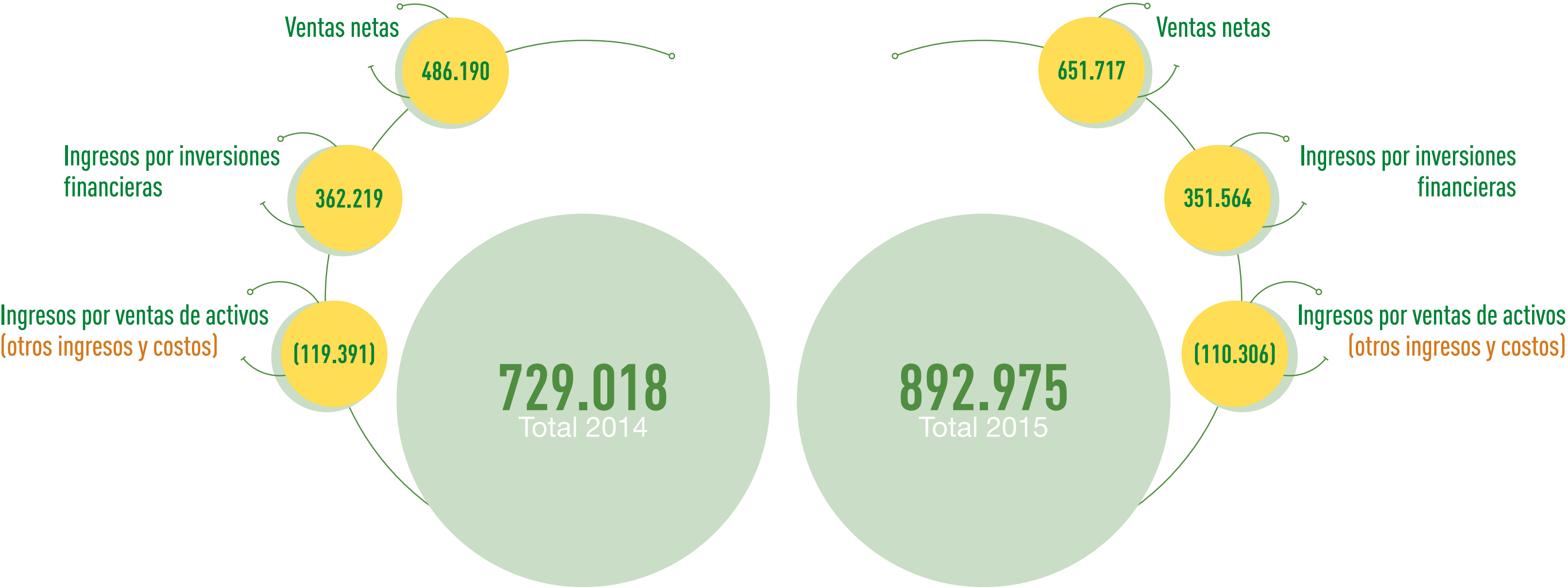


2

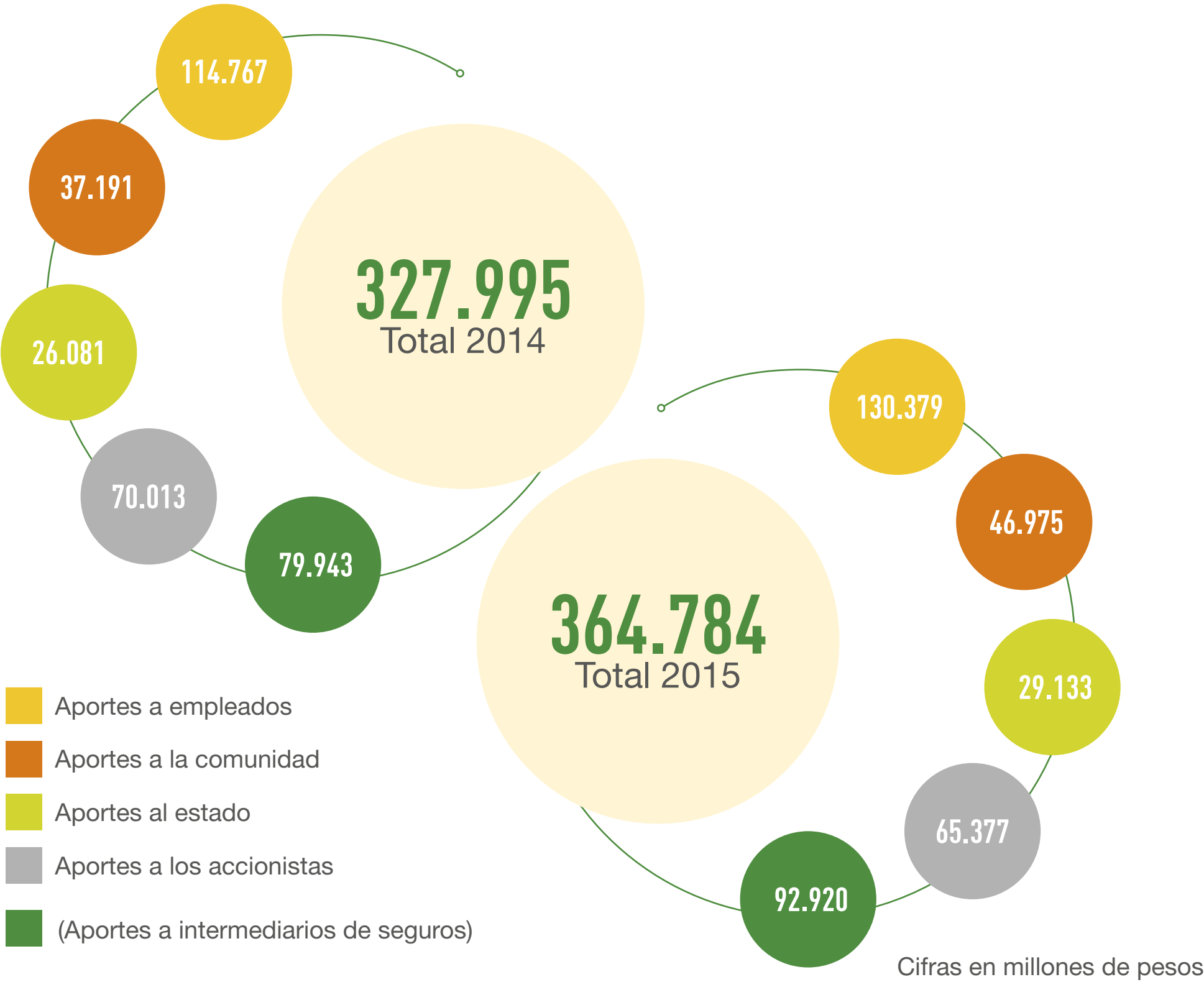
RENTABILIDAD Y APOORTE  
DE VALOR A LA SOCIEDAD

# Rentabilidad

Valor económico directo generado



Valor económico  
directo distribuido



Valor  
económico retenido

**401.023**  
2014

**528.191**  
2015

Cifras en millones de pesos



El área de inversiones de la Compañía de Seguros y Capitalización ha ido involucrando cada vez más dentro de sus criterios de toma de decisiones de inversión los temas de sostenibilidad. Específicamente en las inversiones de contenido patrimonial como son las acciones, las cuales dan exposición directa a las compañías y los Fondos de Capital Privado, los cuales dan exposición indirecta.

En el caso de las acciones, uno de los elementos que se tienen en cuenta al momento de su evaluación es la participación en índices de referencia como lo es el Dow Jones Sustainability Index (DJSI).



Por el lado de Fondos de Capital Privado, tenemos inversiones en sectores que tienen un impacto en temas relacionados con la sostenibilidad, como lo son proyectos forestales y proyectos de generación de energías alternativas, entre otros.



Adicionalmente, la Compañía tiene en la actualidad más de 15 compromisos de capital vigentes, en los cuales de manera explícita se prohíbe la inversión en sectores y/o actividades relacionadas con la producción y comercialización de armas, municiones, tabaco, bebidas alcohólicas y sustancias prohibidas.



Adicionalmente estos fondos también promueven la conservación y cuidado de los derechos humanos, y cuidado del medioambiente y los recursos naturales en el desarrollo de las actividades de inversión. Estos elementos se tienen en cuenta en el análisis, haciendo de estas inversiones elegibles para nosotros.

En el caso de las acciones, uno de los elementos que se tienen en cuenta al momento de su evaluación es la participación en índices de referencia como lo es el Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Este índice hace parte de la familia de índices globales del Dow Jones y agrupa al 10% de las empresas con mejor calificación en materia de sostenibilidad de acuerdo con un cuestionario anual elaborado por la firma RobecoSAM (Sustainable Asset Management – SAM). Este índice evalúa criterios en materia económica, ambiental y social. Esta evaluación es anual y varía cada año

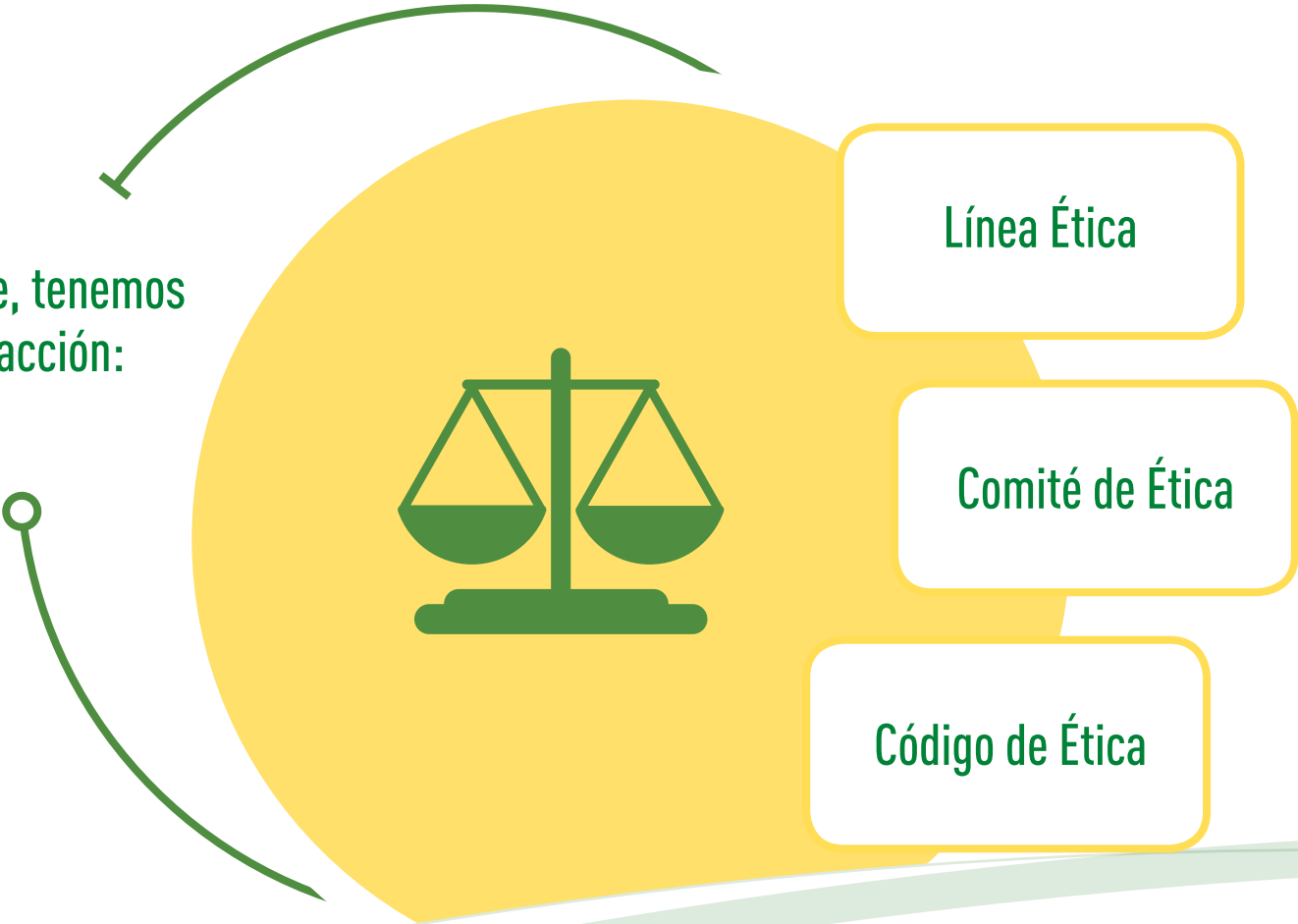
dependiendo de los retos que enfrente cada industria, de los 58 sectores evaluados, en materia de sostenibilidad.

Si bien no todas las acciones en nuestros portafolios de inversión hacen parte del DJSI, nuestra estrategia de inversión sí lo tiene en cuenta y buscamos sobreponderar estas compañías en las inversiones de renta variable colombiana. Al cierre del 2015, cerca del 46% del portafolio de acciones de las compañías de seguros están en acciones de compañías listadas en bolsa pertenecientes al DJSI.

# Gestión para la prevención del fraude y la corrupción

Para gestionar este asunto, contamos con los principios y valores que representan un fuerte componente desde la cultura organizacional y con sistemas de control y supervisión.

Adicionalmente, tenemos 3 líneas de acción:

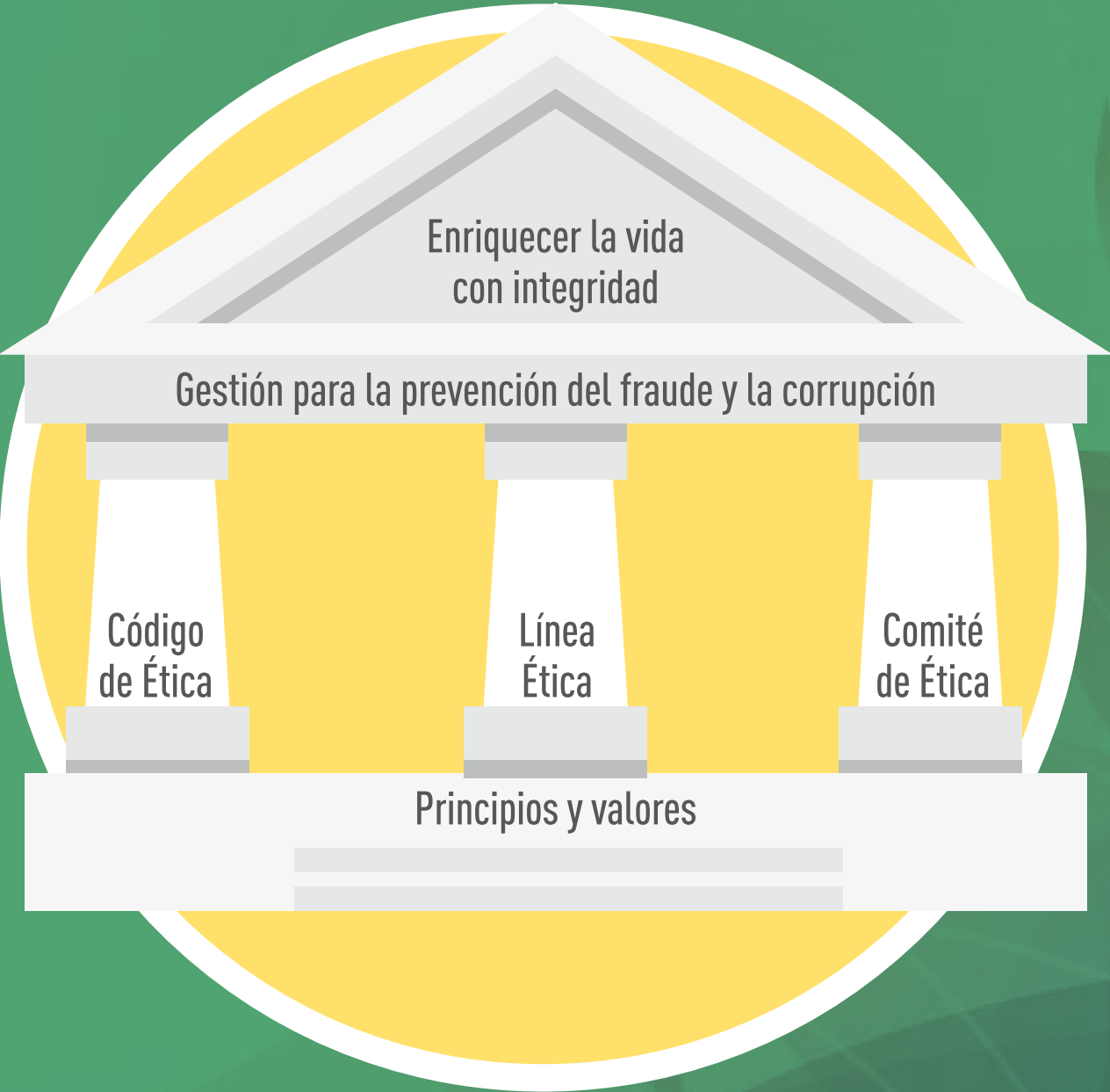


La ética envuelve nuestra reputación y seriedad en la interacción con nuestros grupos de interés, convirtiéndose así en un activo estratégico.

Sobre las cuales en el 2015 llevamos a cabo un ejercicio comparativo con empresas referentes nacionales y extranjeras para conocer sus prácticas; se espera complementar este estudio en el 2016 con la identificación de brechas que nos permitan fortalecer el sistema.

Otro mecanismo con el que cuenta la Compañía para prevenir y minimizar el riesgo de fraude y corrupción es el autocontrol,

el cual consiste en que en caso de identificar procesos en los que existe la posibilidad de materialización de dichos riesgos, se revisa el diseño y efectividad de los controles, y de ser necesario se solicita el ajuste de los mismos a los responsables de evaluar, controlar y mitigar los riesgos; es decir, a la primera línea de defensa. En caso de que no exista el control se adelanta un ejercicio de gestión de riesgos con el respectivo líder.



Estas líneas tienen una directa relación con el sistema de gestión de riesgos como organización y, por lo tanto, son las personas quienes demuestran en la práctica este factor determinante en la cultura de las empresas del Grupo Bolívar, la ética.

Código de Ética

Aplicamos y cumplimos las conductas aceptadas en el Código de Ética; aprobaron el curso:

Funcionarios



▲  
Código de Ética  
▼

▲  
Acumulado Compañía  
▼

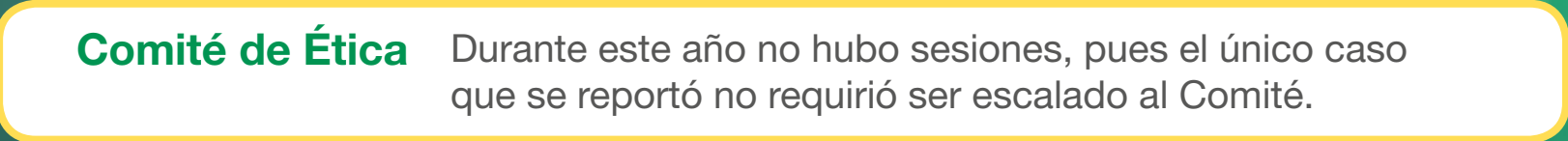
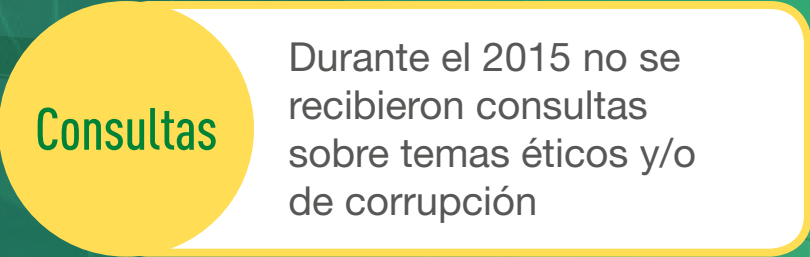
▲  
Nuevos  
▼

▲  
No. de horas por persona  
▼



Fuerza de Ventas Directas

Línea Ética



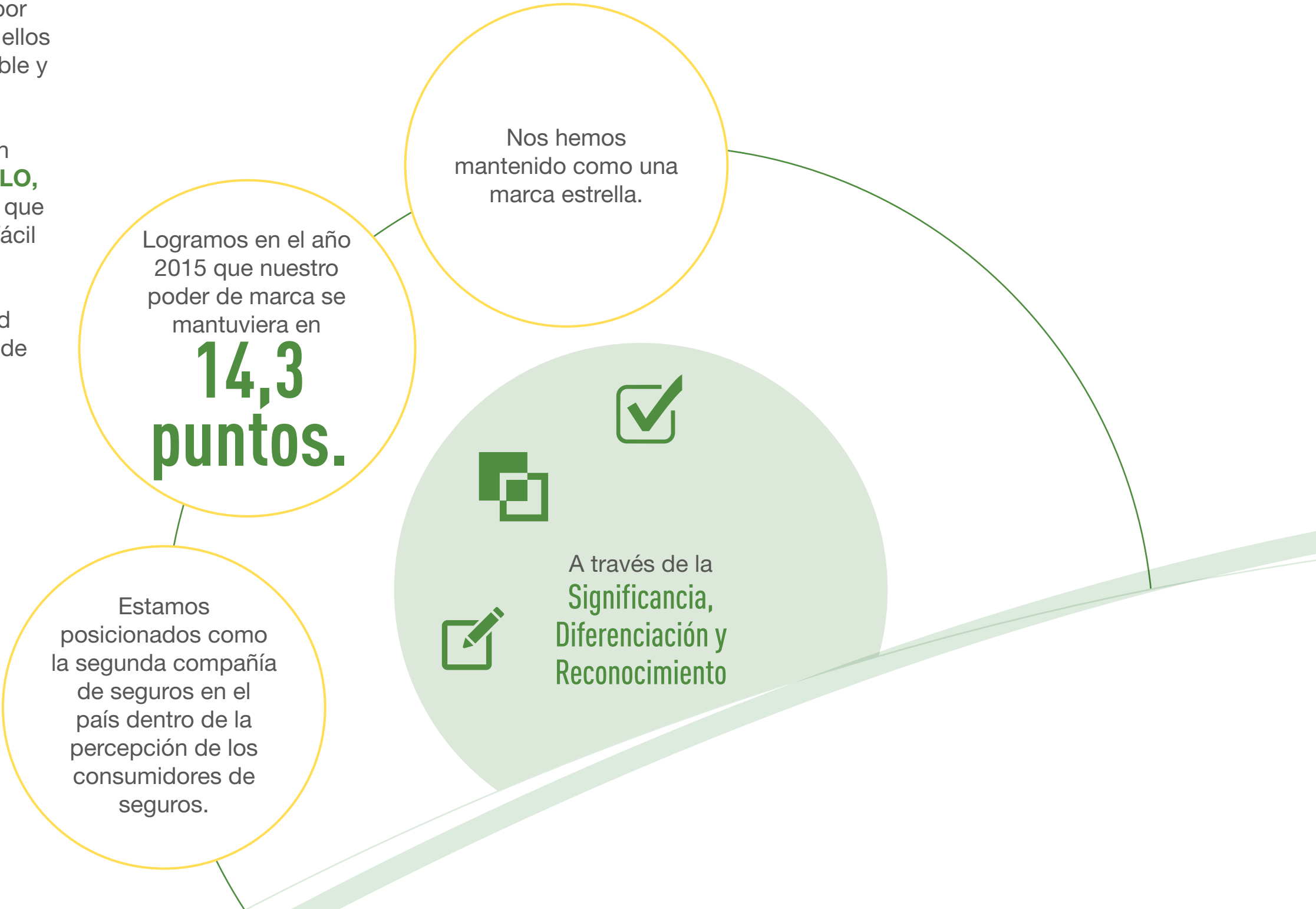


# Propósito de la marca

Somos conscientes de los retos del mercado y del compromiso con nuestros clientes; entendemos que cada año de gestión implica innovar y consolidar nuestra promesa de marca. Es por ello que a través de una comunicación clara buscamos que ellos nos sigan percibiendo como una compañía amigable, confiable y sencilla.

Durante los últimos dos años como marca nos enfocamos en seguir construyendo nuestro territorio a partir del **TRANQUILO, NOSOTROS RESPONDEMOS**, ya que creemos firmemente que cuando las personas están tranquilas pueden disfrutar más fácil la vida y enfrentar los retos que se presentan en el día a día.

Continuamos con nuestra herramienta de medición, el Brand Equity, estudio realizado por la firma Millward Brown, en donde se demuestra recuperación de nuestro territorio de marca.



## La primera valla pararrayos

Durante la temporada de lluvias de abril y mayo en Bogotá, que se caracteriza por la constante caída de rayos, encontramos la manera de transmitir tranquilidad no en el lenguaje, sino a través de la realidad: la instalación de una valla publicitaria que integraba un potente pararrayos en la parte superior. Esta iniciativa le dio a nuestra marca reconocimientos dentro de la industria de las comunicaciones y publicidad a nivel internacional durante el 2015.



**Short List en  
Cannes Lions**  
(Categoría Relaciones Públicas)



**Bronce en los  
Premios Clio**  
(Categoría Relaciones Públicas)



**Nominación en  
los Premios P&M**  
(Creatividad en medios)



# Trabajamos cada día para hacerle más fácil la vida a nuestros clientes

La razón de ser de nuestra organización es cuidar y proteger a las familias y empresas Colombianas; es por eso que enfocamos nuestros esfuerzos para que a ellas, que son el centro de nuestra organización, siempre les vaya bien.

Por eso estamos trabajando cada día en nuevas formas de darles tranquilidad.

Esta es la primera de muchas iniciativas que estamos trabajando para garantizar que la experiencia de nuestros clientes sea cada vez más sencilla.

Seguimos  
construyendo nuestro  
Propósito de Marca...



En diciembre del 2015 lanzamos la aplicación móvil para clientes de automóvil, la cual busca acompañarlos en los momentos que más nos necesitan.



Con tan solo oprimir un botón, ahora nuestros clientes pueden:



Solicitar y recibir asistencia personalizada.



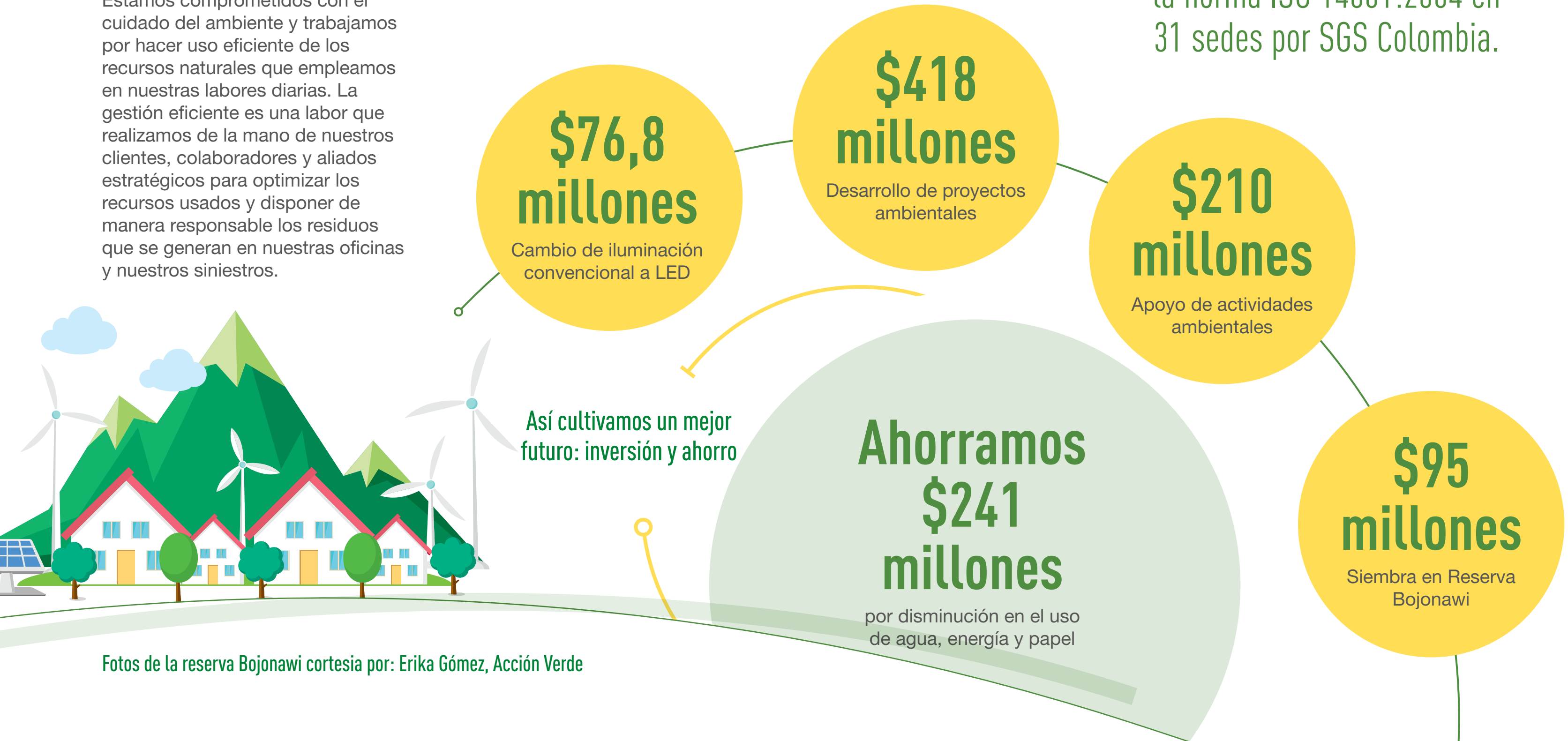
Hacer seguimiento en tiempo real en caso de choque, varada o robo.

Además, tienen la posibilidad de solicitar servicios como conductor elegido, cerrajería y consultar la fecha de vencimiento del SOAT y la revisión técnico-mecánica.

# Gestión eficiente y conservación de los recursos

Estamos comprometidos con el cuidado del ambiente y trabajamos por hacer uso eficiente de los recursos naturales que empleamos en nuestras labores diarias. La gestión eficiente es una labor que realizamos de la mano de nuestros clientes, colaboradores y aliados estratégicos para optimizar los recursos usados y disponer de manera responsable los residuos que se generan en nuestras oficinas y nuestros siniestros.

Nuestro enfoque ambiental es verificado y certificado bajo la norma ISO 14001:2004 en 31 sedes por SGS Colombia.



Fotos de la reserva Bojonawi cortesía por: Erika Gómez, Acción Verde

Energía

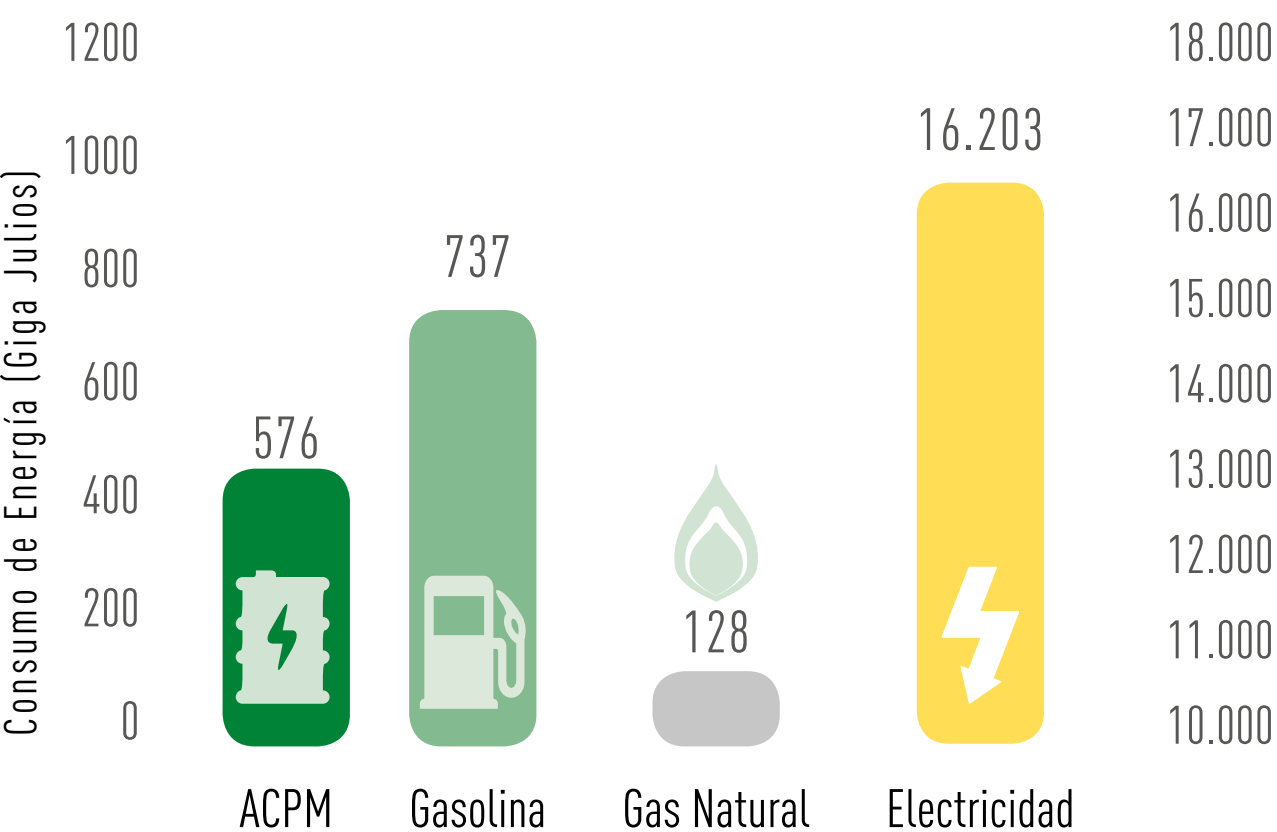
Usamos cuatro fuentes de energía para llevar a cabo nuestras actividades: gas natural, energía eléctrica, gasolina y ACPM.

Hasta el primer trimestre del 2015, se usaba gas natural y ACPM en la preparación y cocción de los alimentos que proveemos a nuestros colaboradores en las dos principales sedes administrativas en Bogotá.

Remodelamos las instalaciones, cambiamos a equipos más eficientes energéticamente y modificamos el proceso de preparación de alimentos. A partir de abril se eliminó el uso de ACPM, para pasar a usar exclusivamente gas natural.

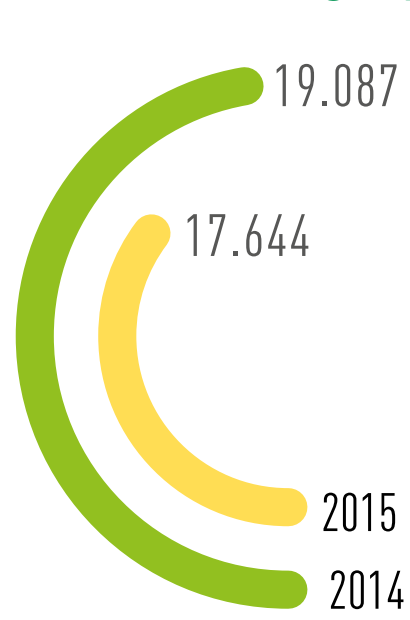
La gasolina se usa en vehículos propios de la Compañía y la electricidad se obtiene del Sistema de Interconexión Nacional (SIN).

Consumo Energía (GJ)

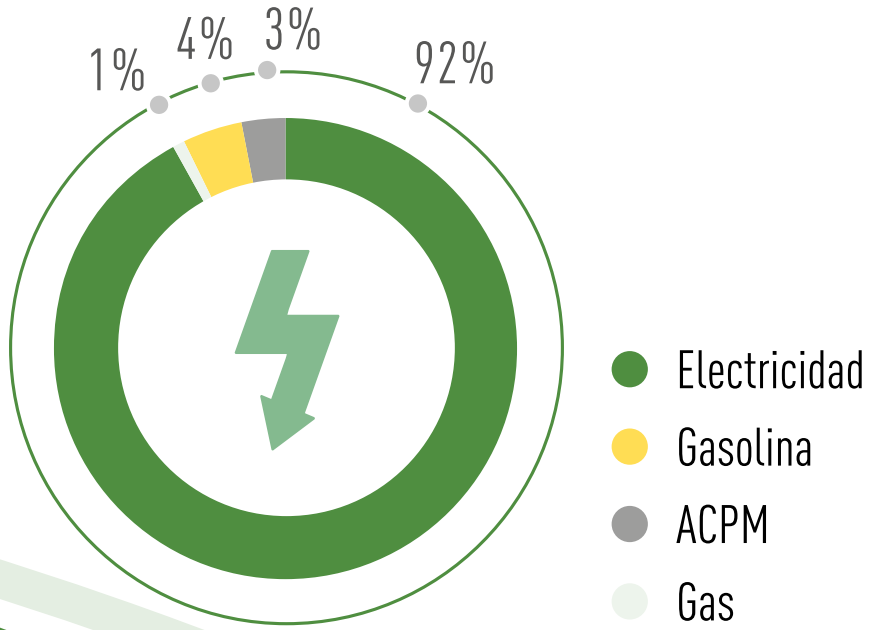


En el 2015 hubo una reducción del 7,6% del consumo energético respecto al 2014.

Consumo Energía (GJ)



Distribución del consumo energético



El análisis del consumo energético se realiza a partir del empleo de energía eléctrica y combustibles (gas natural, ACPM y gasolina).

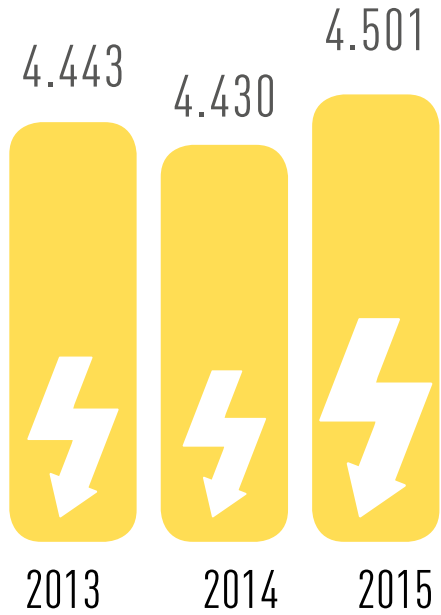
**El consumo energético disminuyó 7,6%** respecto a lo consumido en el 2014, principalmente por el cambio tecnológico en los equipos usados en la cocina de nuestro casino, que redujo considerablemente el uso de gas natural y eliminó la necesidad de usar ACPM. También el cambio gradual de equipos de aire acondicionado tradicionales a equipos ahorradores de energía contribuyó a la reducción del consumo energético.

Al analizar el consumo de energía neto, es decir, que proviene exclusivamente del uso de electricidad, obtenemos un aumento del **1,6%** en el consumo global. Sin embargo, al analizar el consumo por persona y por negocio, vemos una disminución del **7,5%** y del **21,6%** respectivamente, teniendo en cuenta que la cantidad de funcionarios incrementó en **9,8%**; por lo tanto, estamos haciendo uso más eficiente del recurso.

**Nota:** En el caso de las plantas eléctricas, se está reportando el consumo de ACPM a nivel nacional por primera vez, antes se contabilizaba solo el consumo en Bogotá.

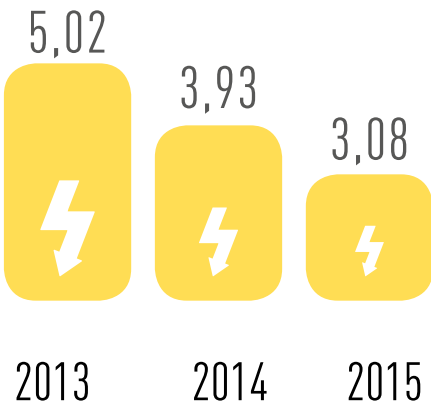
Consumo de energía anual (MWh)

El consumo energético neto aumentó 1,6%



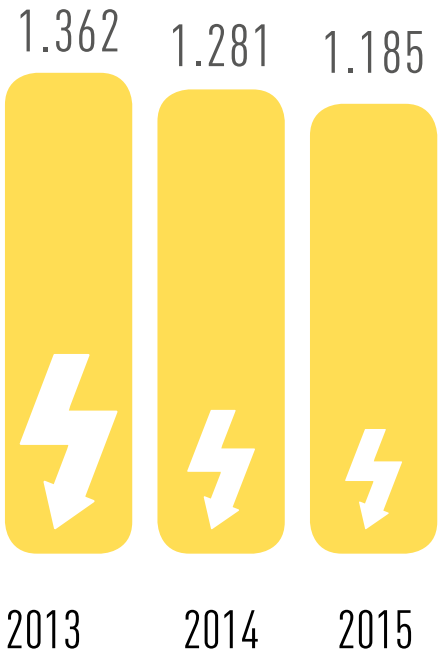
Consumo de energía por negocio (KWh/negocio)

El consumo energético por negocio disminuyó 21,6%



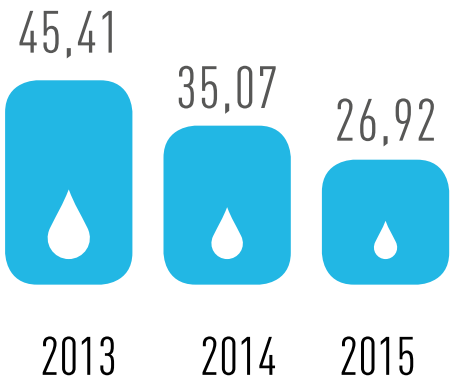
Consumo de energía por colaborador al año (KWh/colaborador)

El consumo energético por persona disminuyó 7,5%



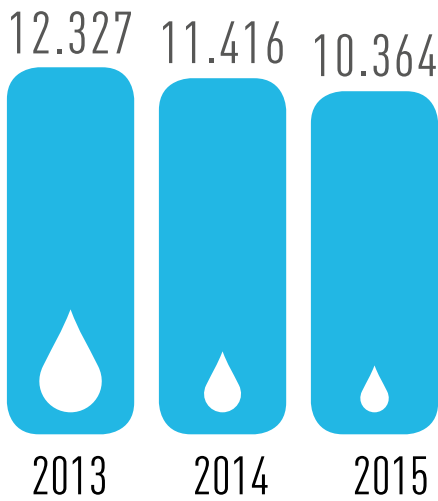
Consumo de agua por negocio (litro/negocio)

El consumo de agua por negocio disminuyó 23,2%



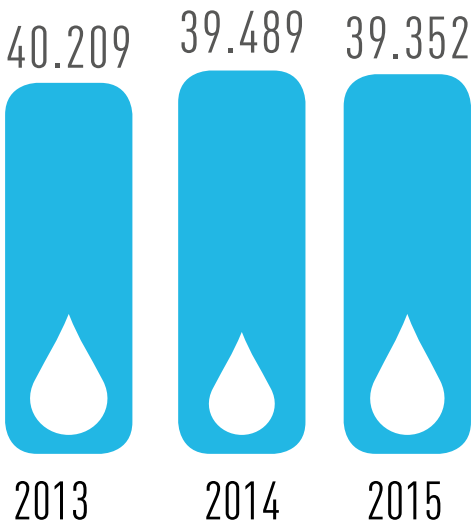
Consumo de agua por colaborador al año (litro/colaborador)

El consumo de agua por persona disminuyó 9,2%



Consumo de agua anual (m³)

El consumo de agua disminuyó 0,3%



Usamos agua para la limpieza de instalaciones, preparación de bebidas para nuestros clientes y colaboradores y por el uso de baños principalmente. Durante el 2015 continuamos con la labor para cambiar lavamanos y cisternas tradicionales por unos ahorradores, y esta acción fue la que contribuyó más a la disminución del consumo del recurso. El ahorro neto fue del **0,3%**, pero por negocio alcanzamos una reducción del **23,2%** y del **9,2%** por persona, y teniendo en cuenta que crecimos como Compañía y en número de colaboradores, estos ahorros reflejan el trabajo de cultura ambiental que difundimos en la Compañía y el aumento de nuestra eficiencia en el uso del agua.



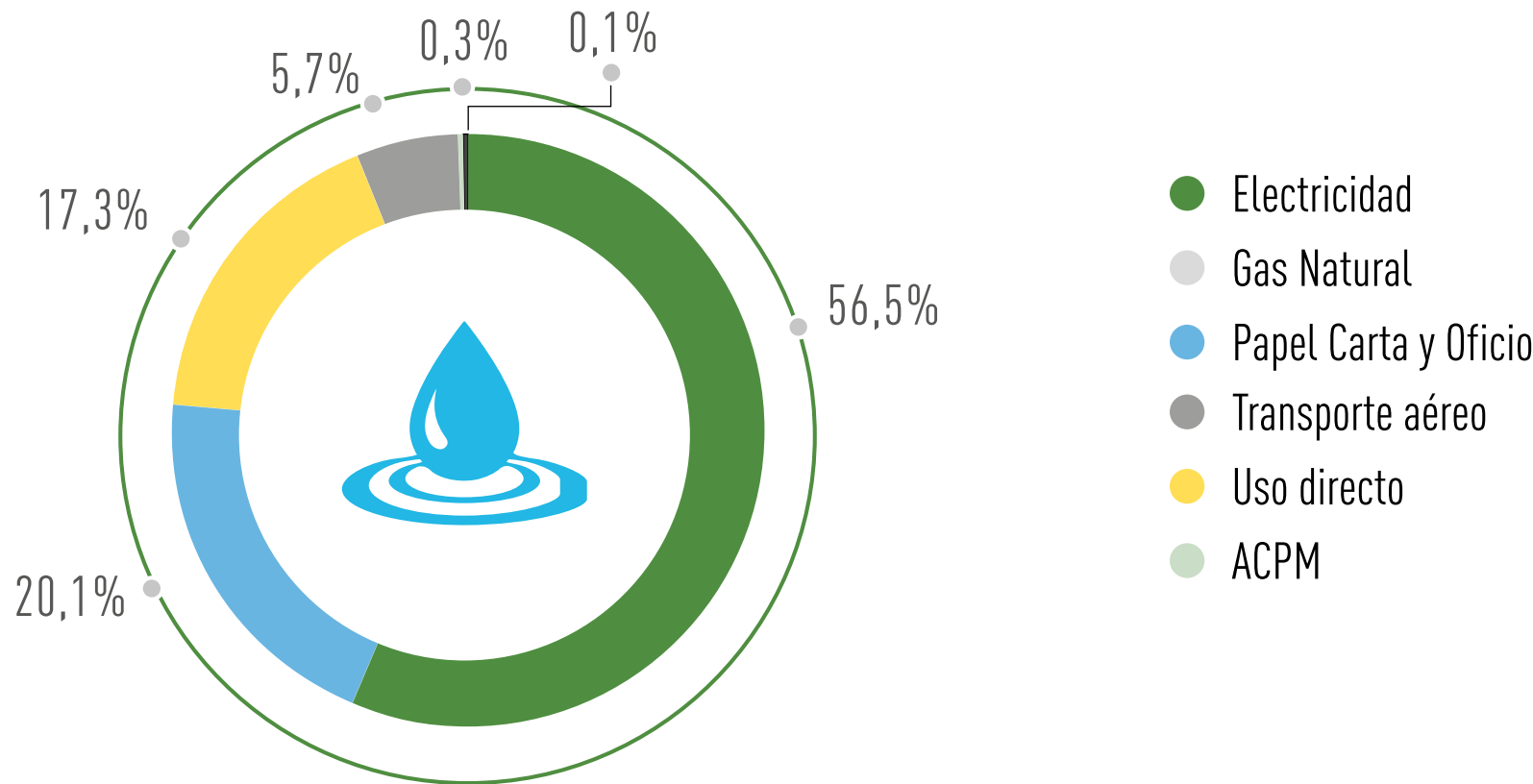


Evaluamos la huella azul de la operación administrativa para 45 sedes con base en datos de medidores de agua y energía, registros de compra, estimaciones y fuentes secundarias. Encontramos que los volúmenes más altos de agua se asocian principalmente al consumo de electricidad, papel, uso directo y transporte aéreo.

Huella hídrica

Todas las actividades que realizamos cotidianamente tienen un impacto sobre el agua, es por eso que Seguros Bolívar se tomó la tarea por primera vez de estimar su huella hídrica, y de esta manera complementar sus programas encaminados a contribuir con el uso eficiente de los recursos.

Distribución de huella azul  
Metros cúbicos al año



La huella azul  
(7.396 m³)

Es similar al consumo de agua potable de 1400 personas en sus actividades diarias.



La huella gris  
(2.011.469 m³)

Equivale al volumen de 800 piscinas olímpicas.



La sede con mayor huella hídrica directa fue Carrera 10, corresponde al 53% de la huella azul y al 68% de la huella gris para el año 2015.

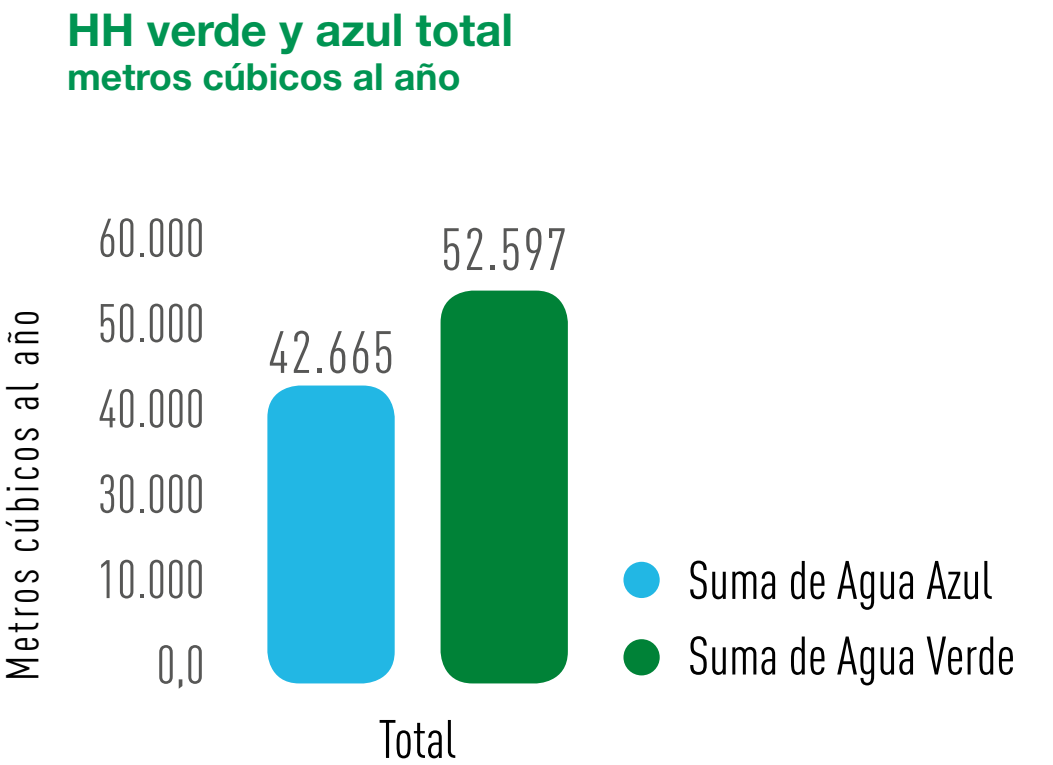
La huella verde indirecta fue medida sobre el consumo papel; su volumen de 23% fue mayor que la huella azul total (directa e indirecta), con volúmenes de 42.665 m³ para la huella azul y 52.597 m³ para la huella verde.

La huella hídrica azul debe evaluarse según la escasez del lugar donde se consume el agua, si en el sitio hay muchos usuarios que la necesitan o cae poca lluvia, su importancia de conservación es mucho mayor.

Utilizamos dos indicadores que tienen en cuenta esta escasez, el Índice de Estrés Hídrico según Pfister (2009) y el Índice de Agua No Retornada a la Cuenca, del Estudio Nacional del Agua (IDEAM, 2015).

El impacto de la huella azul se da principalmente a las sedes de Bogotá (K10, en menor medida Torre SB y Centro Médico Unicentro) por sus altos consumos y el alto estrés de la cuenca del río Bogotá; y en menor grado en sedes de Barranquilla, Cali y Cartagena debido principalmente a la escasez de las cuencas donde se ubican.

A partir de este análisis, seguiremos trabajando en programas de uso eficiente de recursos, dando prioridad a las oficinas más vulnerables.



Reserva Bojonawi

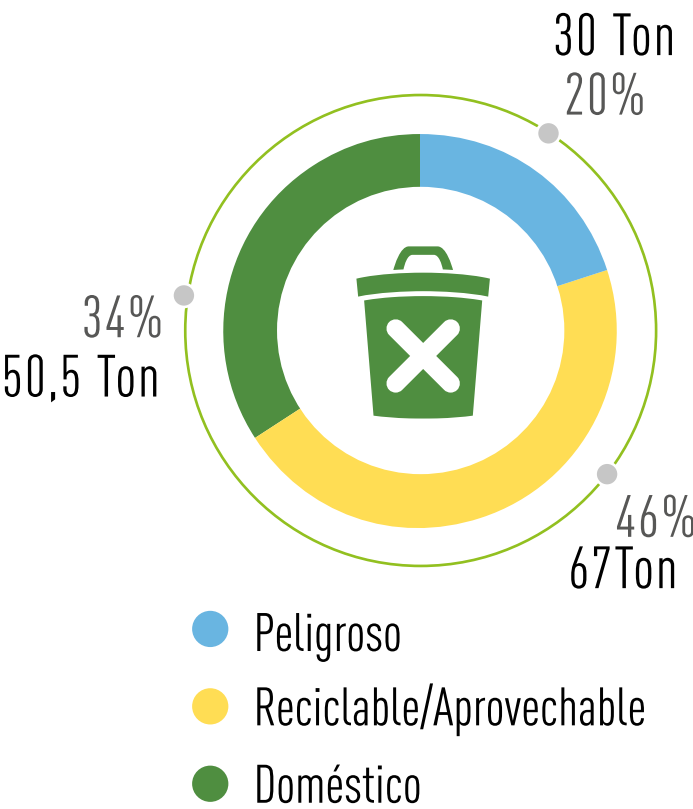
# Residuos

Generamos residuos peligrosos a partir de tres actividades principales asociadas al negocio. Se generan residuos biológicos provenientes de los centros médicos, residuos peligrosos de las oficinas (como luminarias, tóner, aparatos eléctricos y electrónicos, entre otros) y por último gestionamos los residuos peligrosos provenientes de los siniestros, que son de diversa índole.

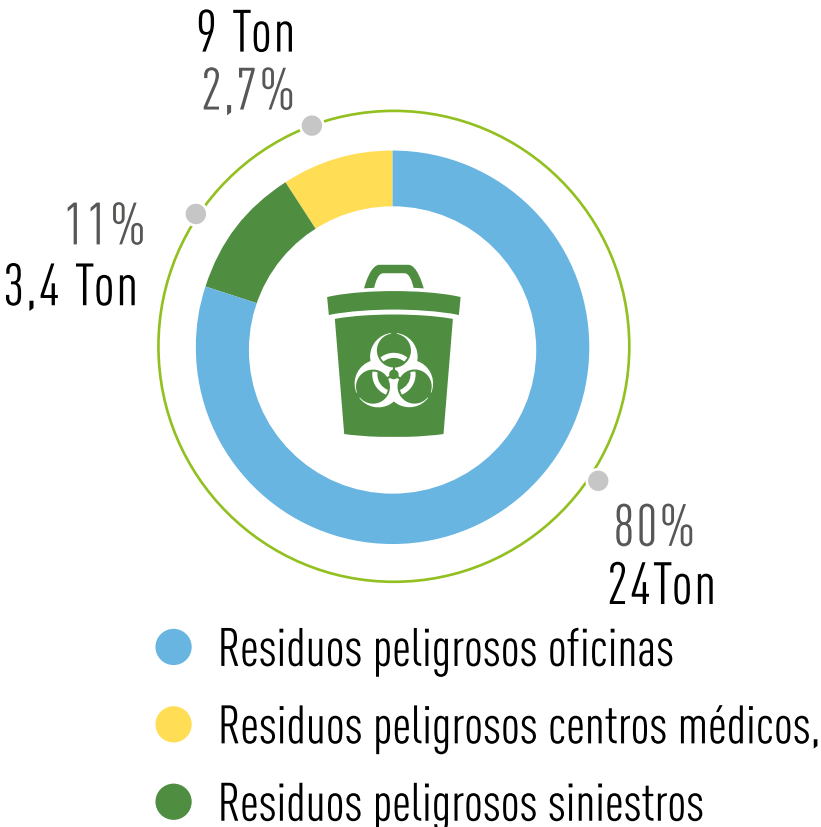
Inicialmente, de estos residuos se extraen las partes que se pueden reutilizar o aprovechar como materia prima para otros procesos industriales y posteriormente el remanente es llevado a celda de seguridad o a incineración.

En cuanto a los residuos domésticos y reciclables, se generan por las actividades administrativas de nuestras oficinas y son reciclados o manejados por las empresas públicas de aseo de cada ciudad.

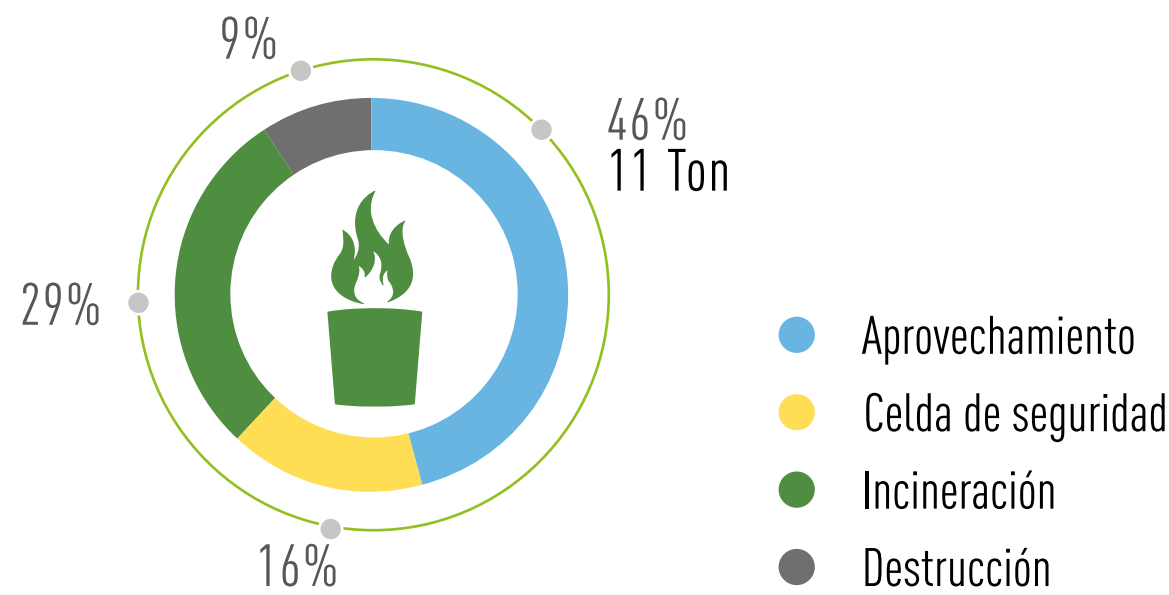
Clasificación de Residuos Generados



Clasificación de Residuos Peligrosos

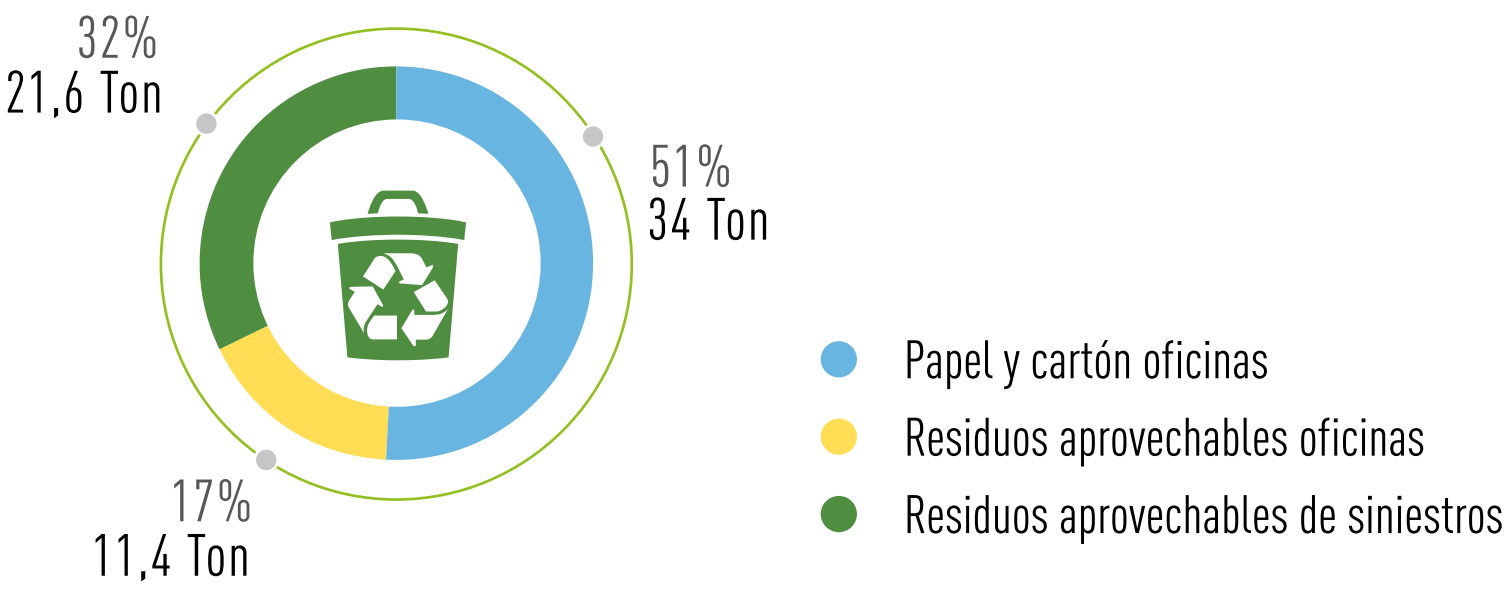


Método de Tratamiento de Residuos Peligrosos de Oficina

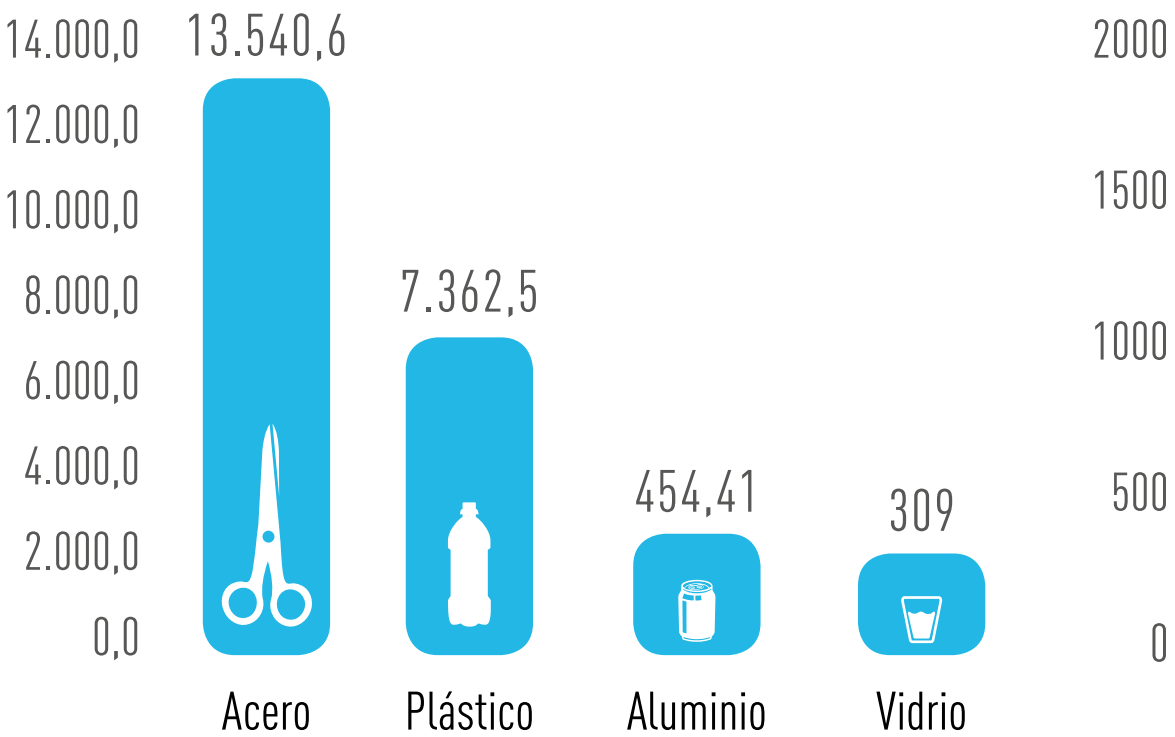


Reserva Bojonawi

Clasificación Residuos Reciclables / Aprovechables



Residuos Aprovechables de Salvamentos (kilogramos)



Papel

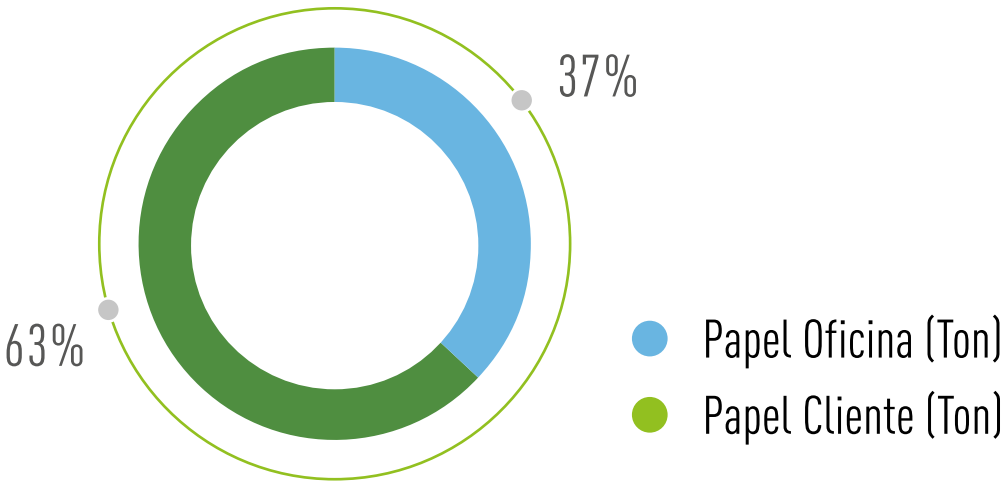
Contabilizamos el papel dividiéndolo en dos categorías:

1.

Consumo en nuestras labores diarias, es decir en procesos internos de nuestras oficinas.
2.

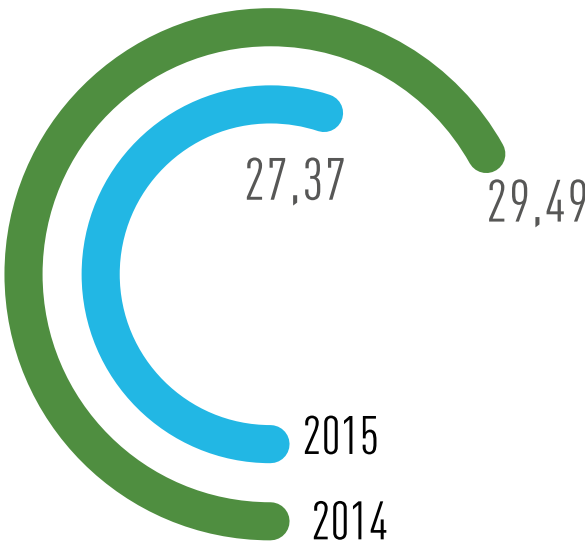
Uso para comunicaciones con nuestros clientes, por ejemplo en las pólizas impresas, material de correspondencia, etc.

Uso de papel 2015

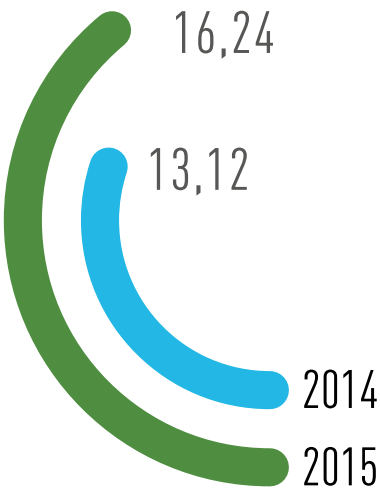


En el 2015 el consumo de papel para clientes disminuyó en un **7,2%**, que evidencia el trabajo hecho para disminuir el consumo por medio de la implementación e impulso a la póliza electrónica, eliminación de requisitos internos que exigían la impresión de documentos, etc.

Consumo anual de papel para clientes (Ton)

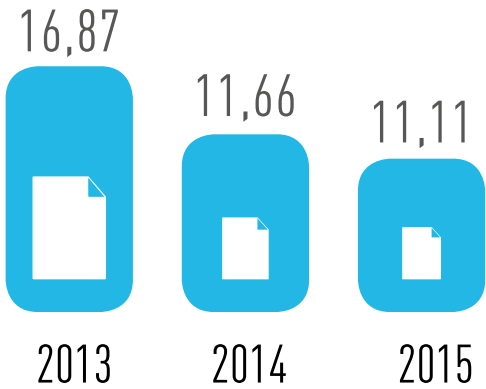


Consumo anual de papel para oficinas (Ton)



El consumo del papel usado en documentos en procesos internos aumentó **23,8%**

Consumo de papel por negocio (gramo/negocio)



El consumo del papel por negocio disminuyó **4,7%**

# Bosque Seguros Bolívar

Desde el 2009 emprendimos una labor para reducir las emisiones de gases contaminantes, después de medir la contaminación generada por nuestras actividades e implementar un plan para su reducción.

Los árboles sembrados son nativos y tendrán mantenimiento y cuidado a perpetuidad para asegurar su correcto crecimiento. No solo buscamos compensar al ambiente, también proteger ecosistemas que son hábitats de especies de flora y fauna que están en peligro de extinción a causa de la caza indiscriminada y la deforestación.

En la Reserva Bojonawi,  
localizada en Puerto  
Carreño, en el departamento  
de Vichada.

15  
hectáreas

De la mano de nuestro aliado,  
Acción Verde, hemos sembrado

que equivalen a

13.382  
árboles



## Huella de carbono

Medimos desde el 2009 la huella de carbono a nivel nacional para conocer el impacto que tienen actividades que emiten contaminación a la atmósfera, como el uso de combustibles, aire acondicionado, consumo de electricidad y viajes aéreos.

La huella de carbono se mide de la siguiente manera:

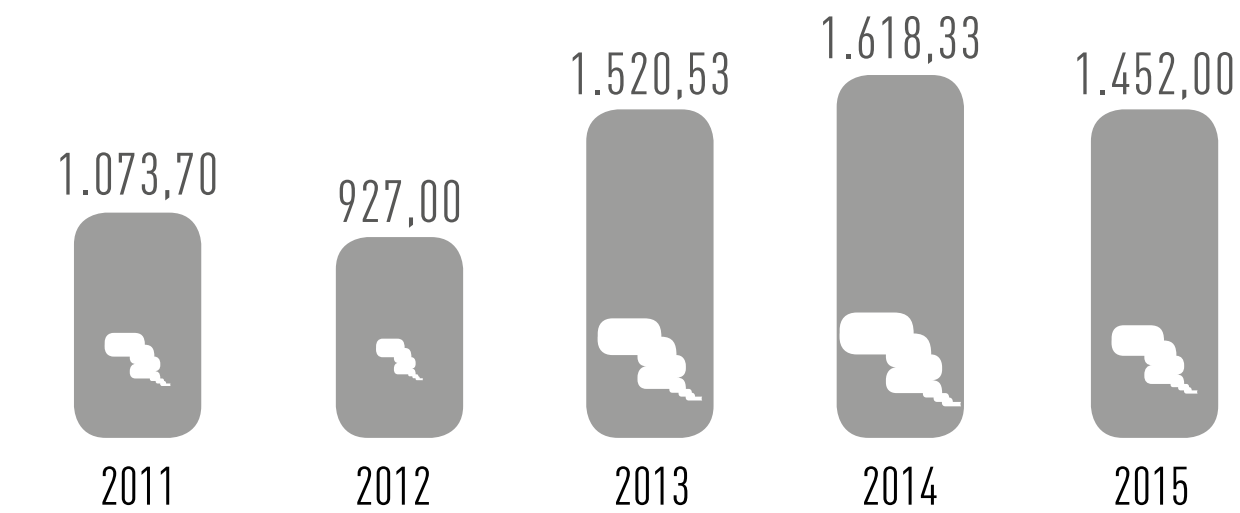
1.

Consumo de gas natural, gases refrigerantes, combustible usado en transporte terrestre y combustible usado para alimentar plantas eléctricas
2.

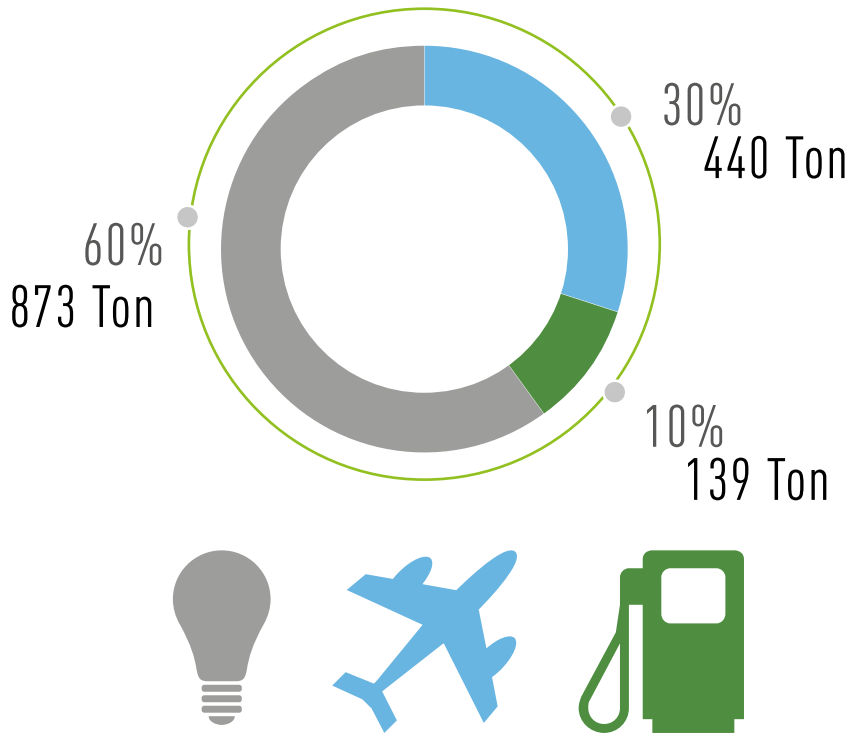
Consumo de energía eléctrica
3.

Viajes aéreos

### Huella de Carbono Anual (Ton Co<sub>2</sub> Eq)



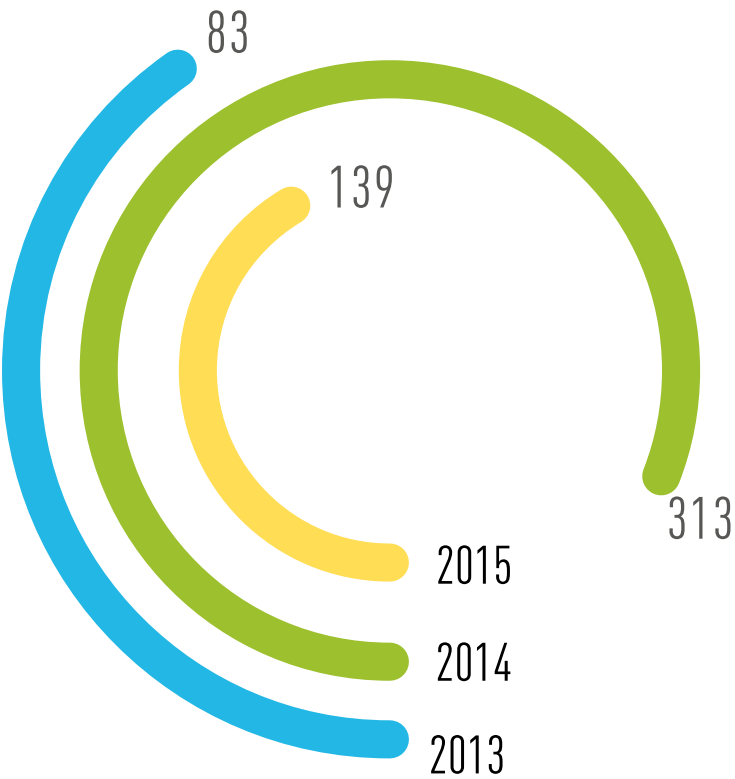
### Huella de Carbono Total 2015



Emitimos  
**1.452**  
Ton Co<sub>2</sub>  
Para ser **Carbono Neutro**  
necesitamos sembrar

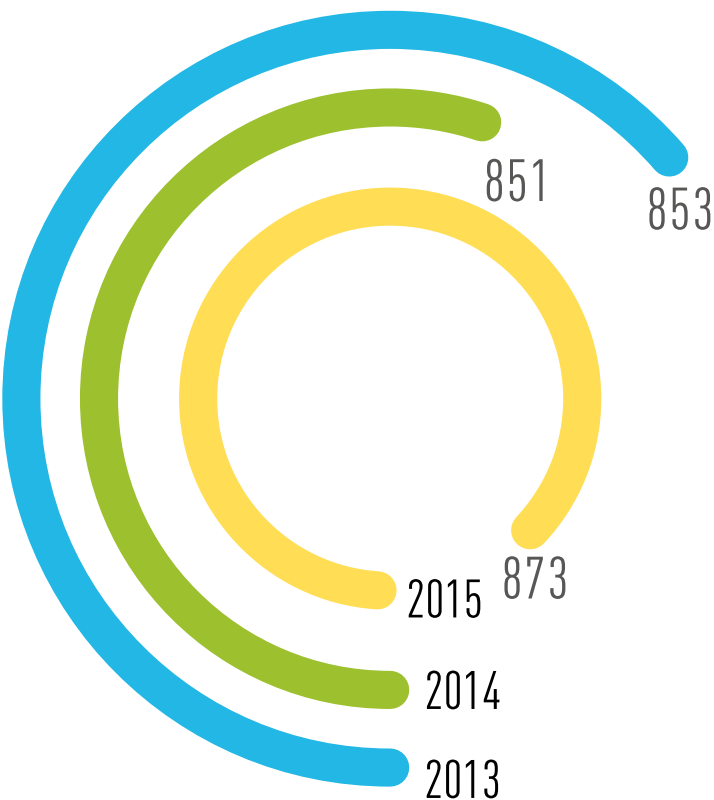
**5.477**  
árboles  
en el 2016

Huella de Gases Refrigerantes  
Alcance 1 (Ton Co2 Eq)



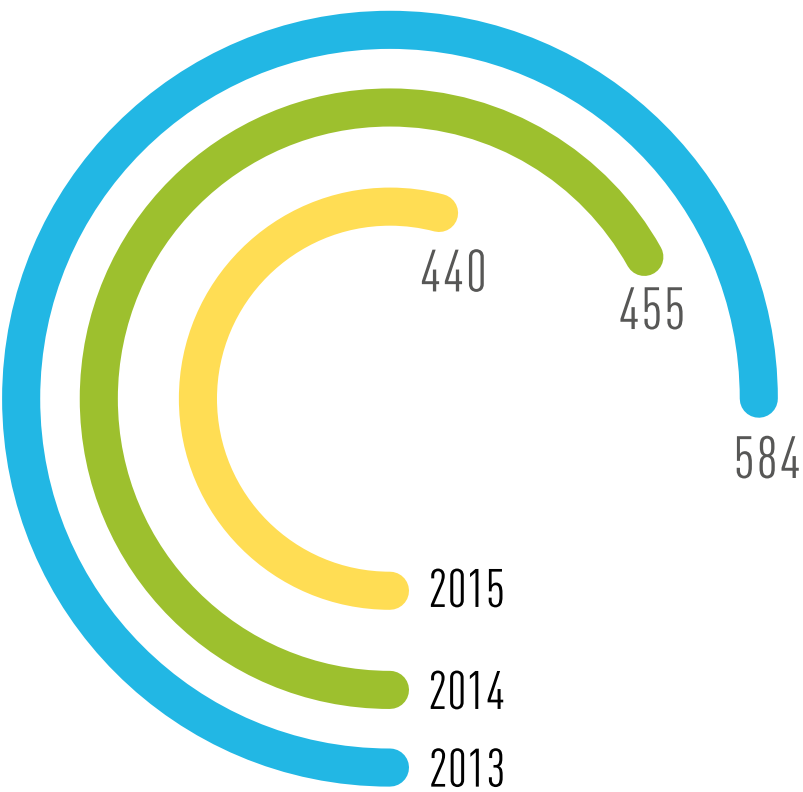
Consumo de gas natural, gases refrigerantes, combustible usado en transporte terrestre y para alimentar plantas eléctricas.

Huella Consumo Eléctrico  
Alcance 2 (Ton Co2 Eq)



Consumo de energía eléctrica

Huella de Viajes Aéreos  
Alcance 3 (Ton Co2 Eq)



Viajes aéreos



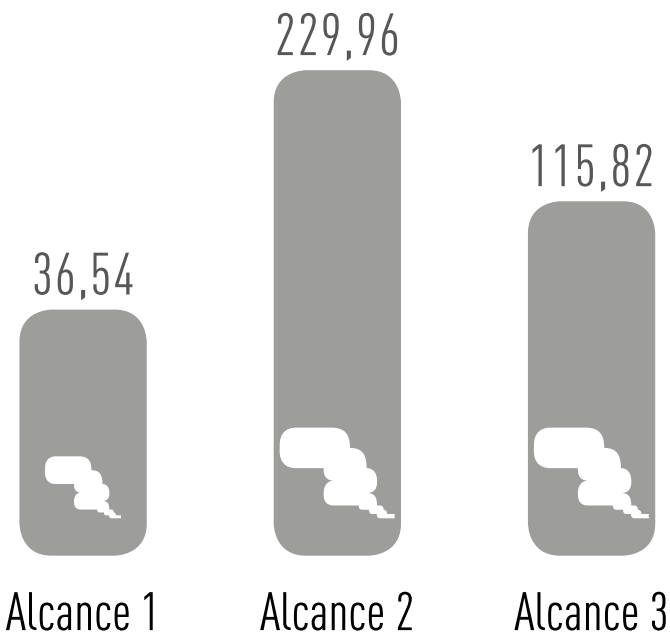
Generalmente la medición de huella de carbono es influenciada por variables climáticas, ya que la energía en Colombia es en mayor proporción hidroeléctrica y si no llueve la energía es menos limpia, lo que repercute en el resultado de huella de carbono de forma negativa.

Respecto al 2014, se evidencian reducciones del 55,6% y 3,3% en los alcances 1 y 3, respectivamente. La reducción en el alcance 1 se debe a que estamos disminuyendo la

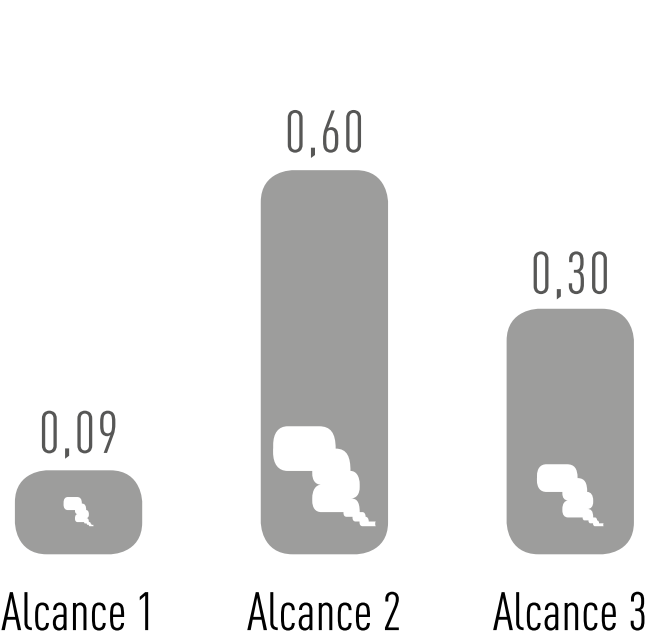
cantidad de gas refrigerante que se escapa o se tiene que ir a disposición final, ya que implementamos un proceso de recuperación de los gases de nuestros equipos de aire acondicionado.

En el alcance 2 se ve un aumento considerable, ya que en el 2015 hubo un incremento en el consumo de energía del 1,6% por la apertura de nuevas oficinas y crecimiento de la Compañía, que repercute en el aumento de la huella de carbono.

Emisiones de GEI por empleado  
(kgCo<sub>2</sub> / empleado)



Emisiones de GEI por negocio  
(kgCo<sub>2</sub> / negocio)



Vamos en Bici

Vamos en Bici es un programa cuyo objetivo es motivar a las personas a usar la bicicleta para mejorar su calidad de vida, disminuir el tiempo de llegada al trabajo, su casa o estudio y contribuir a la mejora de la movilidad en la ciudad.

Es por esto que contamos con 10 bicicletas eléctricas, duchas,

vestidores, lockers, asesoría en planeación de recorrido por la red de ciclorutas, sin ningún costo para los usuarios del programa.

En el 2015 se prestaron diariamente 7 bicicletas, alcanzando el mayor uso, desde la creación del programa, en el 2013.



Flota de bicicletas eléctricas  
10

1.569  
préstamos totales

Ahorro en tiempo por usuario constante.



Emisiones  
Gracias al uso de la bicicleta se dejaron de emitir alrededor de 5 toneladas de gases efecto invernadero a la atmósfera

23.415  
kilómetros recorridos en bicicleta



12  
días al año

77  
Número de usuarios

Promedio de ahorro en dinero por usuario constante  
\$1.000.000



Reserva Bojonawi

Buenas prácticas ambientales:



Cambio climático

Hicimos investigación en algunas regiones del país para saber cómo la variabilidad climática afecta a nuestros grupos de interés y plantear estrategias para la adaptación al cambio climático.

Capacitamos a funcionarios de primera línea acerca del Fenómeno del Niño, el Fenómeno de la Niña y el riesgo ambiental asociado a estos fenómenos para poder asesorar a nuestros clientes en la identificación de estos riesgos y gestionarlos en conjunto para disminuir su vulnerabilidad.



Conversatorios Ambientales

Realizamos 43 sesiones en nuestras oficinas para identificar el porcentaje de ejecución de los programas ambientales definidos en la Compañía.

Por medio de la conversación informal se intercambiaron experiencias que describen de manera fluida y abierta los verdaderos sucesos que ocurren en las sucursales, su gestión, los resultados ambientales, los retos, los temores, así como las buenas prácticas y oportunidades de mejora que han sido replicadas en otras oficinas del país.

Contamos un 78% de acciones ambientales que las oficinas realizan en busca de la preservación y mejora del ambiente.



Carrera Verde

Apoyamos la realización de la primera Carrera Verde en Colombia, evento convocado por la Fundación Natura, la Embajada de Estados Unidos y el Jardín Botánico de Bogotá. Se llevó a cabo el 22 de febrero con un recorrido de 10 km, 5.000 corredores y una feria ambiental el 20 y 21 de febrero, donde participaron empresas con productos y servicios verdes.

Por cada participante se sembraron 6 árboles en la Reserva El Encenillo en Guasca, logrando una meta de 30.000 árboles que serán mantenidos a perpetuidad.

La Carrera Verde fue certificada como Green Race, categoría que se le da a un evento deportivo que se ajusta a los parámetros ambientales que establecen los estándares exigidos internacionalmente.

# Derechos Humanos

En el 2014 iniciamos el desarrollo de un enfoque que permitiera vivir de forma más directa los **principios del Pacto Global** en la Compañía en todos los niveles; nos tomamos el tiempo de revisar desde la estrategia, así como a partir de la operación, los valores que nos llevan a comprender la importancia de esta iniciativa en el entorno organizacional, pero también en el del individuo como ciudadano responsable.

A este enfoque lo llamamos **Experiencia de aprendizaje**, y buscó, a través del juego, que:

1.

Cada individuo aprendiera y se apropiara de los principios que promueve el Pacto Global.
2.

Lograr en un primer nivel facilitar el entendimiento de asuntos como los Derechos Humanos.

Mediante esta metodología hicimos preguntas aterrizadas a la realidad de nuestro país y de la vida cotidiana, para llevar a la persona a reflexionar sobre su quehacer y animarse a adelantar acciones que evidenciaran su compromiso con la sociedad.

Sabemos que este es uno de los pasos para lograr entender a fondo el compromiso individual y empresarial con los Derechos Humanos, y a partir de los resultados entendemos que tenemos grandes retos para extender esta iniciativa a otros grupos de interés, como, por ejemplo, nuestros aliados estratégicos, para que adicional a la cláusula de Pacto Global que incorporamos en los contratos contemos con herramientas de aprendizaje que permitan fortalecer la gestión del proveedor con sus grupos de interés y posteriormente evaluarlas.

Consideramos que aún hay un camino por recorrer y es un reflejo de la realidad empresarial colombiana.

Comprender y ser más profundos

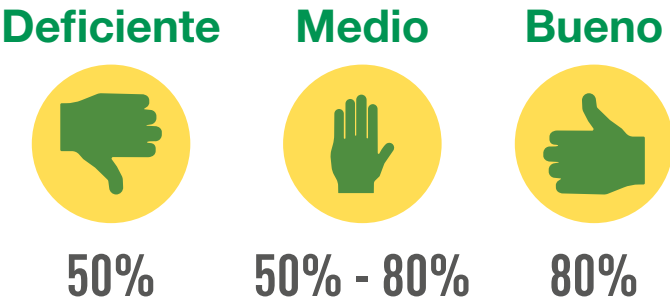
en estos principios para potenciar su práctica en el entorno organizacional.



Si nos centramos en nuestra Compañía, somos conscientes de que cumplimos cabalmente la legislación y demás normatividad que cobija al trabajador; **vamos más allá para proporcionarle bienestar, equidad y tranquilidad.** Además, trabajamos para aportar a la construcción de un ambiente sano para las generaciones futuras, de tal forma que les permitirá disfrutar de un planeta con los recursos que todo ser humano necesita.

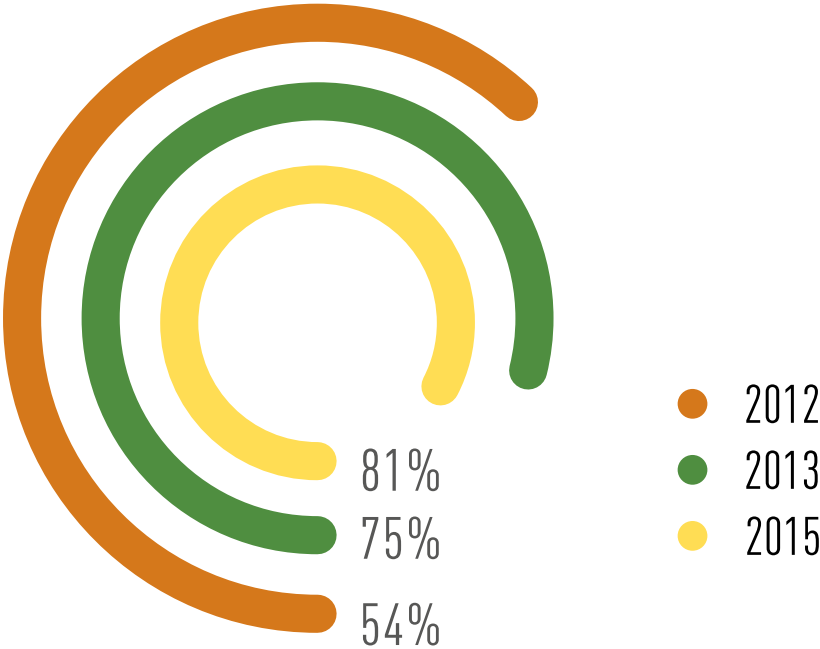
En general la experiencia permitió abrir conversaciones en los hogares de nuestros funcionarios, en la oficina y con amigos alrededor de la práctica de estos principios, haciendo que otros se conectaran indirectamente con esta iniciativa.

Las cifras se expresan en porcentajes, pues equivalen a la medición del desempeño por parte de nuestros funcionarios (indicador de percepción).

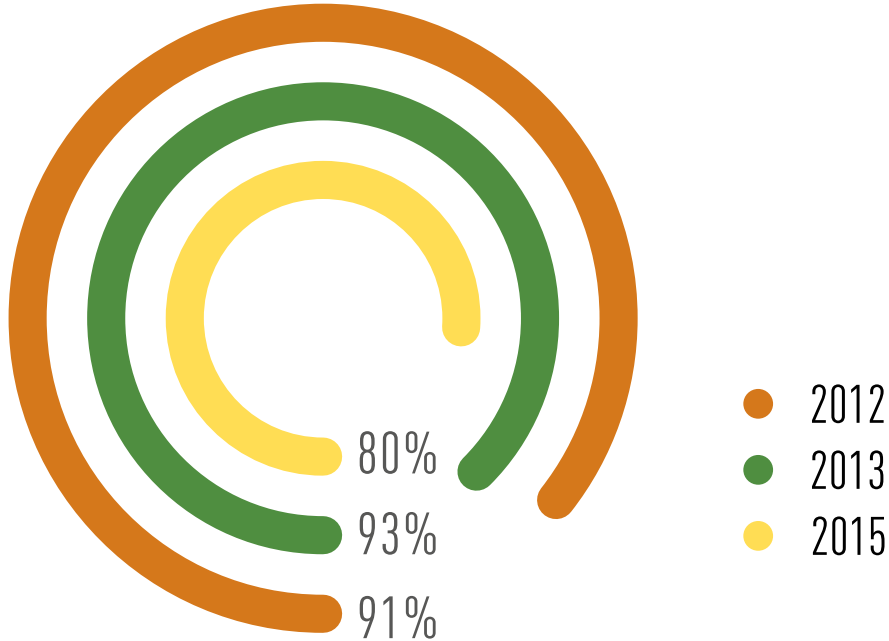


Evolución del aprendizaje en los principios del Pacto Global

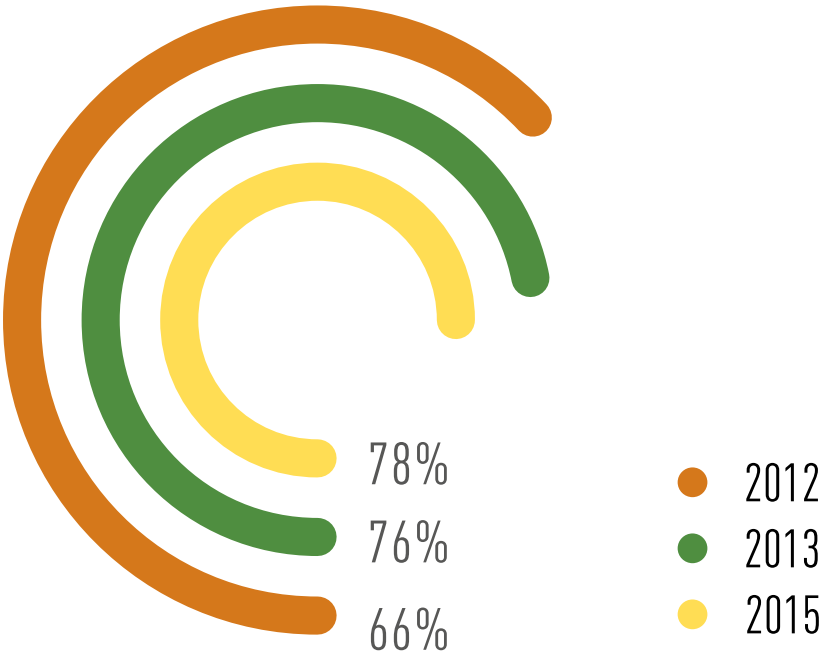
Derechos Humanos



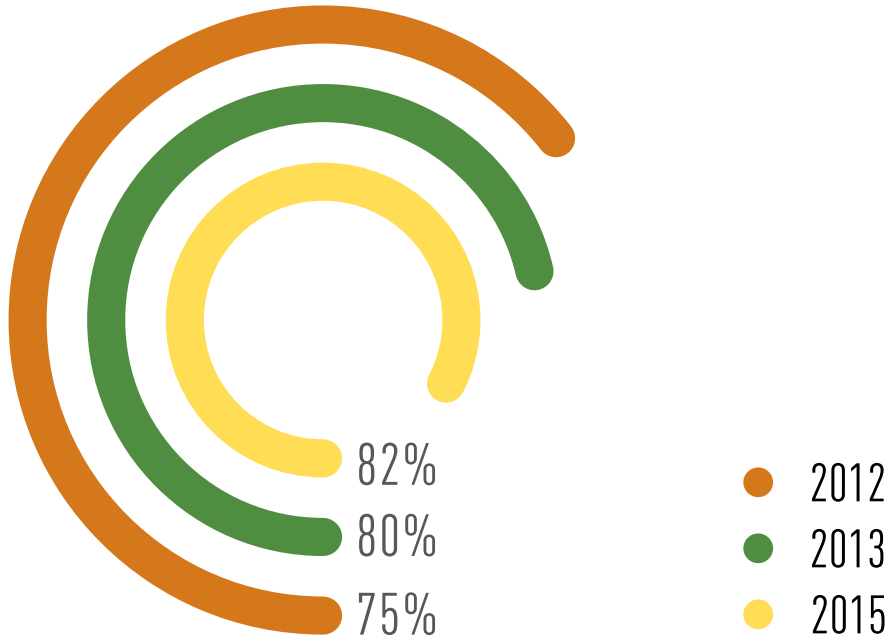
Medioambiente



Estándares Laborales



Anticorrupción



## Acciones responsables

En Seguros Bolívar, como parte de las empresas del Grupo Bolívar, consideramos que somos y nos preocupamos por ser sostenibles; para ello es relevante no solo el aspecto económico, sino lograr engrandecer las acciones ambientales y sociales.

Lo hacemos desde la empresa, desde nuestra Fundación Bolívar Davivienda y desde el funcionario como individuo, para hacer latente el propósito superior que nos une: **“Enriquecer la Vida con Integridad”**.

A partir del 2015 integramos las acciones que adelantamos en diferentes frentes y que dejan ver nuestra responsabilidad social gracias al trabajo en conjunto de toda una organización.

### Ciudadanía Corporativa

En el 2015 dimos un impulso importante al voluntariado medioambiental, incentivamos actividades en Parques Nacionales Naturales con el fin de generar conciencia en voluntarios y familiares frente a la importancia de cuidar y conservar las áreas protegidas.

Este año nos permitió trabajar en sinergia entre los diversos programas e iniciativas de las empresas del Grupo Bolívar para potencializar los resultados y el impacto deseado. Es así como desde la Fundación Bolívar Davivienda se adelantaron acciones asociadas a los tres retos planteados en el 2014



Los tres retos planteados en el 2014

2016

Generar valor social mediante un voluntariado basado en conocimientos y habilidades, que sea estratégico para las compañías del Grupo Bolívar y pertinente frente al desarrollo sostenible.

**Meta:** 2.000 voluntarios vinculados en esta modalidad.

Contamos con 218 voluntarios en los proyectos del Grupo: Educación Financiera y Cultivarte de Davivienda; Seguridad Vial y Segurópolis de Seguros Bolívar y Construcción de Comunidad de Constructora Bolívar.

Estos proyectos contribuyen al logro de objetivos de desarrollo sostenible, como son: Superación de Pobreza, Ciudades y Comunidades Sostenibles.

2017

Gestionar alianzas y recursos para el desarrollo de proyectos sociales en las regiones donde estamos presentes.

**Meta:** 10 proyectos implementados en conjunto con aliados locales.

Dos proyectos destacados en el 2015:

1. Generación de ingresos con 37 mujeres de la comunidad de San Sebastián, en Caldas, proyecto en alianza con la Universidad Católica de Manizales, Fundación Luker y Obras Sociales Betania para el desarrollo de una unidad productiva de confección.
2. Fortalecimiento de habilidades de lecto-escritura y uso de Tics para 335 niños en nueve ciudades, en alianza con Dividendo por Colombia.

2018

Contribuir al envejecimiento activo y saludable de pensionados de las empresas del Grupo Bolívar, facilitando su contribución activa a través del voluntariado.

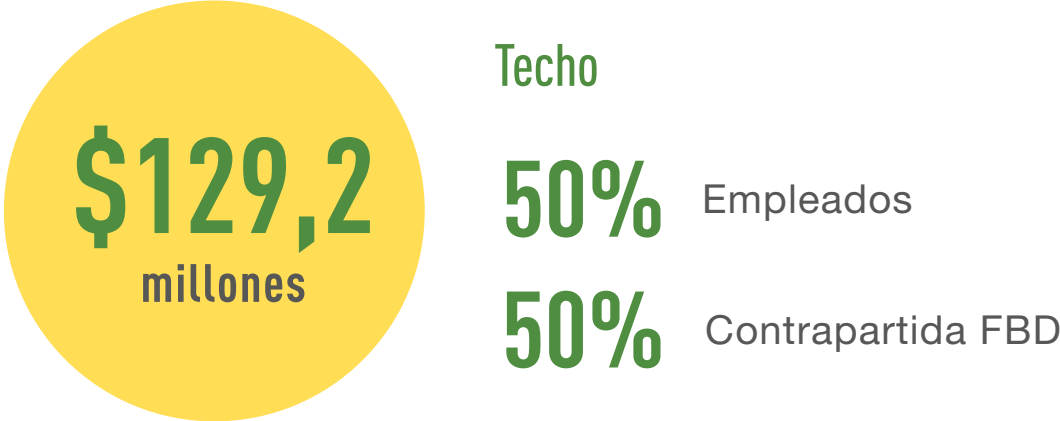
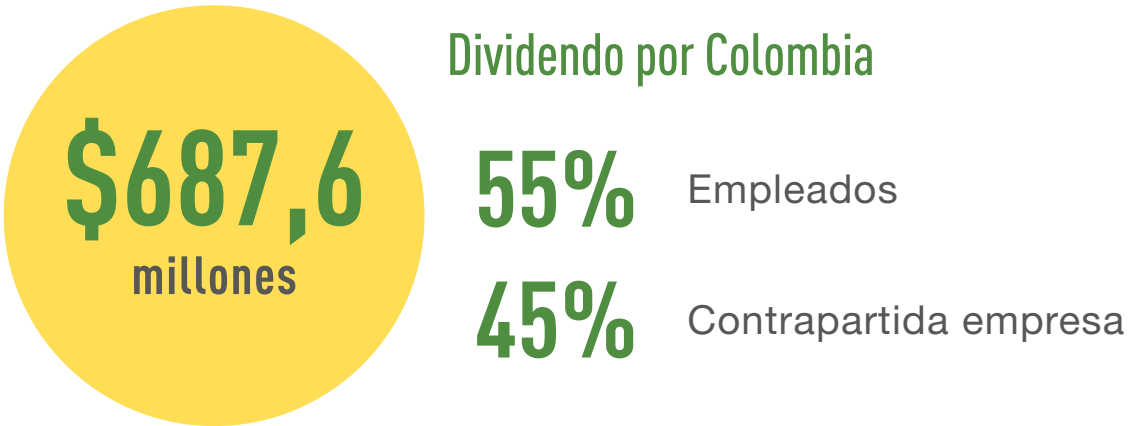
**Meta:** 200 pensionados.

Dos proyectos destacados en el 2015

Contamos con 22 pensionados de Davivienda y Seguros Bolívar que compartieron sus conocimientos y su experiencia para fortalecer la gestión de Cultivarte, Emprende País y Educación Financiera.

Como parte de un ejercicio de profundización, este año adelantamos la evaluación del programa de voluntariado con los diferentes grupos de interés para identificar fortalezas y oportunidades que nos lleven a innovar. Los resultados y estrategias a implementar se conocerán en el 2016.

|                                                                                                   | <br>Colaboradores | <br>Familiares | <br>Otros | <br>Pensionados | <br>Participación dentro<br>del Grupo Bolivar |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Número Voluntarios                                                                                | 785                                                                                                | 59                                                                                                | 4                                                                                            | 34                                                                                                 | 32%                                                                                                                              |
| Total Horas                                                                                       | 8.083                                                                                              | 575                                                                                               | 40                                                                                           | 574                                                                                                | 35%                                                                                                                              |
|  Laborales      | 5.112                                                                                              | -                                                                                                 | -                                                                                            | -                                                                                                  | 40%                                                                                                                              |
|  Extralaborales | 2.902                                                                                              | -                                                                                                 | -                                                                                            | -                                                                                                  | 21%                                                                                                                              |
| Iniciativas                                                                                       | 151                                                                                                | 12                                                                                                | 2                                                                                            | 9                                                                                                  | 59%                                                                                                                              |



## Somos de ambiente

El 15 de diciembre realizamos una actividad ambiental en Barranquilla, en la que los funcionarios de la sucursal compartieron un día con los niños de la Fundación Pan y Panela.

1.

Instalación de plantas ornamentales que refrescarán el comedor de la Fundación por medio de la bioclimatización. Como proyecto sostenible, se estableció que el cuidado y riego de las plantas se llevará a cabo por parte de los niños miembros de la Fundación.
2.

Fabricación de regaderas a partir de envases de suavizantes y jabones de ropa durante un taller de reutilización y reciclaje.
3.

Decoración de estibas de madera que servirán como soporte para materas, otras como mesas y en algunas se pintaron frases con mensajes positivos.
4.

Elaboración de poltronas a partir del reciclaje de llantas de automóvil.
5.

Instalación de una polisombra que cubre el patio donde los niños se recrean, con el fin de mejorar la temperatura y las condiciones climáticas a las que estaban expuestos.

Durante la jornada realizamos varias actividades:



# Segurópolis

La educación financiera sigue siendo un desafío para nuestra Organización. Hemos desarrollado diferentes ejes de trabajo enfocándonos en fuerzas de ventas, empleados y niños.



## Segurópolis Seniors:

Adherimos al programa de Educación financiera de Fasecolda, se programaron talleres de capacitación en el segundo semestre del 2015



Permitir a las personas identificar los riesgos a los que están expuestos, aumentar la conciencia sobre los mismos, reconocer diferentes instrumentos financieros para enfrentar emergencias y comprender la naturaleza de los seguros, su clasificación, y los deberes y derechos que cada asegurado tiene; así logramos empoderarlos para tomar decisiones financieras informadas.

## Segurópolis Kids:

Estrategia de Educación Financiera diseñada por la Compañía, con el objetivo de educar a niños entre los 6 y 13 años, en temas de prevención de riesgos en familia, seguros y conceptos financieros básicos.



Alianza con la Fundación Bolívar Davivienda y el área de Responsabilidad Social Empresarial de Davivienda, responsables de Cultivarte.

Instituciones Educativas:

Llegamos a comunidades educativas en municipios para sensibilizar sobre la importancia del seguro.



10

Instituciones

1.260

Estudiantes sensibilizados

78

Voluntarios participantes

Cultivarte:

Estrategia de Educación

Buscamos acercarnos a la comunidad y a los colegios mediante los centros de Cultivarte para cooperar en el desarrollo de la educación económica y financiera, a través de la entrega de una herramienta educativa que les apoyará en el desarrollo de sus planes formativos.



Visitamos 6 Cultivarte en los municipios de Subachoque, Chiquinquirá, Baranoa, Codazzi, Jardín y Amagá.

1.204

Niños sensibilizados

105

Voluntarios participantes

Al evaluar el impacto de la educación financiera en el bienestar de los empleados en conjunto con la Vicepresidencia Corporativa de Gestión Humana, se definió que el programa de Educación Financiera para empleados será manejado por el Centro de Orientación Familiar, a partir del 1 de Enero del 2016, para ofrecer este servicio a todos los empleados del Grupo Bolívar.

Finalmente, en el mes de junio, la organización Corpovisionarios, contratada por Fasecolda, presentó un “**Diagnóstico cualitativo del sector asegurador en Colombia**”, en el cual dejó reflexiones relacionadas con:



A

La buena **cultura organizacional** de las aseguradoras.

B

**Falta de confianza** entre los diferentes actores del sector asegurador.

C

La **construcción de un vínculo emocional** entre los usuarios y las aseguradoras, donde también las asocien a situaciones positivas.

D

El lenguaje de los contratos se conoce como “un mal necesario”, es decir, que se reconoce la falta de claridad. **Es inminente que las aseguradoras creen productos fáciles de entender para los usuarios.**

E

La necesidad de **modificar la práctica de la letra menuda** dentro de los clausulados.

F

Alinear las expectativas entre **vendedores y aseguradores**, donde los vendedores puedan demostrar que son competentes, responsables y hacen un trabajo con calidad.

# Salvamentos con propósito:

Encontrar el balance entre la práctica empresarial y las acciones sociales requiere de continuidad y de un interés genuino por hacer que las cosas pasen.

Por esta razón, desde nuestro objeto de negocio hicimos una prueba en el 2014 e iniciamos en el 2015 una labor conjunta para identificar el beneficio que podemos generar a partir de los salvamentos.

A través de programas establecidos por la Fundación Bolívar Davivienda, logramos llegar a varias comunidades y fundaciones con elementos en perfecto estado que buscan aportar en la mejora de su calidad de vida. Los beneficiarios tienen como foco social: **Banco de alimentos, Rehabilitación (drogas y alcoholismo; auditiva y lenguaje), Comedores comunitarios, Atención integral a niños, Desarrollo social, Apoyo a enfermedades catastróficas y Apoyo social y cultural a población vulnerable.**



Instituciones beneficiarias

14



Personas beneficiadas

752

Artículos entregados

1.321



## Seguridad Vial

Nuestra Compañía tiene como foco cuidar la vida de las personas, es un aspecto relevante para la sociedad, que conjugado con la seguridad y tranquilidad representan elementos vitales en la cotidianidad del ser humano.

**El 2015 nos permitió aportar al fortalecimiento de criterios** para ser ciudadanos responsables mediante una cultura de comportamientos prudentes en la vía. Lograrlo requiere de constancia y de innovación para permear la mayor cantidad de personas y así impulsar una construcción colectiva que promueva el bienestar y la seguridad.

Los accidentes viales se constituyeron en el 2015 en la segunda causa de mortalidad en Colombia, y además de este impacto por la pérdida de un ser humano, deja anualmente miles de personas lesionadas en edad productiva.

Por esta razón, es una situación que nos concierne a todos; el impacto social en una persona lesionada es aún un aspecto que no se ha considerado en la magnitud que representa, esto sumado a los impactos que tiene sobre el país por el uso de recursos que pueden destinarse a suplir necesidades básicas prioritarias, pues los accidentes viales son claramente prevenibles.

Mediante diversas actividades enfocadas a sensibilizar y educar a adultos, jóvenes y niños, llegamos a más de 5.000 personas en 23 localidades del país entre ciudades principales y municipios.

### SEGURIDAD VIAL



TRANSITE SEGURO POR LA VÍA DE LA VIDA





Dentro de las actividades innovadoras que implementamos en el 2015 está la **Feria de la Seguridad Vial**, que se realizó en el marco de nuestra Segunda Semana de la Seguridad Vial Seguros Bolívar y que tuvo como objetivo sensibilizar y educar a los empleados de las torres alrededor del Centro Empresarial Metropolitano y a transeúntes.

Uno de nuestros grandes beneficios es contar con el apoyo constante de la Fundación Bolívar Davivienda para el desarrollo de iniciativas que apunten a este objetivo y poner este programa al servicio de las comunidades en las que trabajamos. Con este trabajo conjunto, en el 2015 formamos como facilitadores de este programa a **71 funcionarios de las empresas del Grupo Bolívar**.

Buscamos generar reflexión mediante las actividades y un compromiso en el individuo de cuidar su vida y la de quienes lo rodean.

Para lograr un mejor resultado gestionamos alianzas con diversas instituciones públicas y privadas, con el objetivo de potenciar el impacto de las actividades al trabajar juntos. El apoyo ha sido en doble vía, pues desde nuestra Compañía hemos aportado a la ejecución de actividades programadas por estas instituciones.

Aportamos más de \$60 millones en actividades de Seguridad Vial, directas o como apoyo a espacios desarrollados por otras instituciones.





APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO

Lograr la sostenibilidad requiere de las personas, pues son ellas quienes ejecutan de forma responsable, comprometida e innovadora los focos definidos por la Compañía y ponen en práctica nuestro propósito superior, **Enriquecer la Vida con Integridad.**

El ser humano tiene la capacidad de transformarse, de dirigir sus esfuerzos hacia un mismo objetivo, y en Seguros Bolívar nuestros funcionarios, además de ocuparse por el éxito de la Compañía a la que pertenecen, se preocupan por el bienestar de su equipo y de su comunidad.

Uno de los aspectos claves para asegurar el éxito es la comunicación, y es por eso que en cabeza de nuestro Presidente periódicamente se recibe un mensaje, en el que se informa a la Compañía sobre los logros, los reconocimientos y también los retos.

Este estilo de liderazgo permite que cada funcionario comprenda la importancia de alinear sus labores con la estrategia, y que de esta manera se establezcan prioridades en las acciones que se van a adelantar para cumplir los compromisos adquiridos.

Para tal fin se hace necesario acompañar a los equipos y a los líderes con estrategias, mecanismos y dinámicas que les permitan gestionar los cambios organizacionales, a través de capacitaciones, talleres y conversaciones poderosas para lograr que sus equipos conozcan, acepten, conecten y movilicen los nuevos retos de la organización.

Proceso de cambio organizacional



# Desarrollo del Talento Humano

Uno de los focos estratégicos para Seguros Bolívar es el desarrollo del talento humano y la generación de iniciativas que faciliten el crecimiento integral de las personas y el fortalecimiento de sus competencias.

Para lograrlo, se hace necesario innovar en metodologías de aprendizaje y herramientas que faciliten la apropiación de conocimientos y el entrenamiento en habilidades específicas, lo que sin duda nos permite contar con el mejor talento humano que soporte la estrategia de negocio, mediante la gestión de:



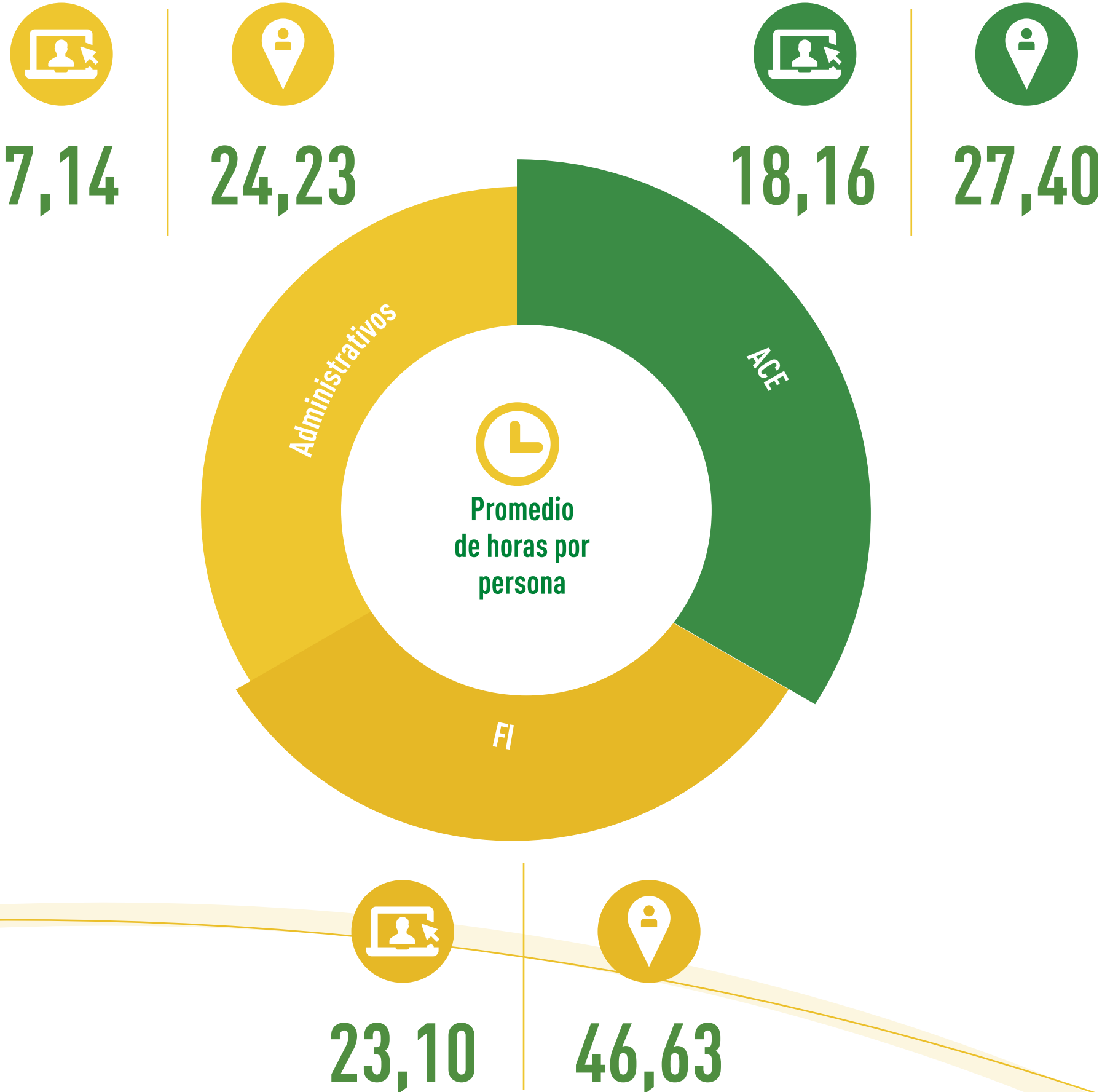
Durante el año 2015 enfocamos la gestión en fortalecer nuestros procesos de formación en nuestras fuerzas de ventas y las áreas técnicas y administrativas, aplicamos espacios de aprendizaje que promueven el trabajo en equipo y la apropiación de conocimiento para beneficio de todos los miembros de la organización, mediante diferentes metodologías de educación en adultos y en modalidades presencial, virtual y mixta.

También apalancamos desde este enfoque la estrategia denominada “Oferta de valor socio empresario”, que busca afianzar en la fuerza comercial de todo el país habilidades comerciales que les permitan llegar a nuevos negocios, lograr una visión emprendedora, la creación de empresas y el incremento de la productividad y competitividad en el sector asegurador.

Adicionalmente, promovemos espacios de conocimiento de nuevas tendencias, metodologías de entrenamiento y formas de diseño de objetos de aprendizaje que enriquezcan el rol de los facilitadores en la organización, además de compartir las mejores prácticas de facilitación, diseño de soluciones de aprendizaje y definición de estrategias para gestionar el conocimiento.

 **Virtual**

 **Presencial**



Procesos de formación  
virtuales y presenciales

 # de horas  
virtuales  # de  
personas

Adicional a la formación interna, apoyamos procesos de formación externa por un monto de \$394,2 millones



Virtuales



Presenciales



Funcionarios

|                |       |     |                |     |     |                |       |     |                |       |    |
|----------------|-------|-----|----------------|-----|-----|----------------|-------|-----|----------------|-------|----|
| Directivos     | 98    | 7   | Directivos     | 61  | 8   | Directivos     | 190   | 11  | Directivos     | 55    | 8  |
| Gerencia media | 1.809 | 101 | Gerencia media | 959 | 52  | Gerencia media | 5.302 | 124 | Gerencia media | 2.640 | 61 |
| Cargos básicos | 1.159 | 348 | Cargos básicos | 774 | 165 | Cargos básicos | 1.987 | 175 | Cargos básicos | 1.117 | 87 |

Fuerza de ventas ACE

|                |        |     |                |       |     |                |        |       |                |        |     |
|----------------|--------|-----|----------------|-------|-----|----------------|--------|-------|----------------|--------|-----|
| Gerencia media | 182    | 22  | Gerencia media | 111   | 9   | Gerencia media | 3.481  | 109   | Gerencia media | 2.489  | 69  |
| Cargos básicos | 13.599 | 754 | Cargos básicos | 8.404 | 443 | Cargos básicos | 30.129 | 1.159 | Cargos básicos | 16.945 | 599 |

Fuerza de ventas canal I

|                |       |     |                |       |     |                |        |     |                |        |     |
|----------------|-------|-----|----------------|-------|-----|----------------|--------|-----|----------------|--------|-----|
| Cargos básicos | 7.833 | 344 | Cargos básicos | 5.244 | 222 | Cargos básicos | 38.721 | 895 | Cargos básicos | 26.371 | 501 |
|----------------|-------|-----|----------------|-------|-----|----------------|--------|-----|----------------|--------|-----|

## Gestión del cambio y desarrollo

Otro gran reto en las organizaciones es la gestión estratégica del talento humano, que busca asegurar que la organización cuente con las personas adecuadas en cada cargo, a partir de la gestión del desempeño, acciones de desarrollo, facilitar la apropiación de los cambios y contar con líderes inspiradores que movilicen la estrategia, modelen cultura y gestionen el talento.

Durante el año 2015, debido al replanteamiento estratégico asociado al cambio de Presidencia, no se llevaron a cabo evaluaciones de desempeño.

En este contexto, los esfuerzos en el 2015, se enfocaron en el diseño de procesos, políticas y metodologías para la gestión de desempeño, del desarrollo, y la gestión de cambio organizacional.



Contamos con una metodología para apoyar diversas iniciativas organizacionales, como proyectos y transformaciones estratégicas. Así facilitamos que los cambios ocurran y se sostengan.



De otra parte, se creó el rol de Business Partner, encargado de traducir la estrategia del negocio en entregables de talento. Este año se realizó una prueba piloto con este nuevo rol, enfocado en la atención a las áreas técnicas de la Compañía, conformadas **por 517 funcionarios**. Bajo el enfoque de proteger el talento y contribuir a la solución de necesidades de talento de las áreas, de acuerdo con las estrategias, los principales logros fueron:

- 1. Construcción de relación de confianza con directivos generales de la VP Técnica.
- 2. Soluciones integrales para áreas en conflicto (Dirección de beneficios con 25 funcionarios, Indemnizaciones vida con 8 funcionarios).
- 3. Coordinar acciones para solucionar con agilidad situaciones de riesgo de talento (Normalización contratación ARL de 80 temporales, Centro de Apoyo Técnico CTR para la atención a Directores comerciales).

- 4. Caracterización del talento de la VP Técnica: Información en fichas de talento de 35 funcionarios, para tomar decisiones sobre movimientos, lo cual representa el 50% de la Vicepresidencia.
- 5. Involucramiento de las áreas de talento en solución de necesidades de Asistencia Bolívar.
- 6. Agilidad y pertinencia en soluciones de talento requeridas por las áreas, de acuerdo con las necesidades de transformación del negocio.

Para el 2016, los retos de este rol se enfocarán en el apoyo a las transformaciones del negocio, trabajando conjuntamente con las áreas de talento para proveer el talento idóneo y contribuir al fortalecimiento del compromiso, promoviendo la conexión del sentido y la intención personales con el propósito superior de la Compañía.



# Buenas prácticas laborales

La gestión de este asunto se enfoca en facilitar el relacionamiento del funcionario con la Compañía. La cercanía y transformación se gesta a través de la administración de su vinculación, su bienestar, la seguridad y salud ocupacional, y la atención de todas las consultas y solicitudes que surgen en el día a día.

En virtud de este proceso de transformación, en el 2015 creamos la Mesa de Atención, con el objetivo de gestionar el servicio y/o atención en materia de talento humano para las áreas y funcionarios y así disminuir riesgos a la Compañía, mejorar la satisfacción de los empleados, evitar reprocesos, optimizar el servicio de atención a los funcionarios de Seguros Bolívar y sus filiales y llevar indicadores que permitan aplicar mejoramiento continuo en los diferentes procesos.



Para su implementación se incluyó el proceso de Administración de Personal, cuyos subprocesos son:

- SEGURIDAD SOCIAL
- LIQUIDACIÓN
- CESANTÍAS
- NÓMINA
- VACACIONES
- CONTRATACIÓN Y CERTIFICACIONES

En esta etapa de funcionamiento se han gestionado

10.050 servicios.

En el 2016 esperamos consolidar los servicios que se prestan a través de la Mesa, integrando los procesos de **Compensación - Beneficios, Salud Organizacional, Bienestar, Formación y Cambio y Desarrollo.**

## Clima Organizacional

Una de las herramientas que permiten medir el efecto de las acciones que adelantamos como organización es la evaluación de Clima Organizacional.

En este proceso se evalúan seis dimensiones:

- Oferta de valor a los funcionarios
- Participación
- Reconocimiento
- Gestión organizacional
- Liderazgo
- Comunicación y percepción

El modelo que se utilizó se basa en la gestión del compromiso, que es uno de los pilares de la cultura del Grupo Bolívar y está fundamentado en el Ser Humano. El objetivo es lograr que los líderes lo gestionen en sus equipos, a partir de la retroalimentación de los resultados con planes de acción que permitan mejorar los niveles de contribución, productividad y desempeño.

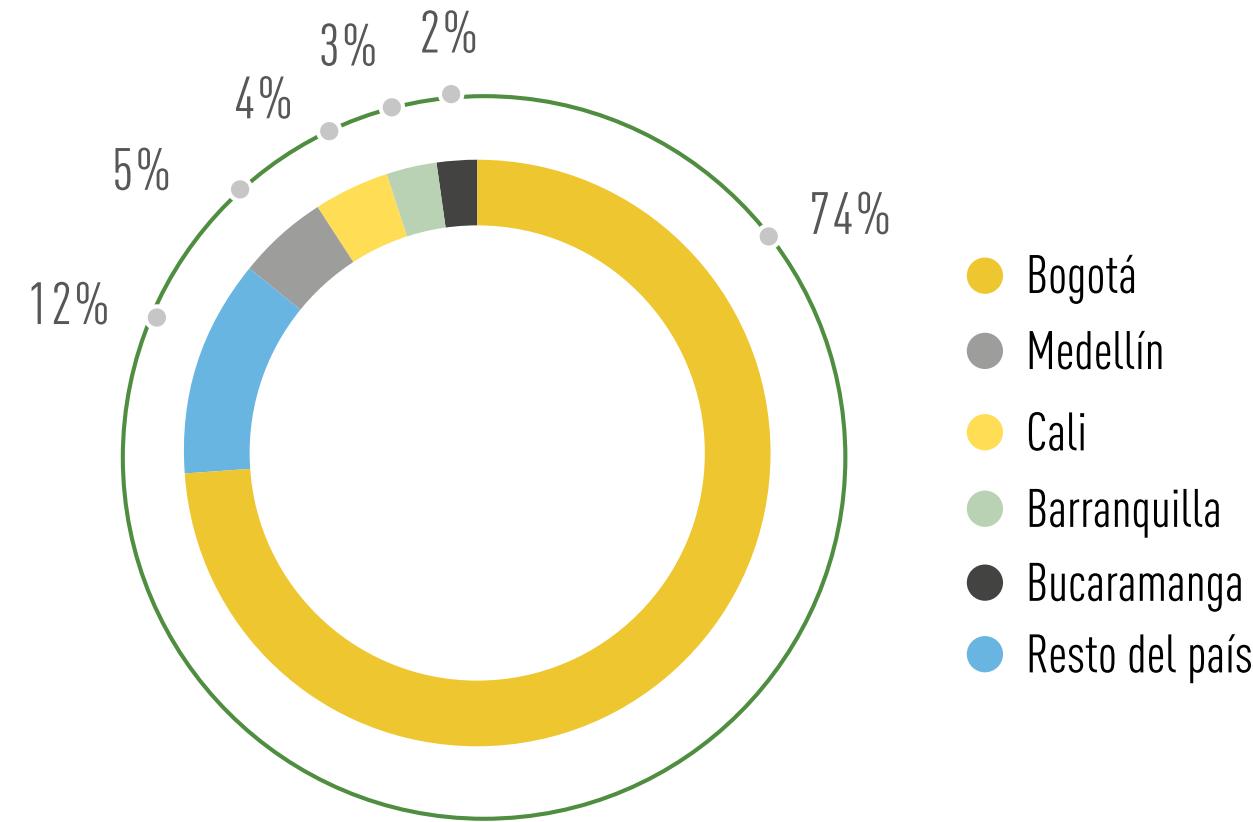
La encuesta se realizó en el último bimestre del año, con una participación del 83,76%, y su modalidad fue 100% on line. Los resultados se entregarán en el 2016.

1.858

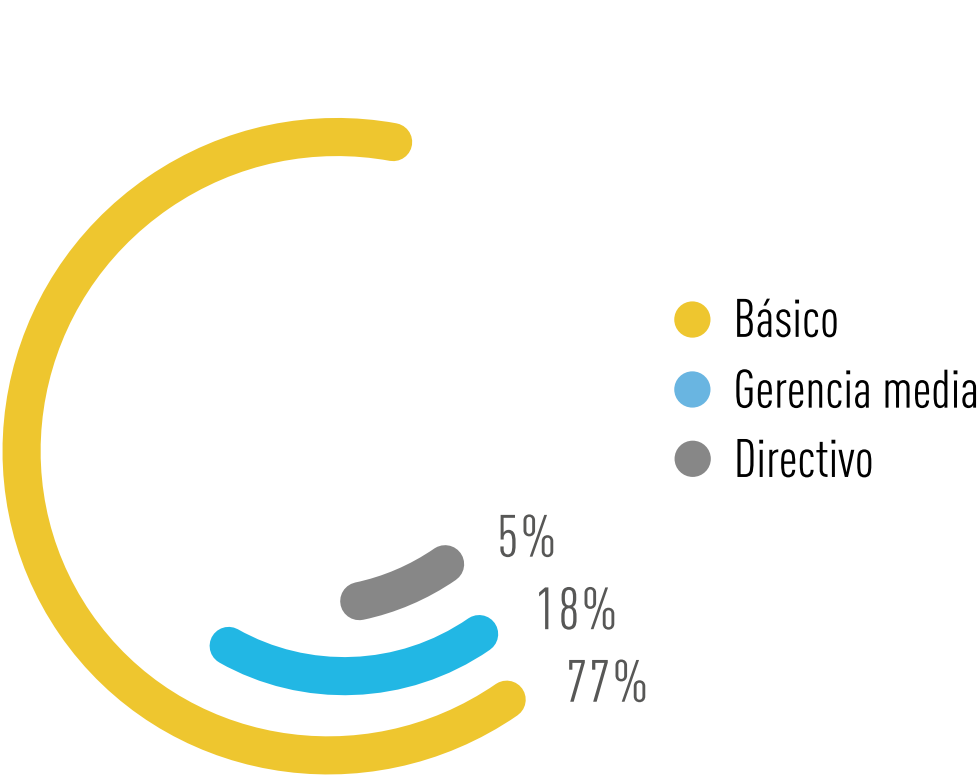
funcionarios administrativos

Las gráficas tienen como base el número de funcionarios en las diferentes vinculaciones, excepto la temporal.

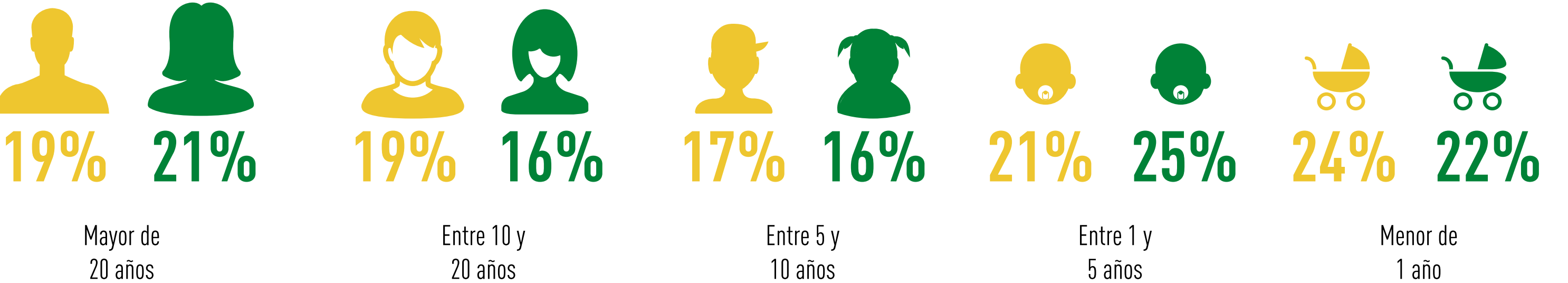
Distribución de funcionarios  
Ciudades principales



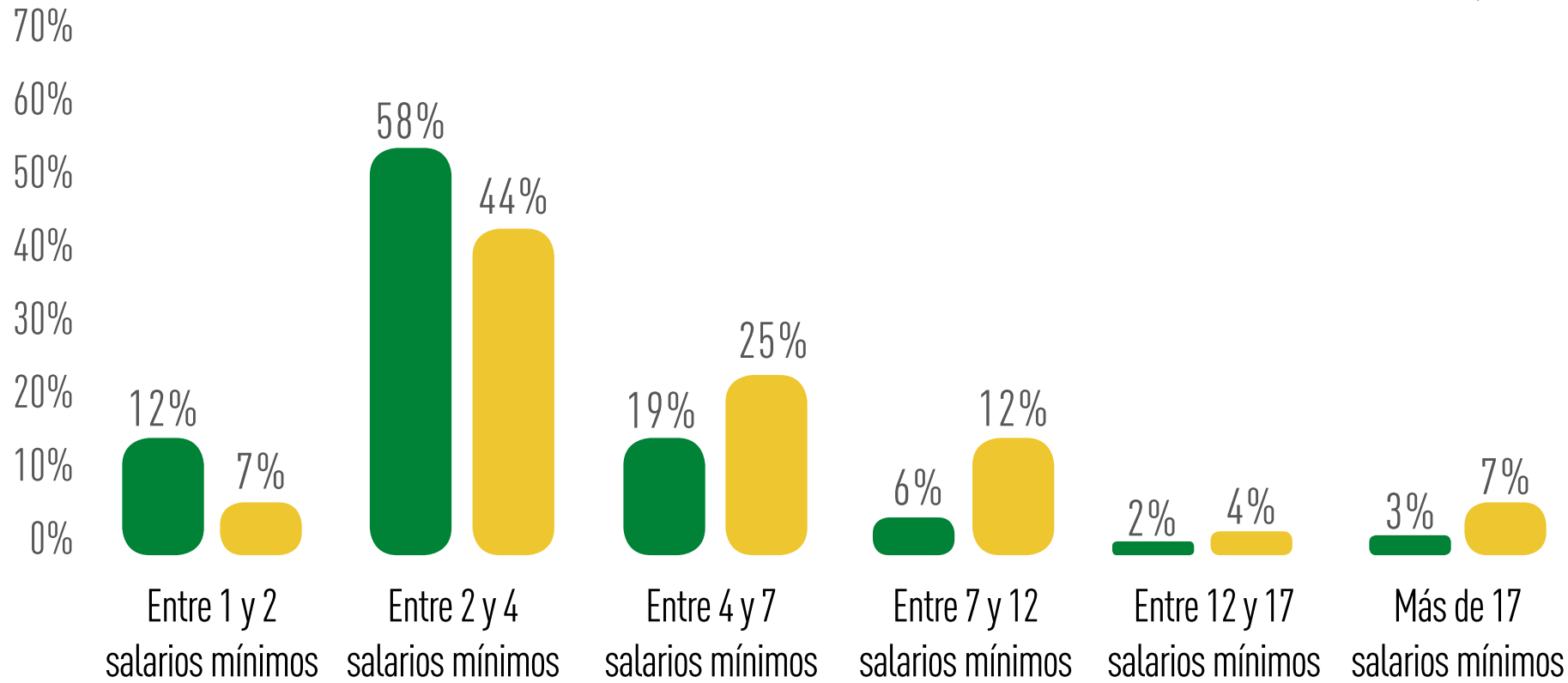
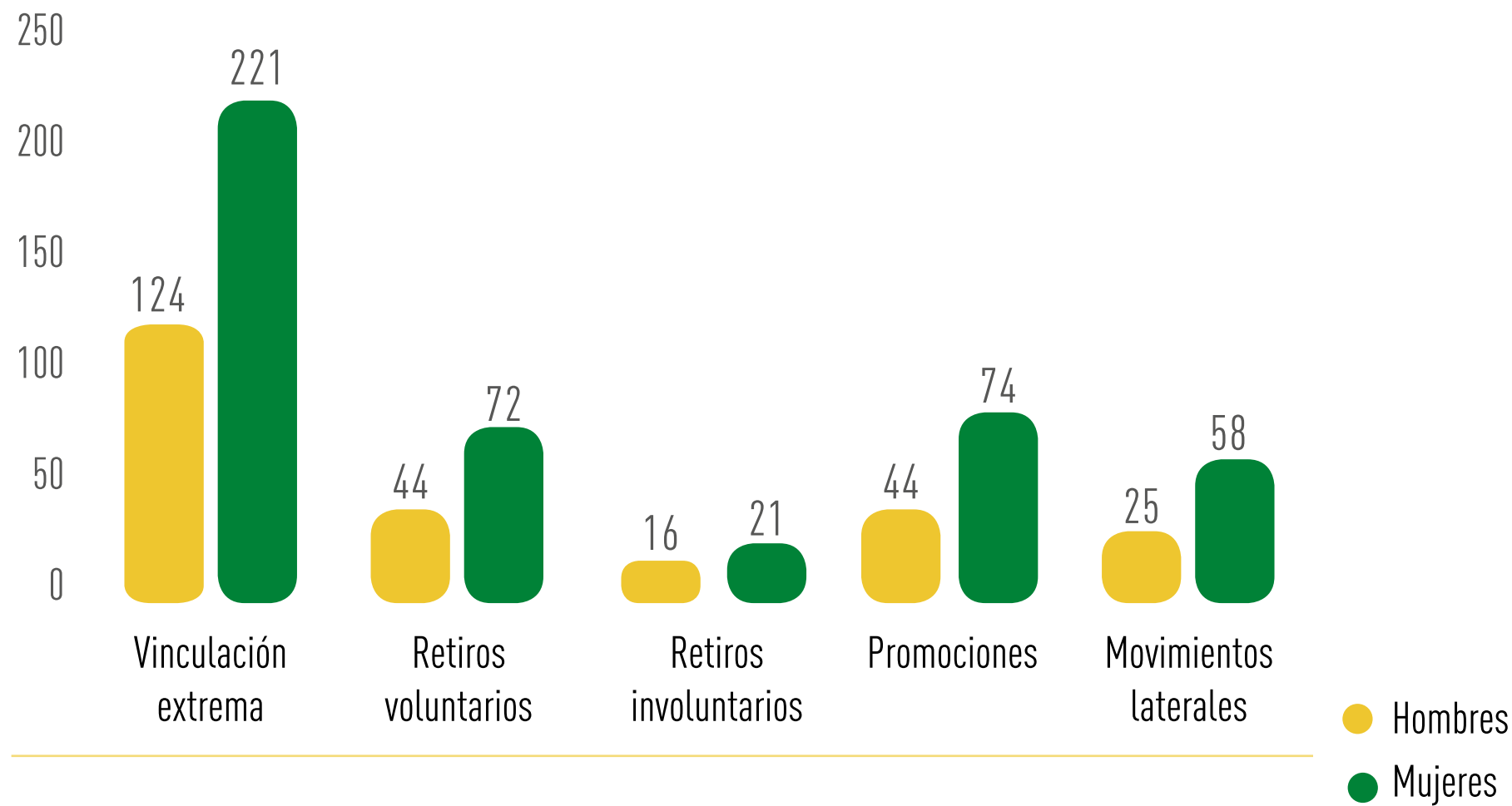
Distribución de funcionarios  
por tipo de cargo



Distribución de funcionarios por antigüedad



Rotación y promoción



Distribución de funcionarios por rangos de edad y género

EDAD DE LOS FUNCIONARIOS POR TIPO DE CARGO



DIRECTIVO

|               |       |       |
|---------------|-------|-------|
| 18-30 AÑOS    | 0,17% | 0,67% |
| 31-50 AÑOS    | 1,91% | 3,03% |
| MAYOR 51 AÑOS | 0,96% | 3,36% |

GERENCIA MEDIA

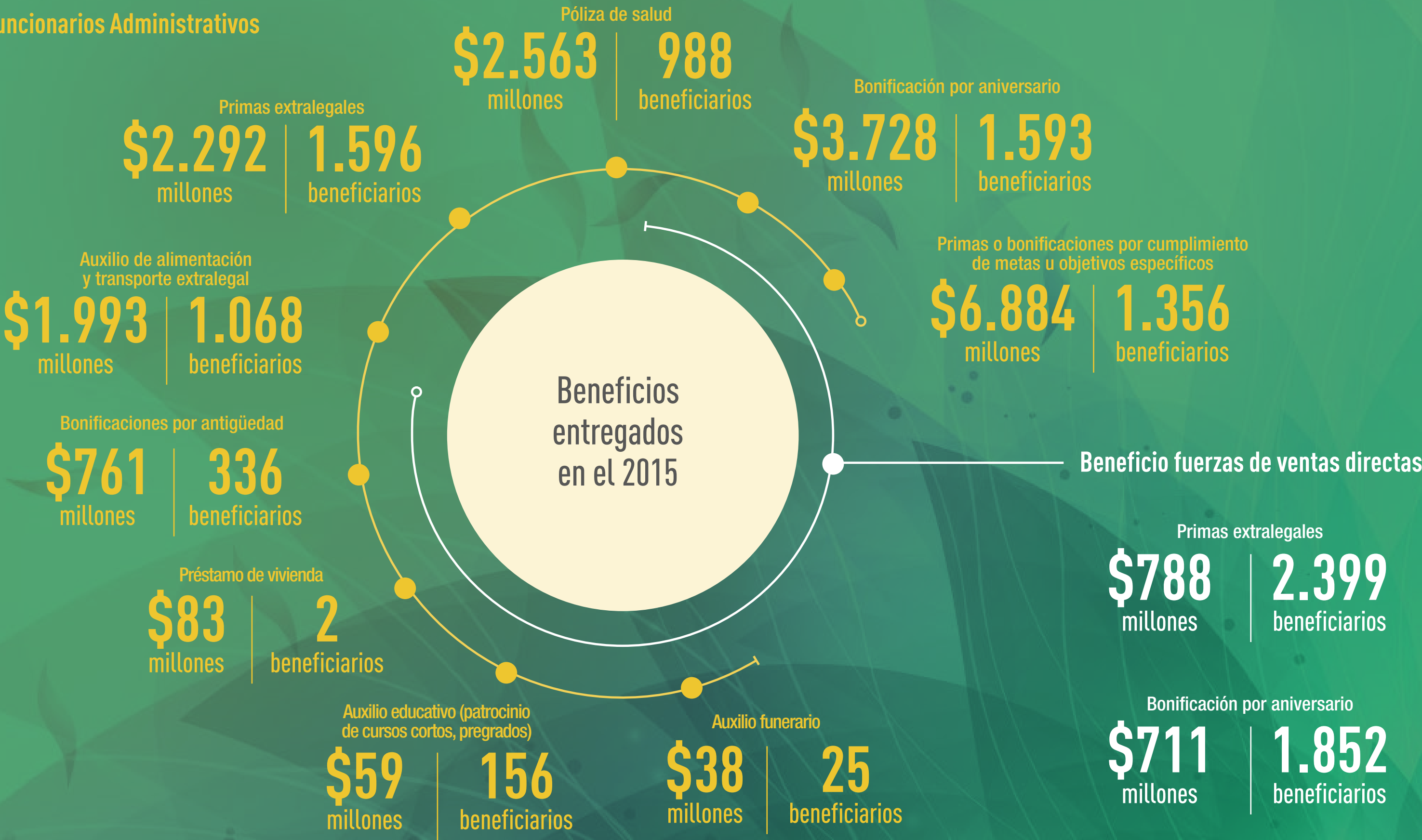
|               |        |        |
|---------------|--------|--------|
| 18-30 AÑOS    | 3,74%  | 3,70%  |
| 31-50 AÑOS    | 12,17% | 11,26% |
| MAYOR 51 AÑOS | 2,26%  | 3,36%  |

BÁSICO

|               |        |        |
|---------------|--------|--------|
| 18-30 AÑOS    | 38,00% | 34,79% |
| 31-50 AÑOS    | 30,00% | 30,08% |
| MAYOR 51 AÑOS | 10,78% | 9,75%  |

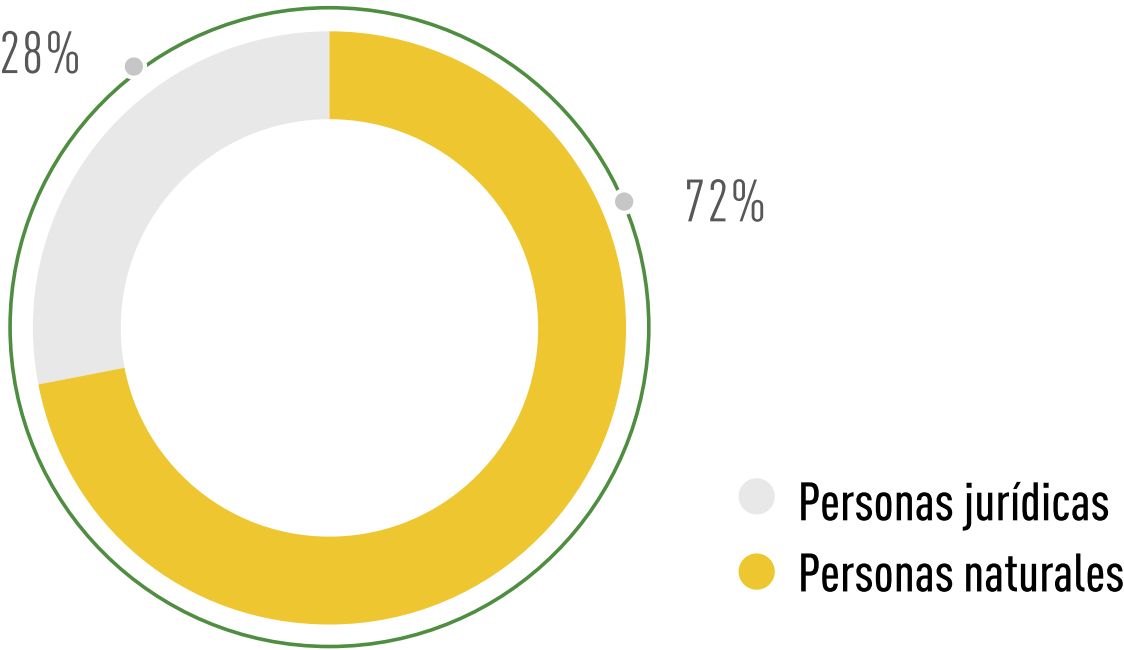
La tasa entre el salario estándar y el salario mínimo es de 13,96%

Funcionarios Administrativos



2.034 personas vinculadas con contrato directo y 1.566 con contrato comercial

Fuerzas de ventas

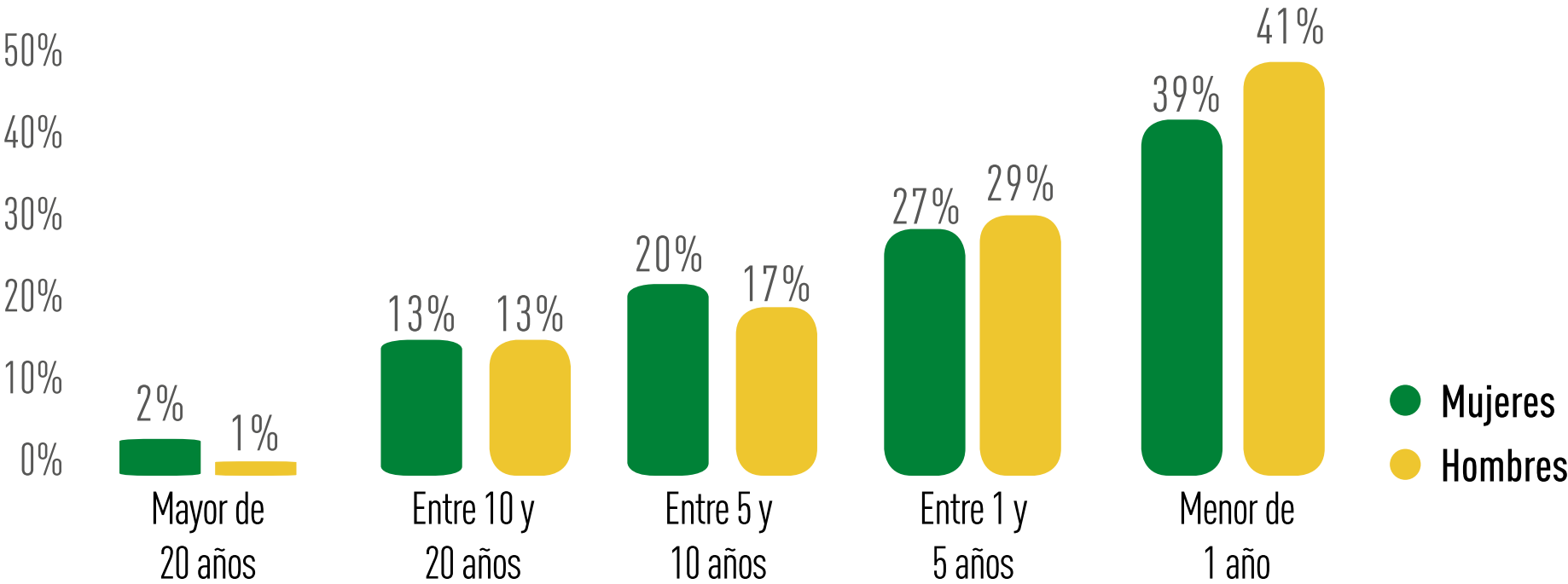


Las gráficas a continuación tienen como base el número de personas en fuerzas de ventas distribuidas por género; no incluye naturaleza jurídica.

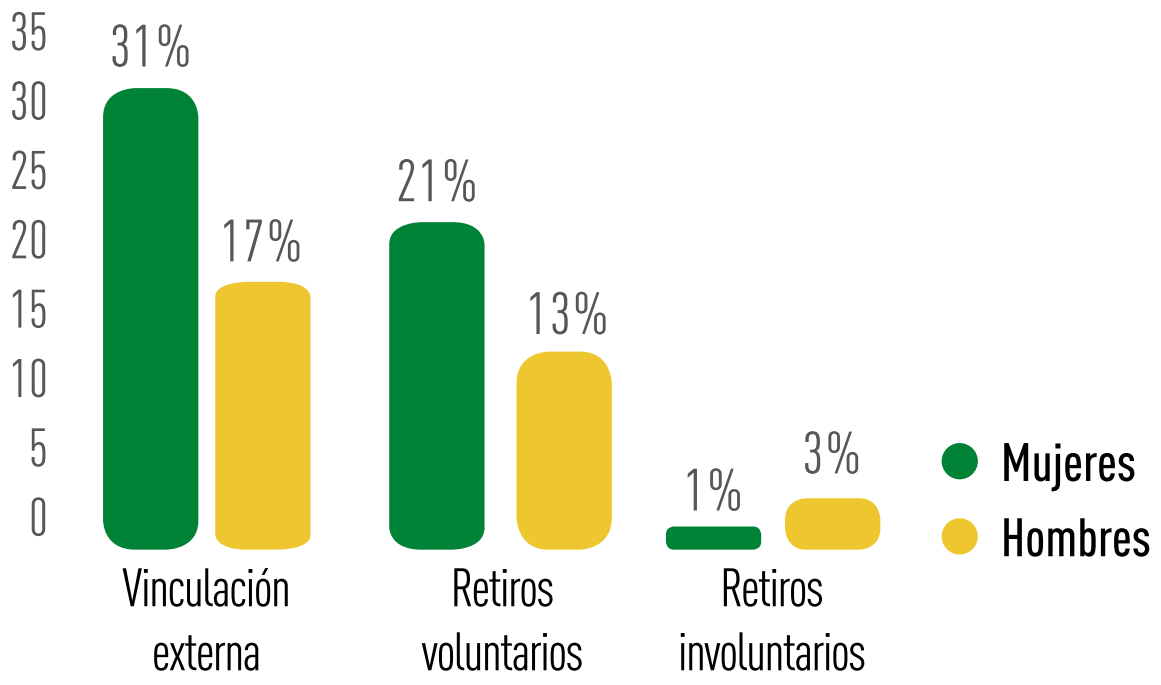
Distribución de fuerzas de ventas por rango de edad y género

| EDAD POR TIPO DE CARGO |                                                                                     |                                                                                     |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                        |  |  |
| GERENCIA MEDIA         |                                                                                     |                                                                                     |
| 18-30 AÑOS             | 2%                                                                                  | 4%                                                                                  |
| 31-50 AÑOS             | 2%                                                                                  | 2%                                                                                  |
| MAYOR 51 AÑOS          |                                                                                     |                                                                                     |
| BÁSICO                 |                                                                                     |                                                                                     |
| 18-30 AÑOS             | 50%                                                                                 | 47%                                                                                 |
| 31-50 AÑOS             | 26%                                                                                 | 26%                                                                                 |
| 51-70 AÑOS             | 17%                                                                                 | 18%                                                                                 |
| MAYOR 70 AÑOS          | 1%                                                                                  | 4%                                                                                  |

Distribución de fuerzas de ventas por antigüedad y género

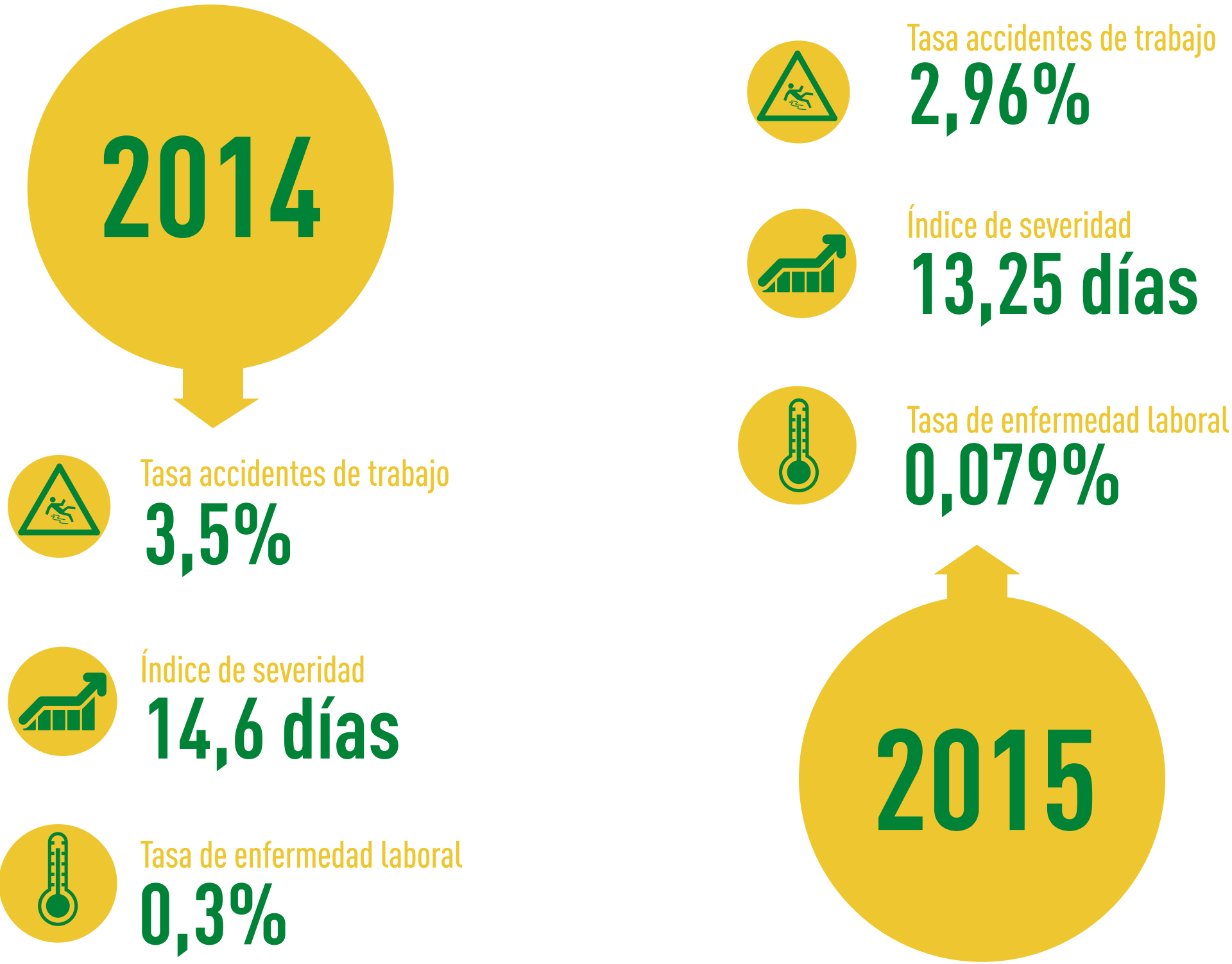


Rotación de fuerzas de ventas



Consideramos que el trabajo es parte esencial en la vida de las personas, por lo que nos comprometemos con la creación de espacios seguros y saludables que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de nuestros funcionarios. Durante el año 2015 los esfuerzos se encaminaron principalmente hacia la prevención de lesiones deportivas, la capacitación de las brigadas de emergencias a nivel nacional, la prevención del riesgo en espacios públicos y la prevención de lesiones osteomusculares generadas por condiciones no ergonómicas en los puestos de trabajo.

Comportamiento de la accidentalidad y de la enfermedad laboral



Se observa una disminución en la tasa de accidentalidad y en el índice de severidad de accidentes de trabajo, al igual que en la tasa de enfermedad laboral en comparación con el año 2014.

Número de accidentes de trabajo



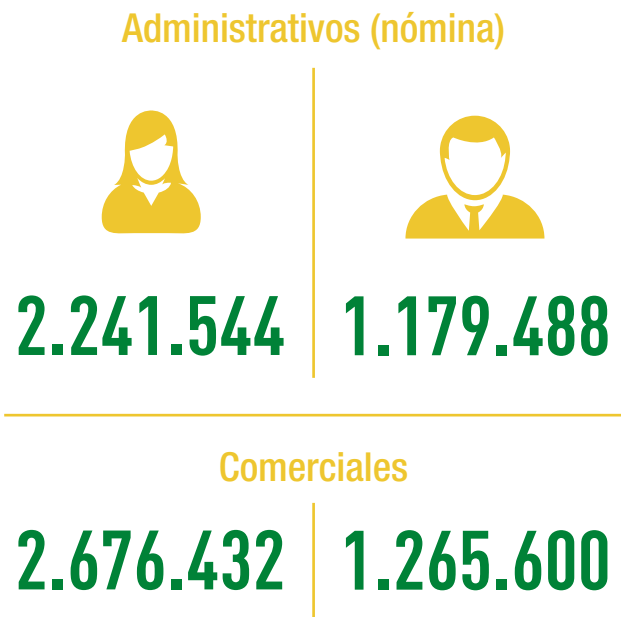
Casos de enfermedad laboral



Número de ausencias por enfermedad común



Total de horas trabajadas en la Compañía



Porcentaje de días perdidos por accidentes de trabajo



Porcentaje de días perdidos por enfermedad laboral



Porcentaje de días perdidos por enfermedad común



Total de días trabajados por el colectivo de trabajadores





Como parte de nuestro sistema de gestión, durante el año 2015 se realizaron las siguientes actividades:



Capacitación de riesgo público

Dirigida a los asesores comerciales de las diferentes sucursales. Cobertura: 415 personas.



Capacitación en manejo de productos químicos

Este año, además de las sucursales cubiertas en el 2014, llegamos a Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Montería, Neiva, Pasto, Popayán, Sincelejo y Valledupar. Cobertura: 175 personas.



Capacitación de brigadas de emergencias

Además de nuestros brigadistas coordinamos el entrenamiento de los brigadistas del Banco Davivienda y sus filiales, Investigaciones y Cobranzas El Libertador, Asistencia Bolívar, Constructora Bolívar y los proveedores Dialimentos y Centroaseo. Cobertura: 302 brigadistas capacitados.



Capacitación riesgo biológico

Buscamos dar a conocer a los trabajadores los riesgos vinculados con la exposición a agentes biológicos (virus, bacterias, ricketsias, hongos y parásitos). Cobertura:159 personas (funcionarios de los centros médicos y personal de aseo) a nivel nacional.



Simulacros de evacuación

Se consideran ejercicios muy importantes para saber cómo actuar en caso de una emergencia. En esta práctica participaron funcionarios, contratistas y visitantes de las sucursales de Bogotá, Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Medellín, Montería, Neiva, Pasto, Pereira, Popayán, Santa Marta, Sincelejo, Tunja, Valledupar y Villavicencio. Cobertura: 2.584 personas.



Programa de gestión Ergonomía y Vida Cotidiana

Con el propósito de prevenir las enfermedades laborales de origen osteomuscular. Cobertura: 2.031 personas de las sucursales de Bogotá, Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Medellín, Montería, Neiva, Pasto, Pereira, Popayán, Santa Marta, Sincelejo, Tunja, Valledupar y Villavicencio.



Exámenes médicos ocupacionales periódicos

El objetivo de esta actividad es realizar un diagnóstico de las condiciones de salud de la población trabajadora, que nos permita establecer prioridades para las actividades de seguridad y salud en el trabajo. Cobertura: 2.638 personas de las sucursales de Bogotá, Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Medellín, Montería, Neiva, Pasto, Pereira, Popayán, Santa Marta, Sincelejo, Tunja, Valledupar y Villavicencio.



Inspección general de seguridad

Su propósito es identificar condiciones peligrosas que puedan afectar la seguridad de los funcionarios. Cobertura: 46 sedes de trabajo de las sucursales de Bogotá, Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Ibagué, Manizales, Medellín, Montería, Neiva, Pasto, Pereira, Popayán, Santa Marta, Sincelejo, Tunja, Valledupar y Villavicencio.



Capacitación, manejo y cuidado de la voz

Tiene como objetivo prevenir las patologías ocasionadas por el abuso de la voz a través de actividades relacionadas con la sensibilización sobre el cuidado y conservación de la voz y la realización de talleres de técnicas y relajación vocal. Cobertura:113 funcionarios del Contact Center y de la Línea Médica.



Programa Juego Limpio

Tiene como propósito promover el uso adecuado del tiempo libre y la disminución de los accidentes deportivos de los funcionarios en Bogotá que participaron en los torneos internos de voleibol, baloncesto, fútbol, bolos y tejo. Cobertura: 741 funcionarios.

Para el año 2016 los esfuerzos están encaminados, entre otros, a alcanzar los siguientes logros: cierre de no conformidades auditoría externa de seguimiento del Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional - OHSAS 18001, consolidación del Programa de Juego Limpio y fomento de Estilos de Vida Saludable con énfasis en nutrición.

# 4

## PROCESOS INTERNOS



# Gestión de la cadena de suministro

La cadena de suministro, entendida como la red de proveedores que proporciona su conocimiento y servicios en los momentos de verdad del seguro, es un grupo de interés muy importante para el negocio...



...Que busca fortalecer el vínculo a largo plazo, enfocado en la sostenibilidad mutua.

Hoy nos reconocen como una empresa interesada en su:



Adicionalmente, nos ven como una compañía responsable y transparente en el cumplimiento de las obligaciones. Por ello, velamos porque nuestra interacción se base en los principios y valores que profesamos, así como en el cumplimiento de las políticas de servicio que se han establecido.

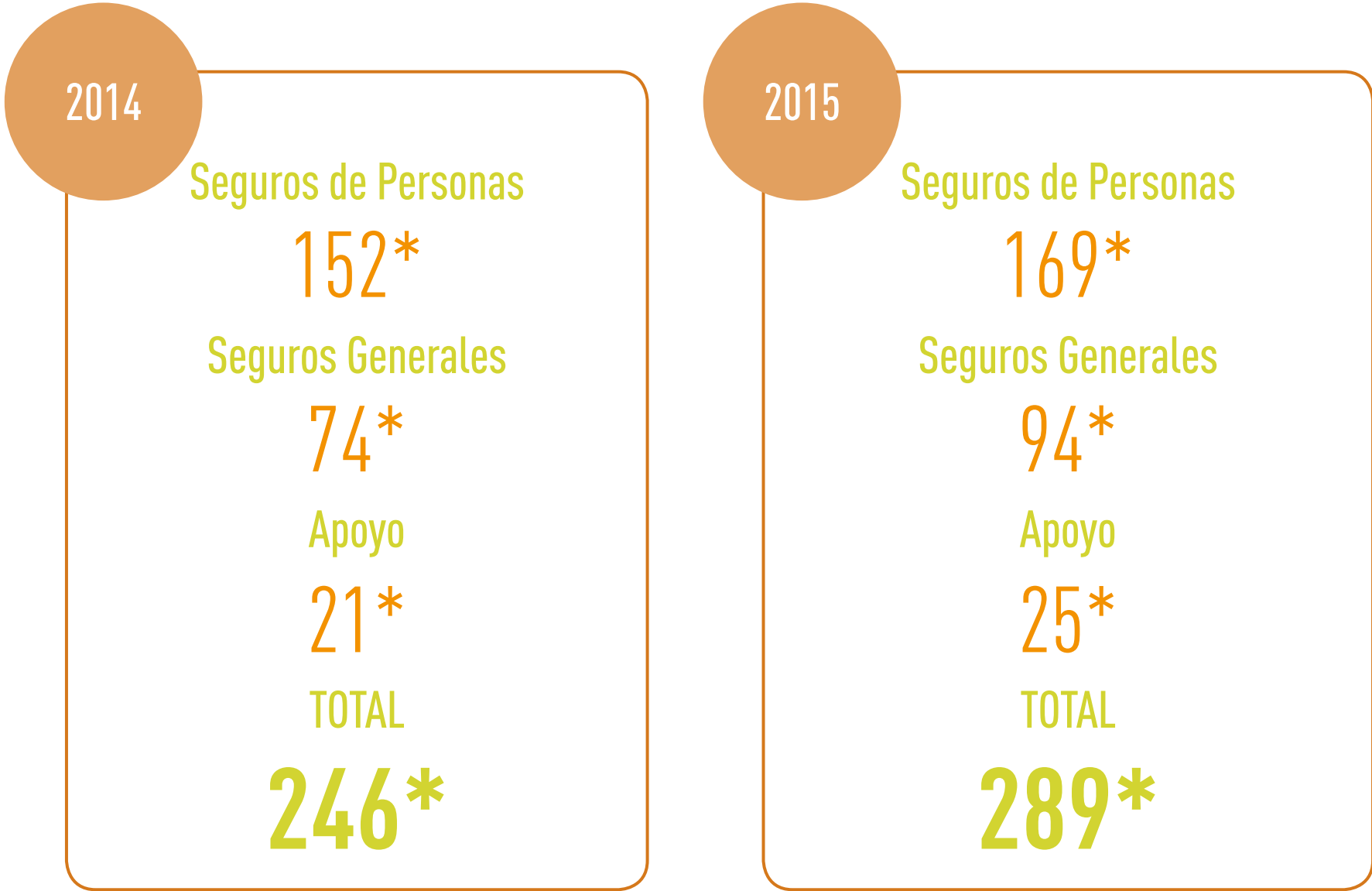
Este año nos enfocamos en un ejercicio interno de reconocimiento e identificación de nuestra cadena de suministro desde la perspectiva de riesgo. En un trabajo sinérgico con el Banco Davivienda se integró su experiencia en la aplicación del análisis de riesgo en la cadena de suministro y el autodiagnóstico que aplicamos en una fase inicial en las aseguradoras.

Esta labor tiene como objetivo definir criterios que nos lleven a administrar la relación con nuestros aliados de forma proactiva y sistemática; por esta razón, no revelaremos el número de aliados ni su cobertura en el país. Los resultados de este ejercicio los veremos reflejados a partir del 2016.

La interacción con la cadena de suministro es uno de los componentes de nuestro compromiso con la sociedad, pues al analizar el impacto que tiene la relación con nuestros proveedores, los pagos representan una proporción sobre las primas recibidas.

En Seguros Personales (Salud y ARL) es el 53,4% y para Seguros Generales es el 17,4%.

Pagos a la cadena de suministro



\* Cifras aproximadas, expresadas en miles de millones de pesos.

Acciones 2015



Este año estandarizamos la gestión de los proveedores asistenciales de servicios de salud para los productos de ARL, Salud y Accidentes Escolares. Esta labor representó:



Unificación del “Procedimiento de Proveedores Asistenciales de Servicios de Salud”.



Consolidación del área de Calidad en Salud, cuyo enfoque inicial contempla el producto de ARL y abarca el seguimiento y evaluación de las instituciones que prestan servicios.



Se llevó a cabo el primer ciclo del “Programa de Auditoría para el Mejoramiento de la Calidad en Salud-PAMEC”, que estableció el “Procedimiento de Auditoría de Calidad en Salud” e indicadores para tener una medición objetiva de los servicios brindados a nuestros asegurados por los aliados más importantes. El PAMEC y el “Procedimiento de Auditoría de Calidad en Salud” se engranan con el Sistema Integrado de Gestión de Seguros Bolívar.



En la ciudad de Bogotá, se realizó capacitación presencial sobre el “Modelo de Atención de ARL” a una base amplia de proveedores asistenciales de servicios de salud y para pólizas de salud. Para este producto, se inició el proyecto de diseño y desarrollo de autorizaciones de servicios de consulta externa vía web, enfocado en la emisión de autorizaciones de consultas médicas, psicología, nutrición, optometría y terapias.



Realización de un estudio de tarifas de mercado en las principales ciudades del país donde se prestan los servicios de promoción y prevención, con el fin de ofrecer condiciones justas y equitativas a nuestros aliados en lo que se refiere al pago de los servicios.

Con los aliados que brindan servicios de promoción y prevención en ARL a las empresas afiliadas, realizamos una revisión y actualización de documentos; dentro de estos la verificación legal, con el fin de mejorar la calidad en la prestación de los servicios.

2

**Implementación de la Unidad de Conciliación de Responsabilidad Civil:** este equipo verificó tiempos de la operación y analizó el número de casos atendidos.

Dentro de los pasos que hemos adelantado para generar mayor tranquilidad a nuestros clientes a través del servicio que nuestros aliados atienden están:



Contamos con un equipo de abogados en las ciudades principales, que efectúan conciliaciones y que buscan mejorar la experiencia del cliente (el conductor implicado, quien va conduciendo el carro en el momento del accidente, y el tercero afectado).

3

**Iniciamos en Bogotá un proyecto en conjunto con Cesvi Repuestos,** de control, gestión y disposición de los repuestos sustituidos en las reparaciones de los vehículos, con el objetivo de aplicar buenas prácticas ambientales de aprovechamiento y disposición final.

4

**Generamos automáticamente los pagos a 23 proveedores de automóviles,** que además de agilizar el proceso de desembolso busca aportar al ambiente, al reducir el volumen de papel utilizado en las facturas.



5

Centralización de servicios y proveedores administrativos

Este año avanzamos en un 90% con el proyecto de centralización, que busca, además de los beneficios económicos logrados mediante el aprovechamiento de las economías a escala y las ventajas competitivas, la mejora en la calidad del servicio, en la disponibilidad de información y en el control interno de la organización.

En marzo, se centralizó la gestión de compras de bienes y servicios de la Fundación Bolívar Davivienda, a quienes hemos brindado apoyo

en todo el proceso de abastecimiento, aliviando así su carga administrativa; eliminamos trabajos repetitivos en la relación con el proveedor, como: selección, administración de la relación, definición de acuerdos de nivel de servicio y trámite de pagos, procesos que conllevaban mucho tiempo.

En este paso conservamos a los proveedores con los que se venía trabajando. Por esta razón, valoramos especialmente a aquellos que tuvieran una amplia presencia geográfica, y como resultado de esta alianza ampliamos su mercado, pues muchos de ellos empezaron a trabajar con otras compañías del Grupo.



En la gestión administrativa realizamos una depuración de todas las formas de papelería, que representó un impacto positivo a nivel ambiental y financiero.



Con relación al proyecto de Gestión de compras verdes, durante el 2015 realizamos un estudio comparativo con algunas compañías referentes en esta materia, para conocer sus prácticas y determinar su aplicación en nuestra Compañía. Así mismo, asistimos a varios seminarios, como “Cadena de Suministro Responsable” y “Liderazgo Empresarial para el Consumo Sostenible”, dando lugar al replanteamiento del proyecto que trabajaremos como Gestión de Compras Responsables para integrar elementos no solo ambientales, sino también sociales.

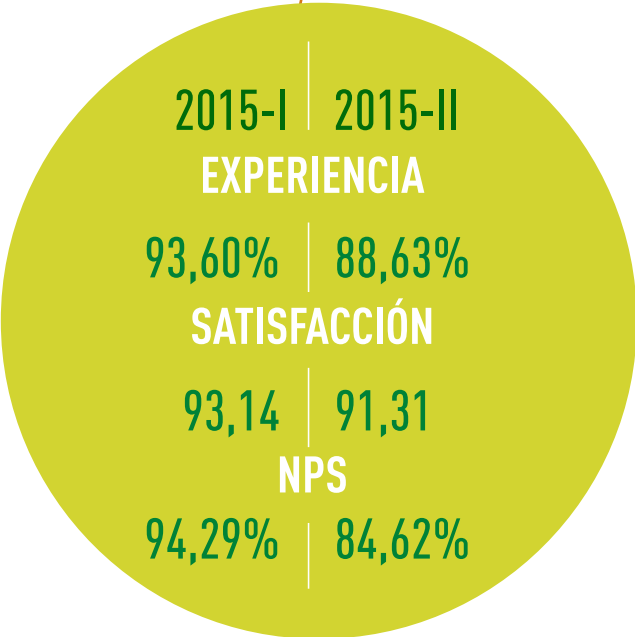
# Medimos la satisfacción sobre el servicio del proveedor

Para lograr una mirada integral del contacto que tenemos con clientes, evolucionamos en el modelo de evaluación de satisfacción y experiencia para conocer la calidad del servicio prestado por los proveedores. En general, esta información aporta al proceso de gestión de aliados y actúa como una herramienta que soporta la evaluación de estos, apoyando el cumplimiento de la oferta de valor de la Compañía.

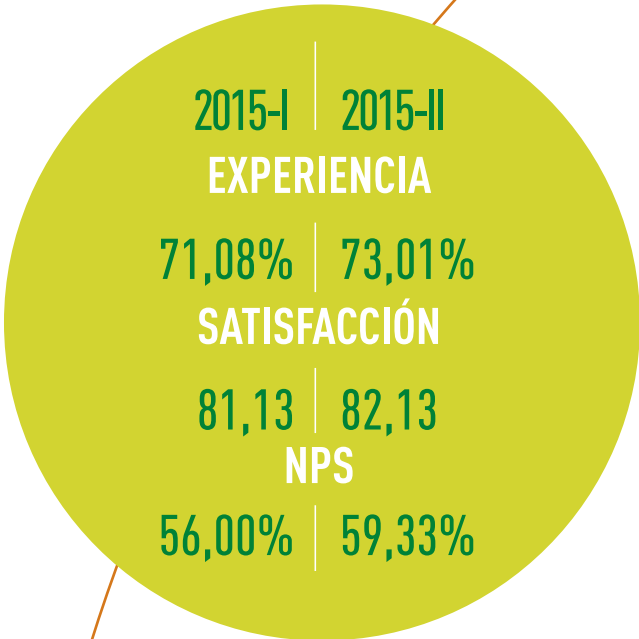
Los siguientes resultados muestran la evaluación de interacciones que brindan información relevante para analizar el desempeño de nuestros aliados:

I: Primer semestre  
II: Segundo semestre

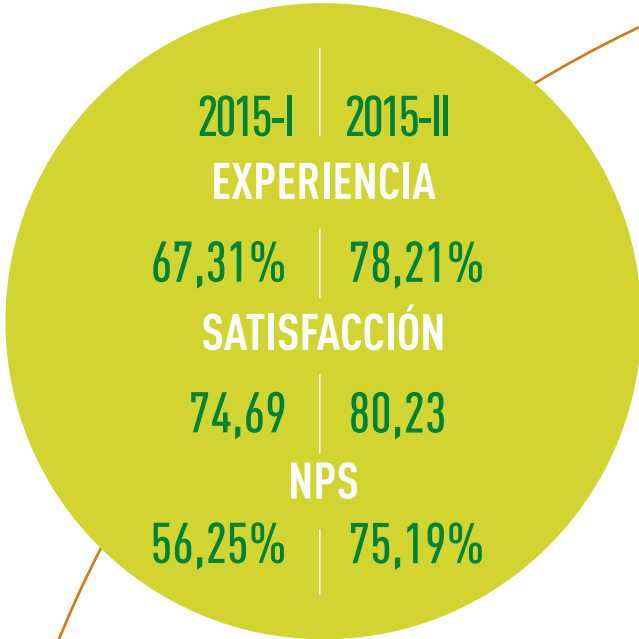
## Inspecciones autos



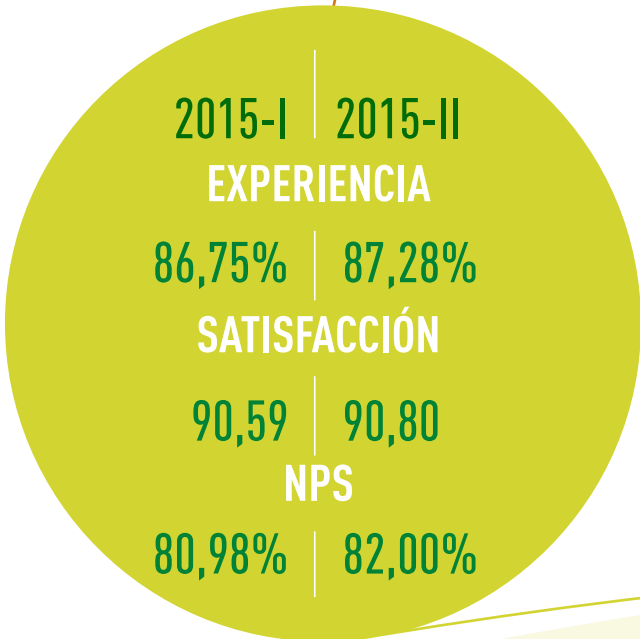
## Indemnizaciones hogar



## Urgencias ARL



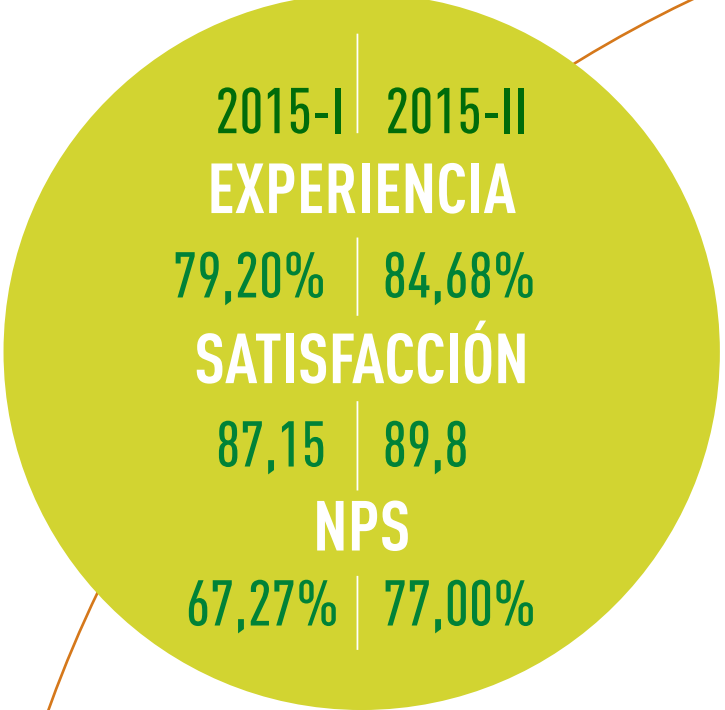
## Clientes proveedores de salud



Indemnizaciones autos



Medicina preventiva



Urgencias salud



Talleres



Evaluación

Proveedores

En el 2015 terminamos la fase experimental, que se inició en el 2014, para la identificación de impactos ambientales y sociales en el negocio destinada a la cadena de suministro y que incluyó a 29 proveedores. Durante los 8 meses de aplicación, nos permitió identificar aspectos que se deben trabajar para lograr una implementación exitosa del modelo a mediano plazo.

De este primer ejercicio de acercamiento con los proveedores, consideramos importante su segmentación clara y enfocada hacia el análisis de riesgos, así como una presentación a los aliados críticos que facilite el aprendizaje en doble vía. Para su formalización, incluiremos a los aliados que tienen una relación directa con la operación del negocio; para ello, en el 2016 estaremos realizando un piloto, ejecutado por un equipo sinérgico interdisciplinario.

I: Primer semestre  
II: Segundo semestre

Proveedores administrativos

Continuamos con la verificación ambiental de forma documental y en campo para identificar los impactos al ambiente que pueden tener los productos y servicios que adquirimos.

Visitamos a los proveedores que tienen mayores riesgos ambientales como parte del servicio que prestan o el producto que generan. Entre estos se encuentran diversos sectores, como:



Gestión de residuos



Cocinas industriales



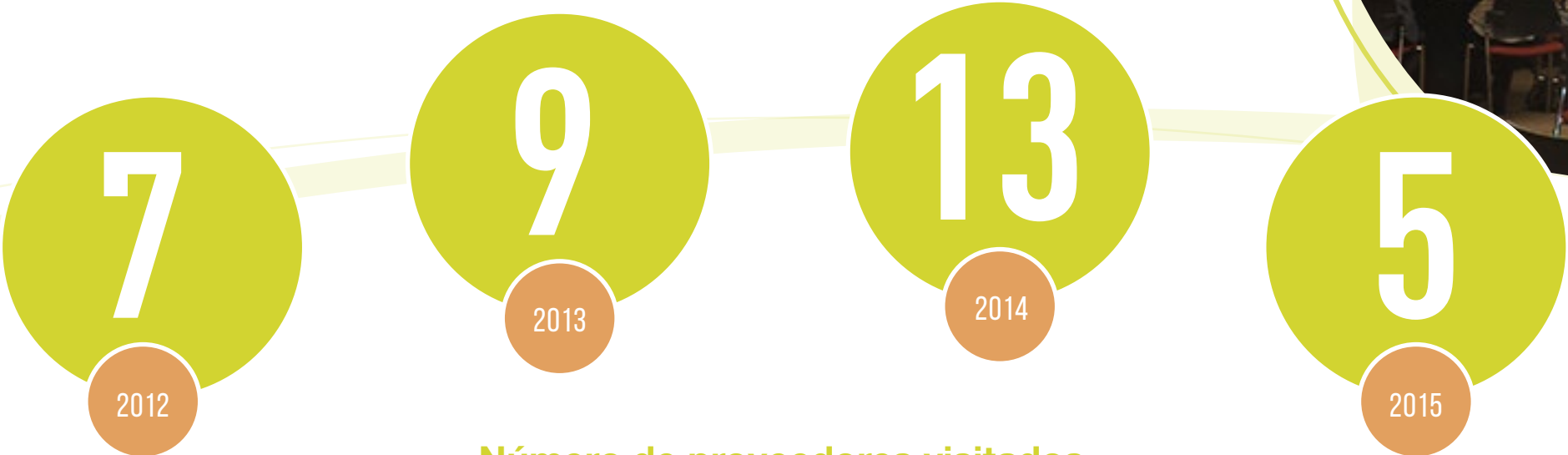
Mantenimiento de instalaciones



Laboratorios de productos de aseo

En la visita validamos, en conjunto con nuestro proveedor, el cumplimiento de requisitos legales ambientales, prevención de emergencias ambientales, criterios de selección de proveedores y su gestión ambiental en general. Es importante comentar que este año modificamos el esquema de visitas para implementar un ciclo

cada dos años, facilitando hacer visitas a nuevos proveedores y seguimiento a aquellos que ya conocemos. De esta manera disminuimos el número de desplazamientos, que se reflejará en nuestra huella de carbono y en la optimización de recursos.



Número de proveedores visitados



Como complemento de este proceso de evaluación, llevamos a cabo:

# Jornadas de capacitación en las ciudades de



centradas en el manejo de residuos peligrosos y en las que participó personal de nuestros proveedores que trabajan en temas como aires acondicionados, mantenimiento general en las oficinas, servicios generales, entre otros servicios especializados.

## Los temas abordados fueron

-  Transporte de sustancias peligrosas.
-  Clasificación y segregación de los residuos sólidos.
-  Almacenamiento, etiquetado y embalaje de los residuos peligrosos.

Finalmente, adelantamos un Manual de Compras Verdes, para tener en cuenta criterios ambientales a la hora de escoger un producto o servicio que se requiera. El reto para el 2016 es divulgar este documento.



# Productos responsables

Para nuestra Compañía tiene un gran sentido diseñar productos y servicios responsables, pues el objeto de nuestro negocio es brindar tranquilidad en todas nuestras ofertas de valor.

Para generar estos productos es necesario tener en cuenta que una oferta responsable debe satisfacer las necesidades de los clientes y además tener componentes significativos en los aspectos sociales y ambientales a lo largo del ciclo de vida, es decir, en la construcción del producto, su venta y una vez que sea adquirido.

Pensar en nuestros clientes requiere un balance entre los aspectos económico, ambiental y social y así lograr integrar en el diseño criterios como:



Nuestros productos responsables  
en sinergia con el Banco Davivienda

Seguro Agrícola

Protegemos los cultivos contra eventos climáticos que no puedan ser controlados por el agricultor. Se asegura un porcentaje de los costos de producción y se indemnizan los kilos perdidos por efectos climáticos, como: déficit de lluvia, exceso de lluvia, inundación, avalancha, deslizamiento, granizo, vientos fuertes, helada y erupción volcánica. El objetivo social es proteger la inversión de nuestros clientes frente a fenómenos climáticos adversos: permite la continuidad del negocio y estimula la inversión en el sector agropecuario. Contamos con 53 riesgos asegurados para estos clientes.



24  
ASEGURADOS

25  
ASEGURADOS



Renta diaria por hospitalización

Damos tranquilidad al contar con una renta para los gastos adicionales que surjan en caso de una hospitalización por accidente. Buscamos mitigar la reducción de ingresos y cubrir los posibles gastos adicionales debido a una hospitalización, para el asegurado y también para todo su núcleo familiar.

Protección de pagos  
y momentos de vida

Generamos tranquilidad en caso de desempleo involuntario, hospitalización o incapacidad, para cubrir sus cuotas de créditos y así no afectar su patrimonio. Además, acompañamos a nuestros asegurados en los momentos más importantes de su vida, dándoles tranquilidad con una suma adicional de libre destinación.



16.104  
ASEGURADOS

# 2.465

## FAMILIAS ASEGURADAS



### Microseguro de vida

Este seguro protege a la población incluida en el programa del Gobierno Nacional “Familias en Acción”. A través de este seguro buscamos disminuir el riesgo de aumentar la línea de pobreza cuando fallece la cabeza de la familia.

### Protección patrimonial

Brindamos tranquilidad frente a una práctica criminal en la que los clientes que retiran dinero en efectivo sean asaltados a mano armada por individuos en vehículo o motocicleta.



# 201.247

## ASEGURADOS



### Billetera Mujer

Es una cobertura (sin costo) para las mujeres aseguradas en el Seguro Bolso Mujer, que las protege en caso de hurto de su billetera.

# 72.398

## ASEGURADAS

5

CLIENTES

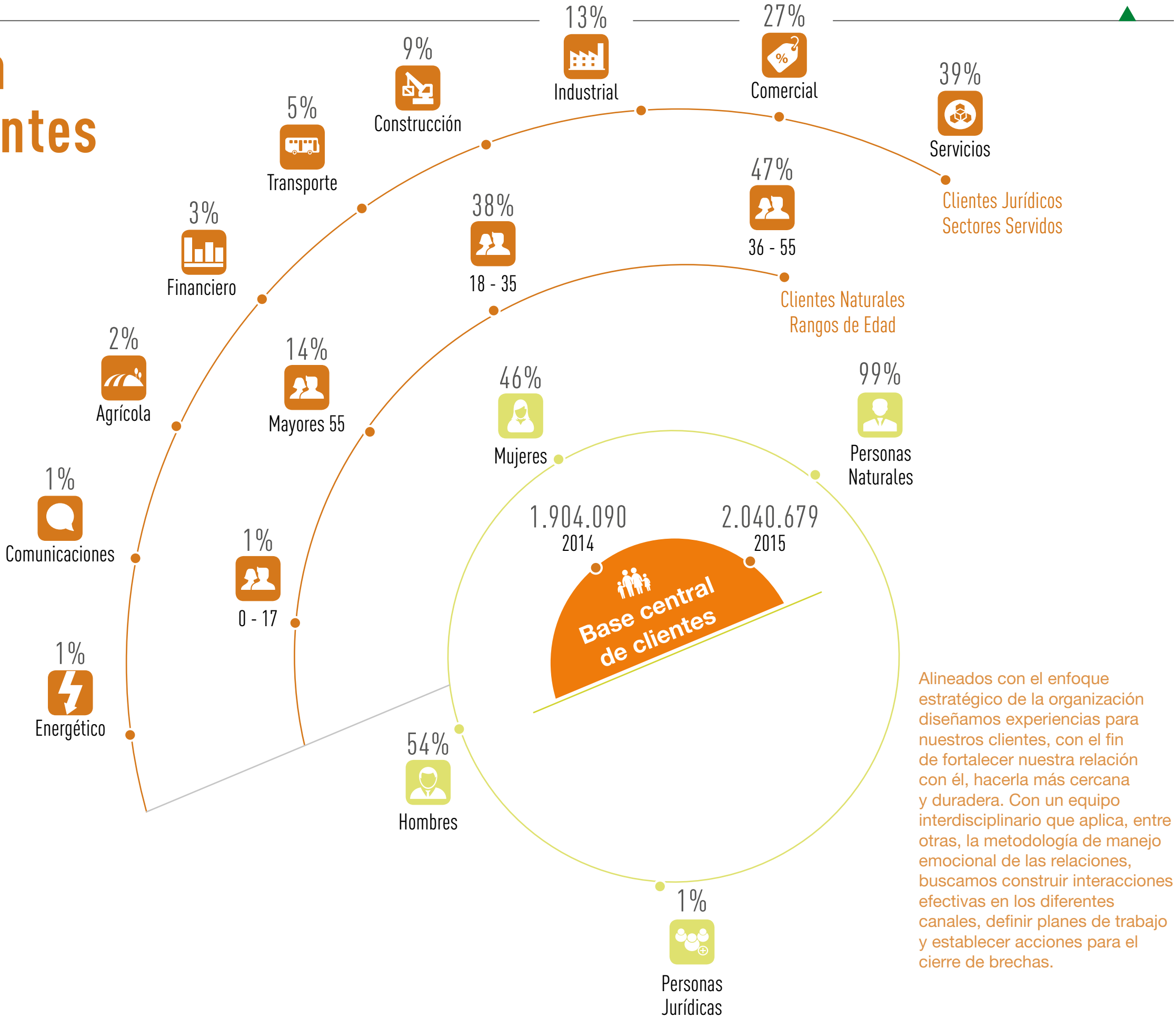
# Administración de la relación con los clientes

Durante el 2015, la Compañía se enfocó en el ciclo de relacionamiento con el cliente, a través de la construcción de modelos analíticos que de manera progresiva permiten gestionar al cliente durante su ciclo de permanencia con la Compañía.

Estas actividades buscan, entre otros aspectos:

- Diseñar un portafolio de productos atractivos e innovadores que se ajusten a las expectativas, al entorno y al momento de vida del cliente.
- Identificar canales que sean más efectivos para la presentación de ofertas de valor, comunicación y atención.
- Diseñar servicios y experiencias que despierten emociones positivas en los clientes.

Este año efectuamos una revisión detallada de la información de nuestros clientes, razón por la cual verán reflejado un ajuste en el número de clientes, y la cifra se expresará en dos grupos: **el primero a partir de la información de nuestra base central de clientes y el segundo de forma específica para el producto de Deudores**, donde encontramos una diferencia con respecto a las cifras presentadas el año anterior:





## Estudios de experiencia – Voz del cliente

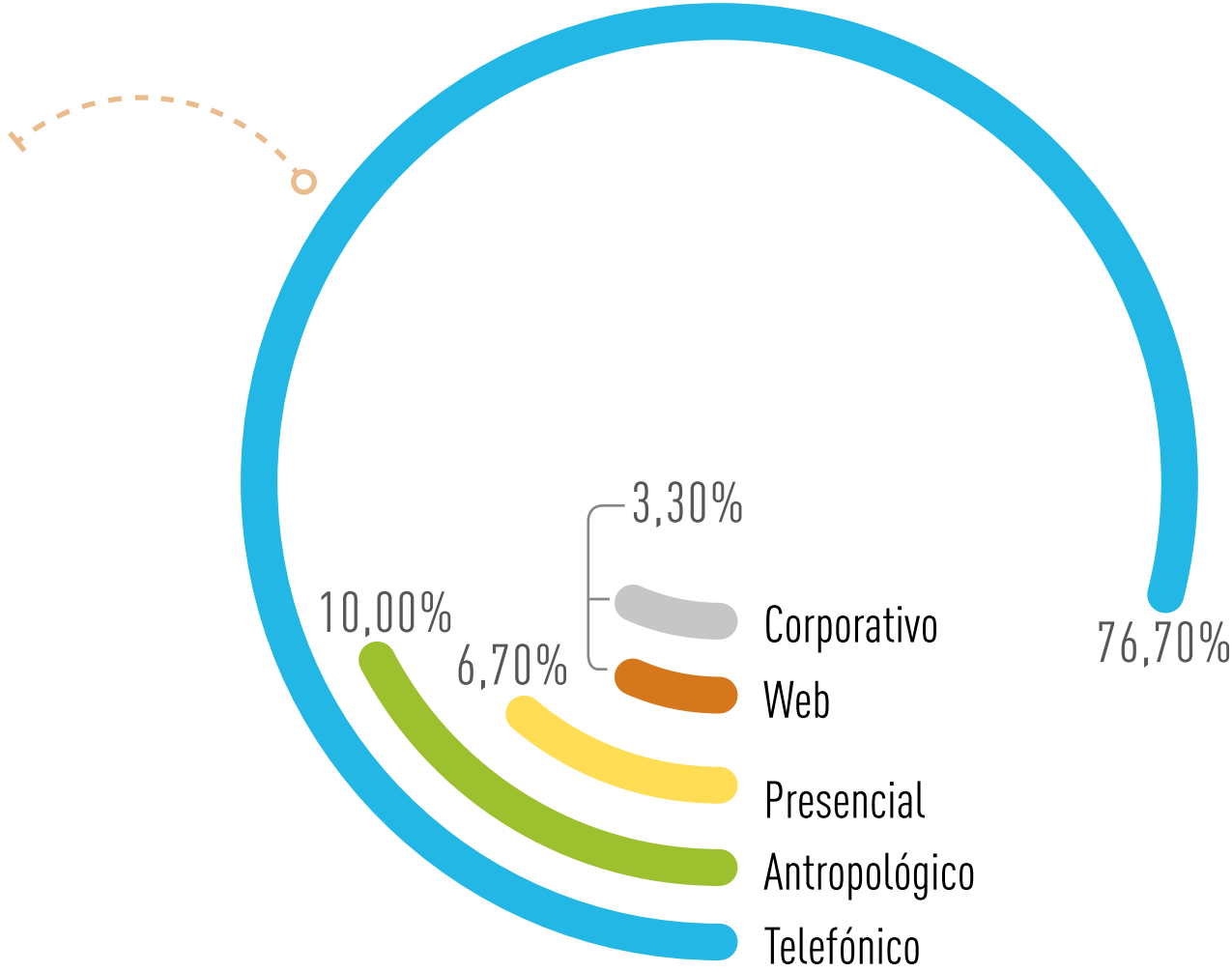
Conocer la opinión de nuestros clientes, asesores e intermediarios es el eje central para transformar su experiencia de servicio. Se evalúa la calidad percibida frente a la prestación de los servicios ofrecidos por la Compañía en los diferentes canales, posteriormente se comparte la información en todos los niveles de la organización, invitando a los líderes a comprometerse con acciones concretas en pro de la mejora, a partir de datos estadísticamente representativos y antropológicamente respaldados.

Formamos 144 diseñadores de experiencia de las áreas técnicas en los diferentes productos y áreas de contribución para brindar cobertura en el conocimiento de la metodología de diseño.

En el transcurso del 2015 ejecutamos

**30 estudios**

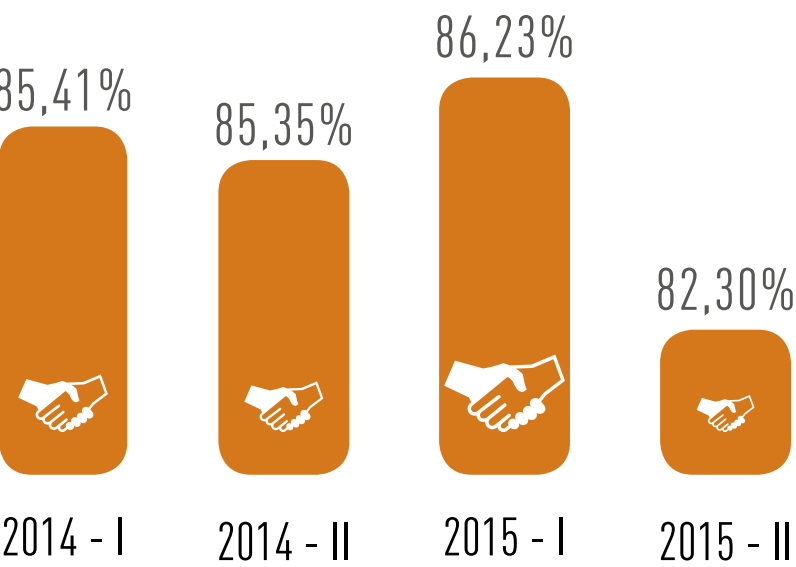
de experiencia. Su distribución por tipo de canal es la siguiente:



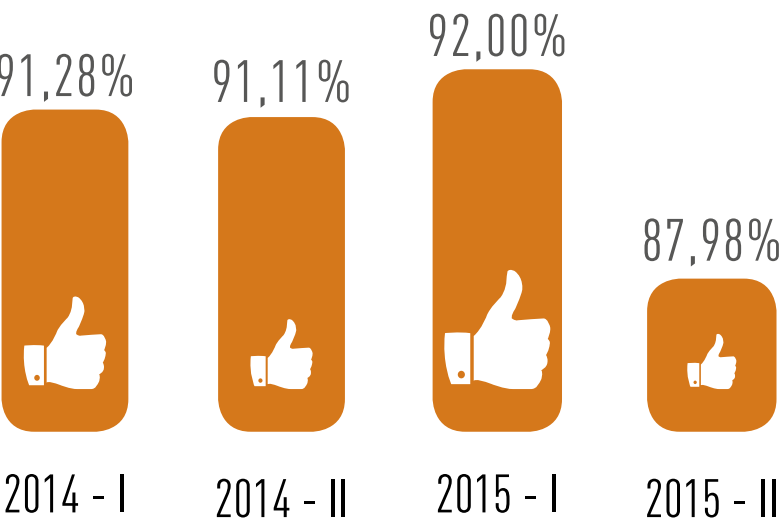


Dado que cada uno de los estudios ejecutados debe poseer una muestra estadísticamente representativa, en total **durante el 2015 fueron contactados 11.374 clientes**. El desempeño general de la experiencia de nuestros clientes naturales y corporativos se comportó de la siguiente manera:

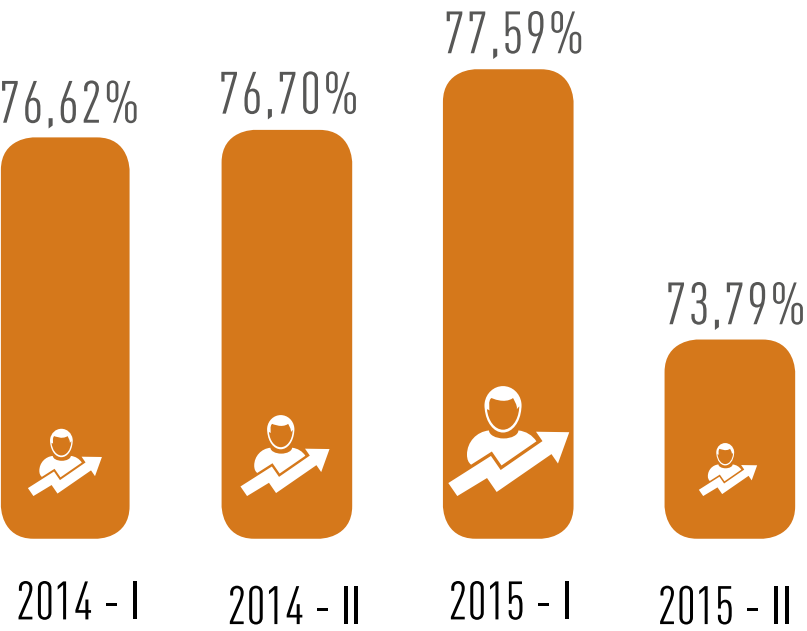
Experiencia clientes naturales y corporativos



Satisfacción clientes naturales y corporativos



Recomendación clientes naturales y corporativos



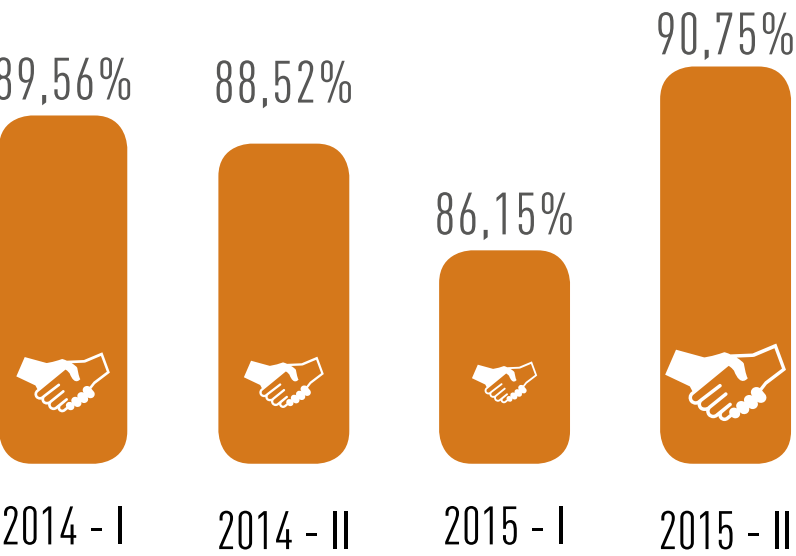
Al analizar los datos vemos una importante caída del índice de experiencia del cliente, que combina los indicadores de satisfacción y recomendación (NPS), lo cual se explica por la decisión de medir los procesos que consideramos controlados de manera anual y no semestral, enfocándonos en las interacciones que actualmente presentan más

desafíos con relación a la experiencia del cliente. Para el segundo semestre del 2015 se toma la decisión de no medir la experiencia de los clientes que visitan nuestras oficinas, a partir de la tendencia histórica de los indicadores de dicho estudio. Este aspecto impacta entonces el desempeño del indicador de experiencia de la Compañía.

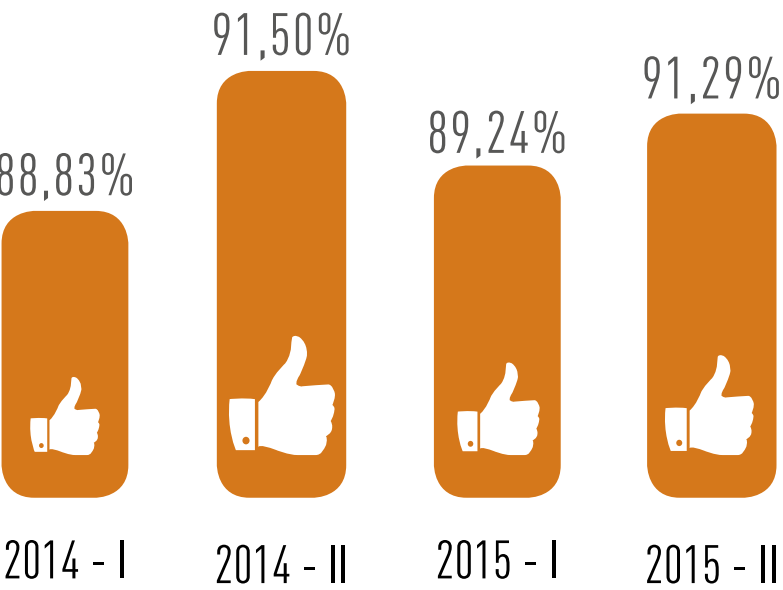
De la misma manera evaluamos la experiencia comercial de nuestros asesores y directores comerciales, que para este año solo evaluó el canal de Área Comercial Especializada, obteniendo los siguientes resultados:

Asesores y Directores Comerciales:

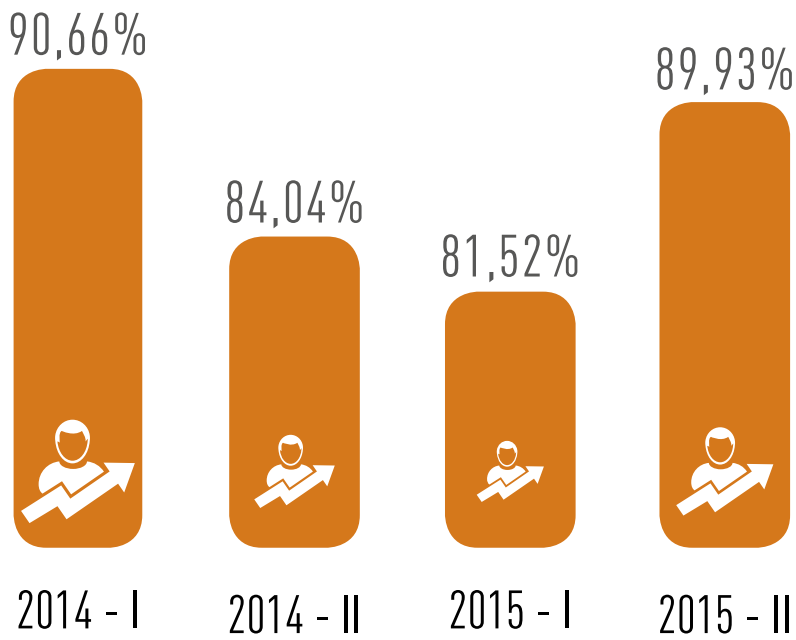
Experiencia



Satisfacción



Recomendación



Dada la poca variación de los resultados en semestres anteriores y con la intención de evaluar el nuevo canal de Socio Empresario, para la Fuerza Tradicional de asesores, se decidió realizar un estudio antropológico en las oficinas de Bogotá, Medellín y Barranquilla, y nos arrojó un informe cualitativo que enriquece la toma de decisiones en la mejora continua.

(Periodicidad: semestral)





De manera general, las principales fortalezas identificadas con base en la voz del cliente son:

- Servicio amable y respetuoso por parte de los funcionarios de la organización.
- Buena atención y conocimiento de los asesores para resolver dudas e inquietudes.
- Respaldo de la marca en los momentos de verdad que vive el cliente.



Los desafíos que se deben superar están enfocados en:

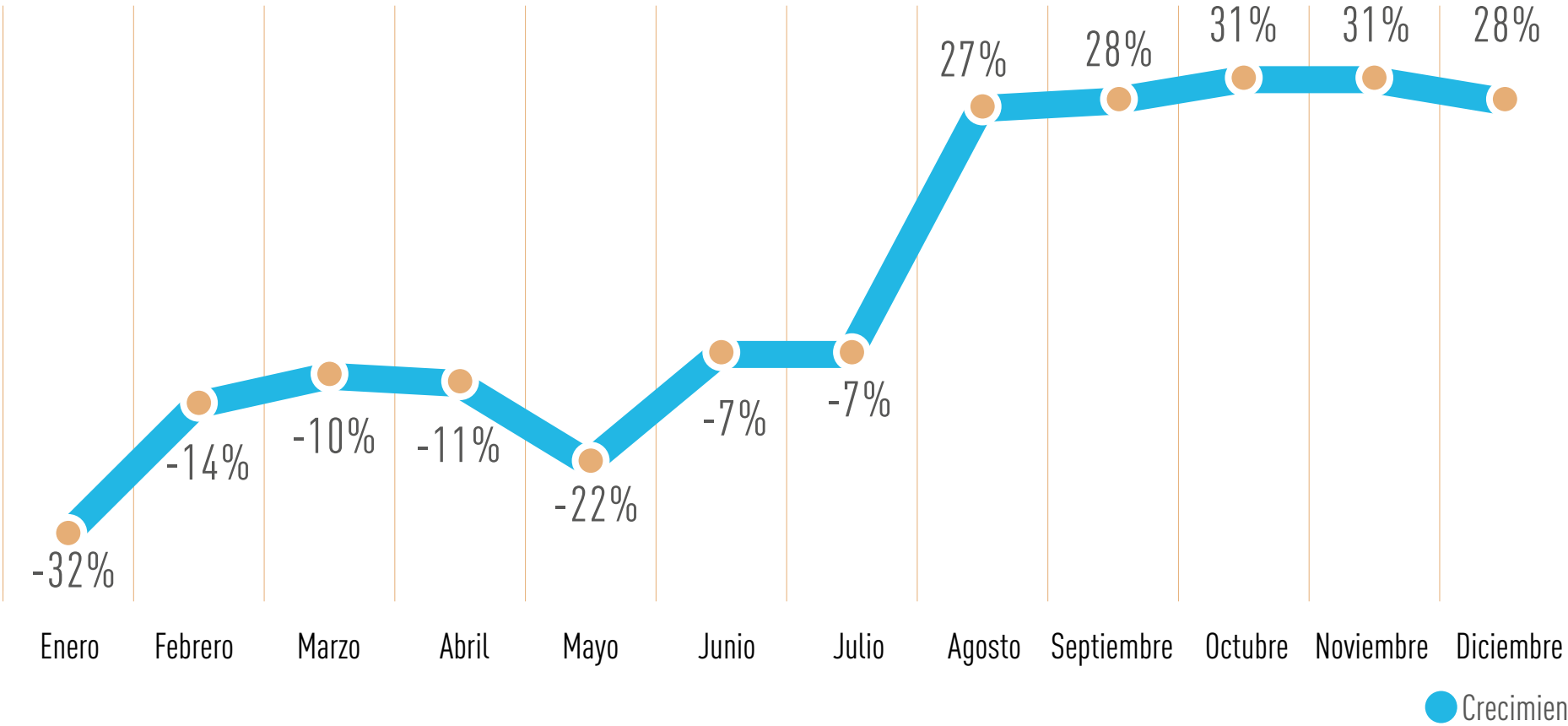
- Información más clara y completa, especialmente al momento de la venta de los diferentes productos.
- Oportunidad en la entrega de las pólizas, bien sea a través de medios digitales o físicos.
- Fortalecer el acompañamiento que se realiza una vez que el cliente adquiere cualquiera de nuestros productos, para mejorar el proceso posventa.
- Facilidad para comunicarse con la Compañía, a partir de los canales dispuestos para este fin.



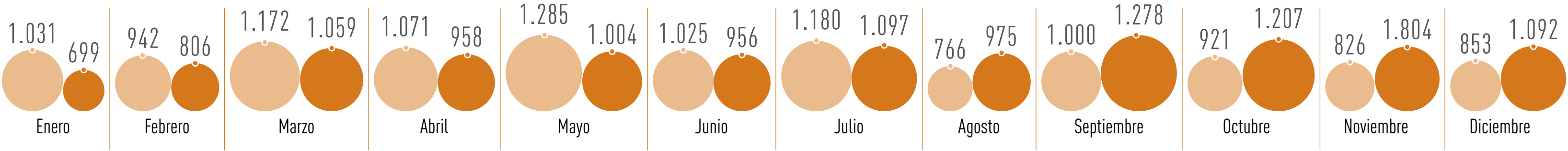
Quejas y reclamos

Evolucionar en el proceso de atención de quejas y reclamos enriquece el diseño y la transformación de la experiencia de nuestros clientes. En el último año incorporamos un espacio desde la alta dirección, que busca identificar, analizar, mejorar y hacer seguimiento a los resultados de nuestras quejas y reclamos, para abordar de manera transversal los malestares del cliente en la atención de los diferentes productos y servicios.

Quejas totales por mes  
2014 vs. 2015

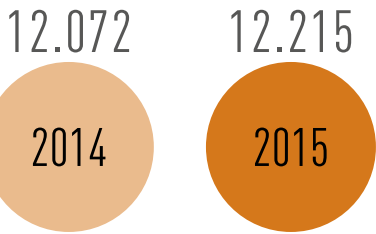


Número de quejas por mes  
2014 vs. 2015



En el primer semestre se observa una disminución respecto a las cantidades recibidas en el 2014. Para el segundo semestre se presenta un incremento en quejas y reclamos, debido a la ampliación de la operación que atiende los servicios de los productos de venta masiva.

Número de quejas totales



Fuente: Siebel.

El aumento que se evidencia en la gráfica anterior se explica en gran parte por las siguientes razones:



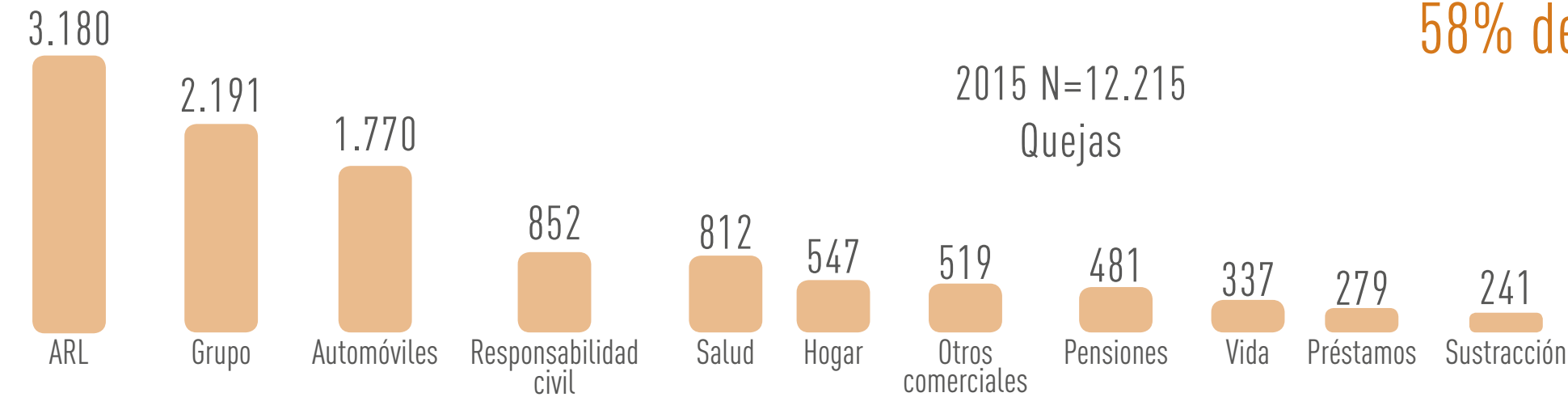
El ramo ARL vivió un proceso de cambio estructural, lo cual generó algunos desafíos frente a la atención del cliente, los cuales se encuentran actualmente solucionados.



En el ramo Automóviles las demoras en la consecución de repuestos por disminución de *stock* en los importadores, debido al alza del dólar, fue un factor importante para el aumento de las quejas.

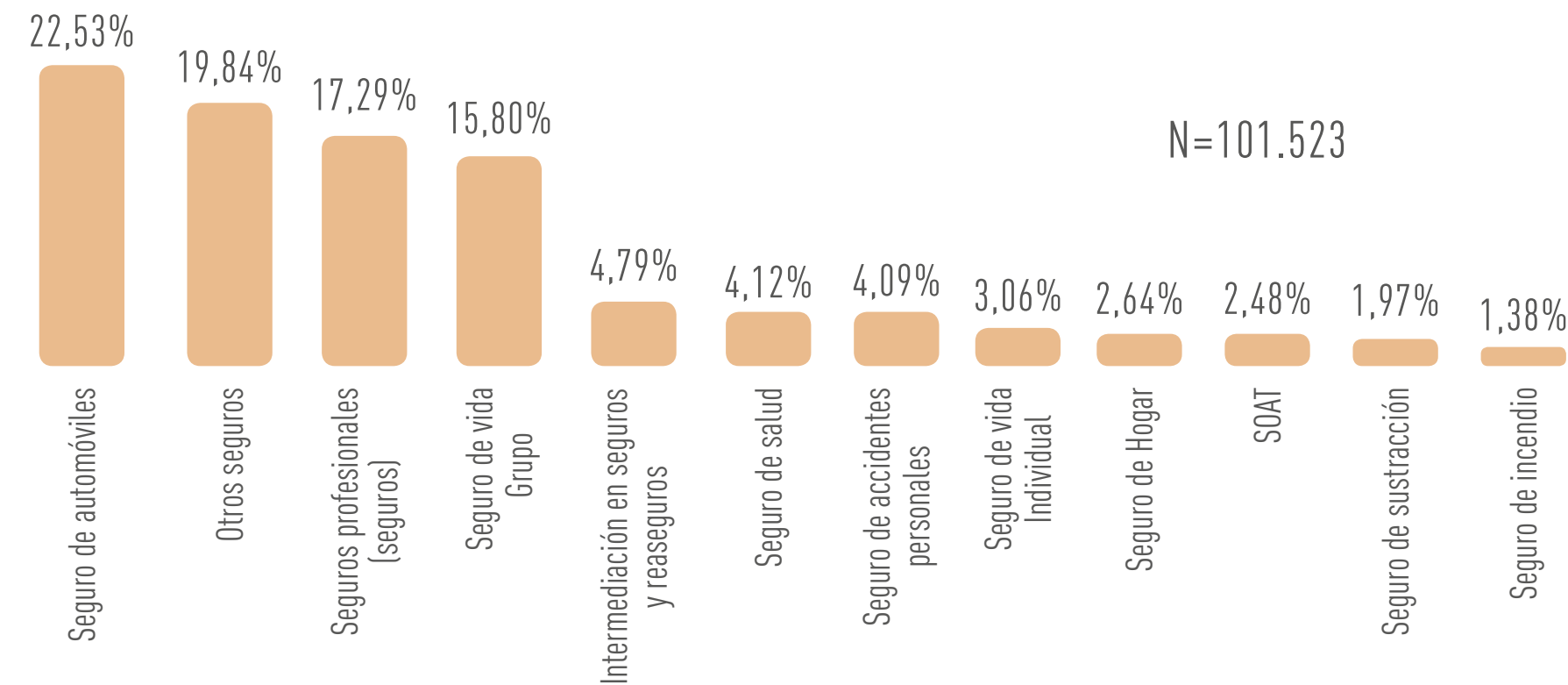
Al segmentar el total de quejas y reclamos en los distintos ramos que operan en la Compañía se hacen evidentes los factores anteriormente expuestos. Es así como la ARL, Vida Grupo (productos de colocación masiva) y Automóviles acumulan el 58% de las inconformidades totales.

Quejas totales por ramo 2015



Es así como la ARL, Vida Grupo (productos de colocación masiva) y Automóviles acumulan el 58% de las inconformidades totales.

Quejas totales mercado por ramo a septiembre del 2015

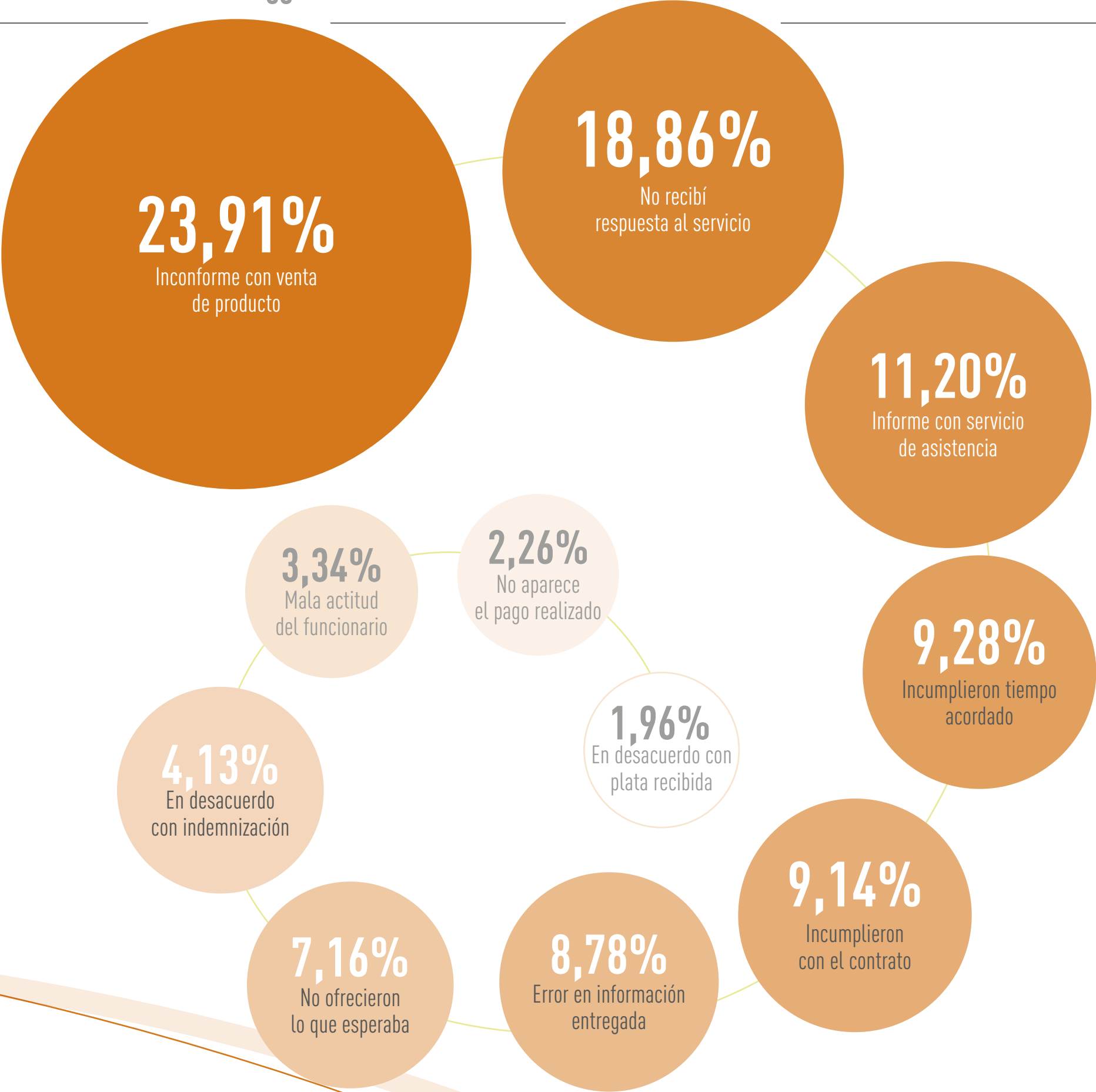


Los ramos más impactados son los de Automóviles, ARL y Vida Grupo; la Superintendencia Financiera reporta un 19% de otros seguros que discrimina en su informe.

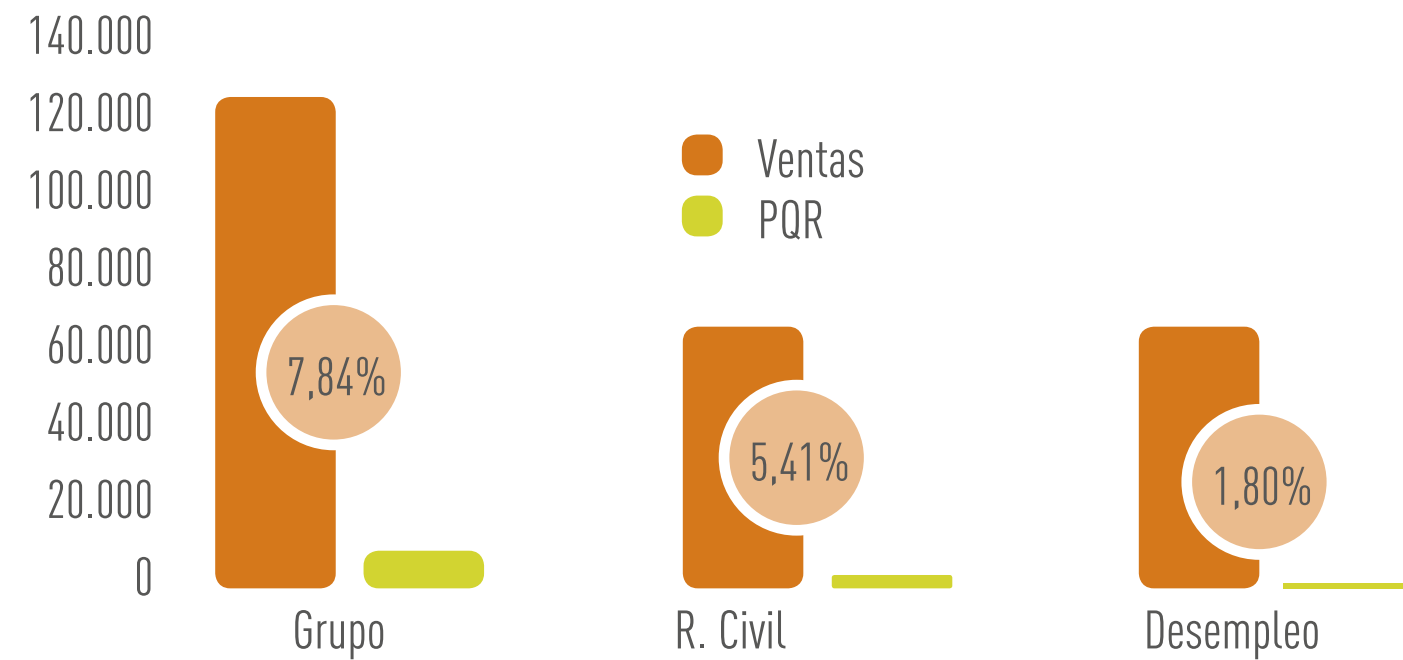
Si se comparan las dos gráficas, se evidencia cómo el comportamiento de las quejas en Seguros Bolívar es muy similar al del mercado, lo cual muestra que los ramos más impactados son los de Automóviles, ARL y Vida Grupo; la Superintendencia Financiera reporta un 19% de otros seguros que discrimina en su informe.

Las causas más frecuentes por las que se quejan nuestros consumidores financieros están relacionadas con falta de información en el momento de la venta, que permita entender con toda claridad el seguro, así como falta de respuesta al cliente en el proceso de prestación de servicio.

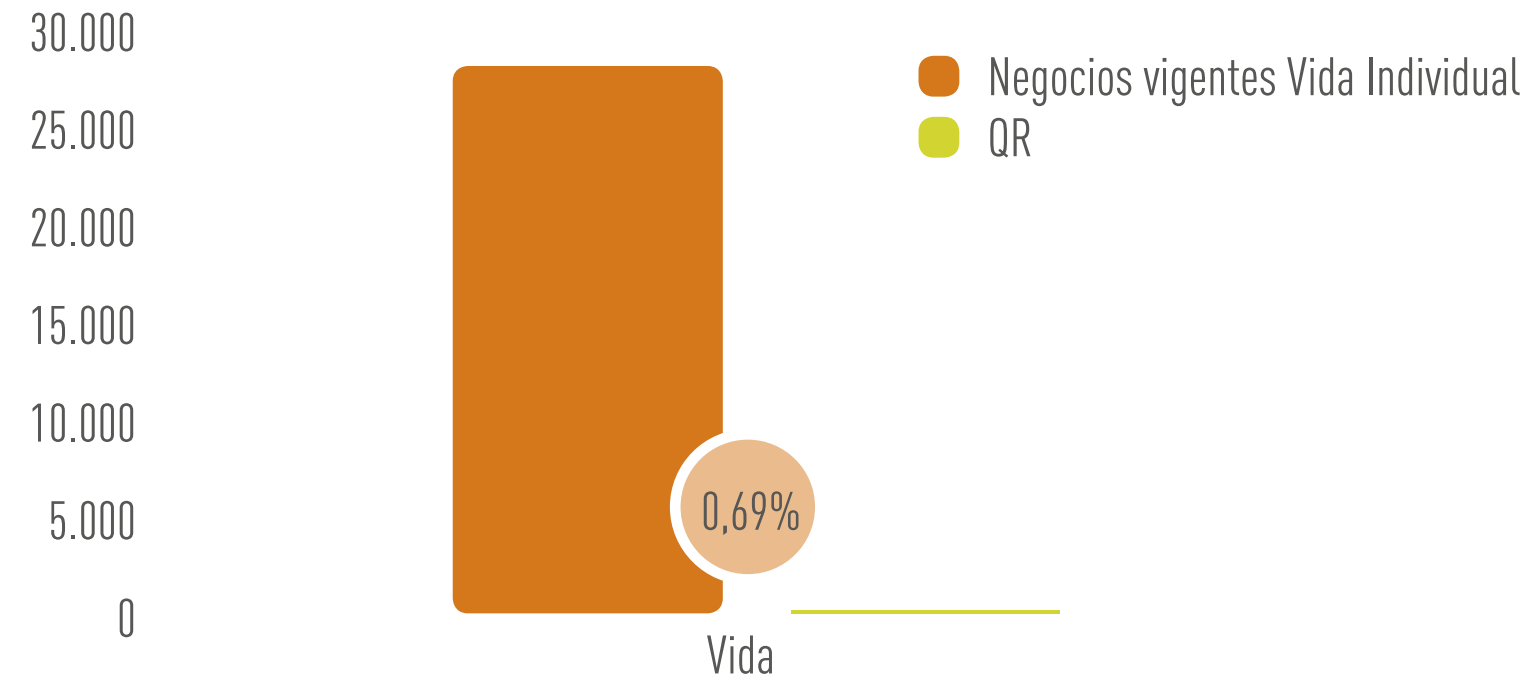
Al ahondar en este análisis, se encuentra que los procesos que reportan un mayor número de inconformidades e impactan en mayor magnitud el desempeño de los ramos expuestos son: la venta, principalmente de aquellos productos de colocación masiva, como Vida Grupo, Responsabilidad Civil y Desempleo; la administración del negocio para Vida Individual, y la indemnización u objeción de los siniestros reportados en el caso de ARL, Automóviles, Hogar y Salud. Estos tres procesos acumulan el 81,2% de las quejas y reclamos recibidos.



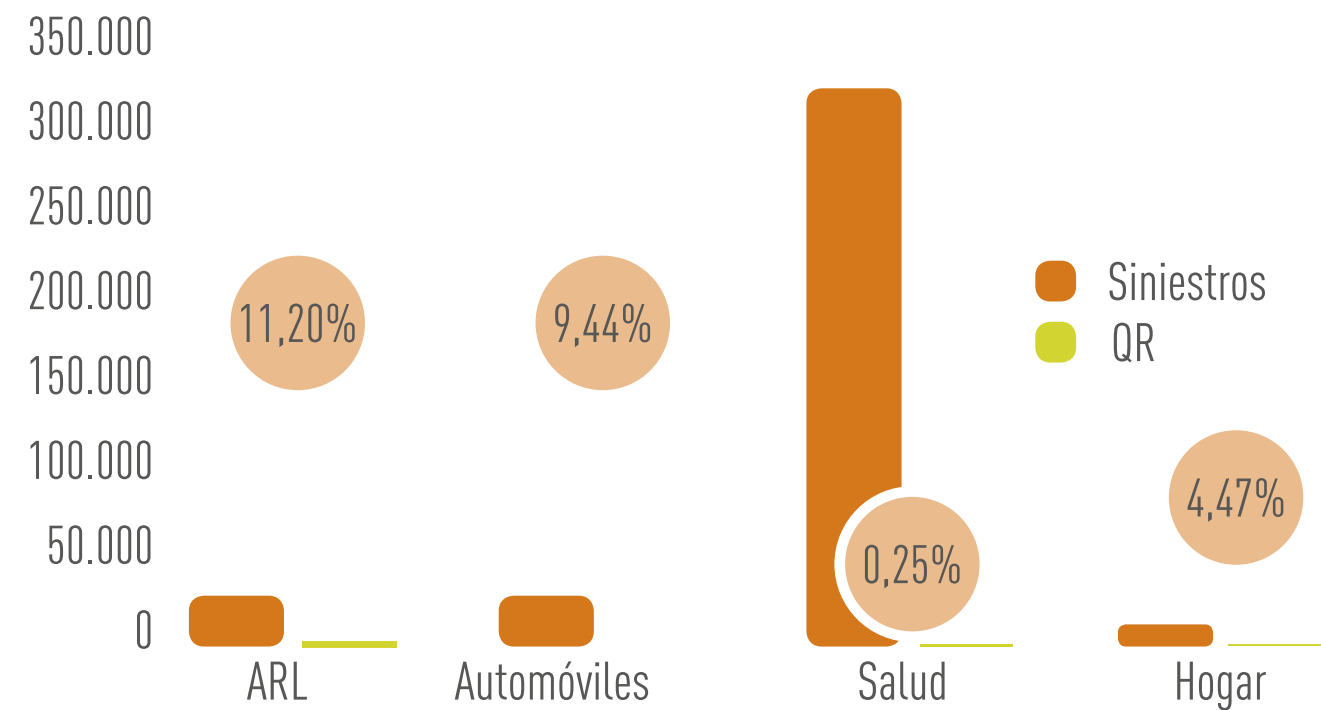
Proceso de venta vs. QR



Proceso de administración de negocio vs. QR



Proceso indemnizatorio Vs.QR

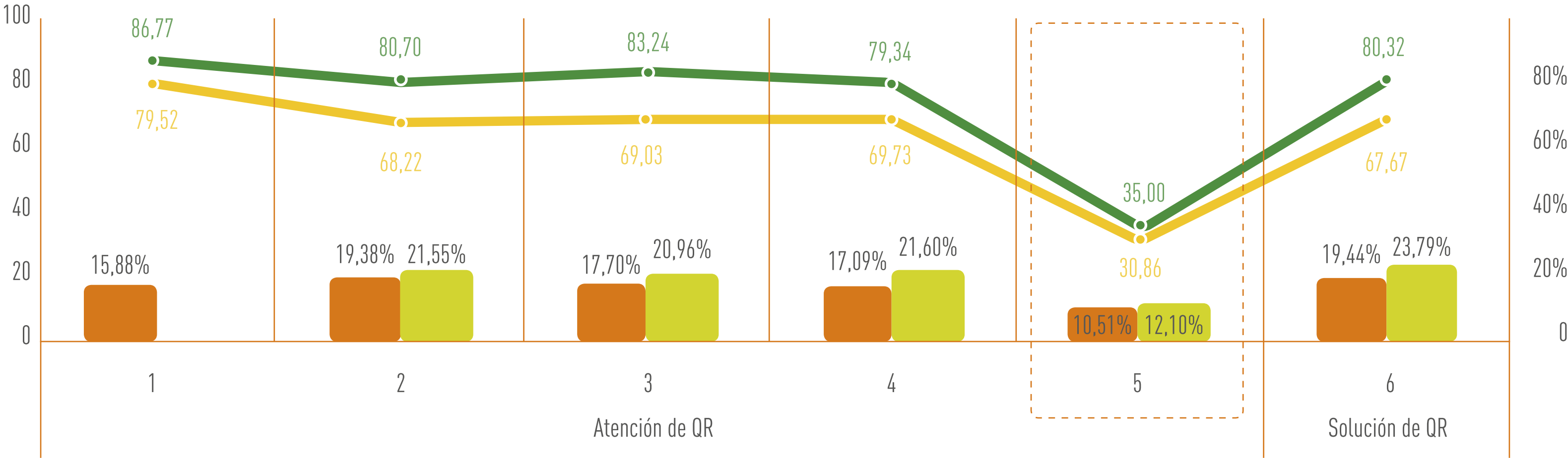


Adicionalmente, con el estudio de experiencia en el proceso de quejas y reclamos, se identificó que es necesario trabajar en contactar a nuestro cliente e informarle sobre el atraso de su queja, acordando un nuevo tiempo de respuesta. En general, se observa que hay una mejor experiencia del cliente cuando su inconformidad es atendida en el primer contacto, por lo que hemos decidido enfocar nuestros esfuerzos en resolver la mayoría de sus requerimientos en la primera línea.





Pasillo del cliente - Estudio de experiencia.



A partir de la gestión realizada y teniendo en cuenta la información estadística, la Compañía actualmente se encuentra en la ejecución de un plan de acción que permita que el proceso de radicación de una inconformidad, y su respectiva resolución, sea un momento mucho más sencillo y amigable para el cliente, despertando de este modo confianza, no solamente frente a la interacción vivida, sino con la Compañía en general.

- 1. Amabilidad por parte de la persona que lo atendió.
- 2. Información clara y suficiente respecto al estado de su queja o reclamo.
- 3. Información sobre el tiempo estimado de respuesta de su queja o reclamo.
- 4. Cumplimiento en el tiempo acordado en su primer contacto.
- 5. Información sobre la causa del atraso y entrega de un nuevo tiempo promedio de solución.
- 6. Solución a cada una de sus inquietudes e inconformidades

- Impacto
- Esfuerzo
- Primera línea
- Segunda línea

De este modo, los esfuerzos se han volcado hacia una radicación ágil y eficiente, para lograr una solución inmediata en el 90% de los casos. Todo este proyecto se basa en el empoderamiento de los funcionarios que interactúan con el cliente en su primer contacto con la Compañía y en una simplificación de los procesos dentro de la misma.

A través de la integración de todos los actores responsables y un trabajo en equipo proactivo, la meta es conseguir un proceso que demuestre un verdadero enfoque hacia el cliente y evidencie una auténtica relación de prevención y acompañamiento de este.

Otro aspecto relevante en la relación con nuestros clientes es el cuidado de su información, para responder a este propósito y cumplir con las disposiciones de la Superintendencia de Industria y Comercio mediante la guía de Responsabilidad Demostrada. Seguros Bolívar, con el compromiso de la alta dirección, trazó un amplio plan de trabajo que busca aumentar los estándares de protección a la información desde que el dato ingresa a la Compañía, hasta que finaliza su tratamiento.

El reto es lograr una cultura de respeto a la protección de datos personales en toda la organización, que se traduzca en el cumplimiento de todos los principios consagrados en la Ley 1581 de Protección de Datos Personales.



Reforzando todas las medidas de seguridad existentes.

## Fidelización

Dentro de la estrategia de fidelización, continuamos generando experiencias que fortalecen la relación con nuestros clientes y les permite vivir los valores de la marca, en especial la vocación de cuidado.

Mantenemos el modelo de identificación de oportunidades a través de una comunicación personalizada durante cinco etapas de contacto.



Cada interacción nos permite conocer, analizar y gestionar de forma más profunda el comportamiento, las necesidades y preferencias de nuestros clientes.

Estamos convencidos de que conociéndolos más y mejor, aumentará la posibilidad de establecer una relación estrecha con cada uno de ellos.

La fidelidad se gana día tras día honrando la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros. ¡Con pequeñas acciones podemos lograr grandes cosas!

Las experiencias que ofrecemos a los clientes tienen como objetivo brindarles otras opciones para interactuar con nuestra marca, independientemente de los momentos de contacto que se generan durante la vigencia de sus seguros.

Para el 2016, la Compañía está enfocada en trabajar de manera decidida en el fortalecimiento de estas iniciativas, centradas en el cliente, conformando grupos de alto desempeño, que gracias a su experiencia se conviertan en canales de comunicación dentro de la organización, con el fin de hacer de los obstáculos una oportunidad para avanzar hacia este rumbo.

Primer Congreso ARL  
Bolívar 2015 “La inversión  
en seguridad y salud en el  
trabajo, un camino hacia la  
sostenibilidad de su negocio”

Este congreso contó  
con la presencia de

572  
personas

y aproximadamente

340  
empresas,

con el propósito de generar un  
espacio de conocimiento, en el  
que se compartieron experiencias,  
metodologías y herramientas para la  
gestión y prevención de riesgos en  
el trabajo.

Como parte del compromiso  
con nuestras empresas,  
clientes e intermediarios,  
en el 2015 realizamos un  
evento que buscó fortalecer el  
enfoque sostenible de estas  
organizaciones.

Foro “La innovación en  
logística para afrontar  
los actuales desafíos  
económicos”,

Realizado en  
Barranquilla  
Bogotá  
Cali  
Medellín  
Pereira

para nuestros clientes  
del Programa Global  
de Logística e  
intermediarios aliados.

Durante este espacio también realizamos un  
reconocimiento especial a las empresas que  
participaron en la campaña  
“Manos Seguras”.

Estos foros contaron  
con la participación  
de más de

480  
personas

quienes de la  
mano de expertos  
conocieron el  
panorama económico  
colombiano y  
aprendieron sobre la  
importancia que ha  
tenido la tecnología  
en las últimas  
tendencias logísticas.

6

MEMORANDO DE VERIFICACIÓN



Memorando de verificación externa e independiente

Verificación independiente del Informe de Sostenibilidad 2015 de Seguros Bolívar.

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Sostenibilidad 2015 de Seguros Bolívar a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 4.0 (G4).

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la norma ISAE 3000 - *International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)* de la *International Federation of Accountants (IFAC)*.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Administración, así como a las diversas áreas de Seguros Bolívar que han participado en la elaboración del Informe de Sostenibilidad 2015 y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con el personal de Seguros Bolívar. para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados para elaborar el reporte.
- Análisis de cómo, a partir del ejercicio de materialidad, se definen los contenidos, la estructura y los indicadores del reporte, de acuerdo a lo sugerido por la metodología GRI G4.
- Análisis de los procesos para recopilar, consolidar y validar los datos presentados en el reporte.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión de muestra de información cuantitativa y cualitativa, de los indicadores GRI y propios incluidos en el reporte de sostenibilidad y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Seguros Bolívar.

Deloitte & Touche Ltda.  
Edificio Corficolombiana  
Calle 16 Sur 43 A-49 Piso 9 y 10  
A.A 404  
Nit 860.005.813-4  
Medellín  
Colombia

Tel : 57(4) 313 88 99  
Fax : 57(4) 313 32 25  
www.deloitte.com.co

- Responsabilidades de la Dirección de Seguros Bolívar y de Deloitte**
- La preparación del Informe de Sostenibilidad 2015, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la organización la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
  - Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
  - Este Memorando ha sido preparado exclusivamente en interés de la organización de acuerdo con los términos de nuestra propuesta de servicios. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros diferentes a la Dirección de la empresa.
  - Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).
  - El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto no proporcionamos opinión de auditoría sobre el reporte de sostenibilidad.

DELOITTE & TOUCHE LTDA.  
Jorge Enrique Múnera D.  
Socio

Bogotá, Abril 2016

Una firma miembro de  
Deloitte Touche Tohmatsu

Confirmación que el Informe de Sostenibilidad 2015 de Seguros Bolívar es preparado de acuerdo con la metodología GRI G4 en su opción Esencial “de conformidad” con la Guía.

Contenidos básicos generales:

Se confirmó que el informe se ajusta a los requisitos de la opción Esencial “de conformidad” con la Guía en cuanto a los Contenidos básicos generales: los indicadores G4-1 a G4-34, y G4-56 fueron reportados. El indicador G4-10 fue verificado por Deloitte & Touche Ltda.

Contenidos básicos específicos:

Revisamos el enfoque de gestión, indicadores GRI e indicadores propios de los siguientes asuntos materiales:

| Asuntos materiales                                    | Indicador GRI y/o Propio Promigas S.A. ESP.                                                                           |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rentabilidad de la Compañía                           | <ul style="list-style-type: none"><li>G4 - EC1.</li></ul>                                                             |
| Propósito de marca                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>SB 2. Brand Equity./ Medición de marca</li><li>G4 - PR7.</li></ul>              |
| Gestión para la prevención del fraude y la corrupción | <ul style="list-style-type: none"><li>G4 - SO3.</li><li>G4 - SO4.</li></ul>                                           |
| Gestión eficiente y conservación de los recursos.     | <ul style="list-style-type: none"><li>SB 3. Huella hídrica</li></ul>                                                  |
| Acciones responsables                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>SB 6. Número de usuarios totales y nuevos de la plataforma. (ex-FS16)</li></ul> |
| Derechos humanos                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>G4 - HR1.</li><li>G4 - HR2.</li><li>G4 - HR12.</li></ul>                        |
| Administración de relación con los clientes           | <ul style="list-style-type: none"><li>SB 8. Experiencia del cliente NPS.</li><li>SB 9. Quejas y reclamos</li></ul>    |
| Productos responsables                                | <ul style="list-style-type: none"><li>G4 - FS8</li></ul>                                                              |
| Gestión de la Cadena de suministro                    | <ul style="list-style-type: none"><li>SB 11. Estudios de experiencia sobre servicio de los proveedores</li></ul>      |
| Buenas prácticas laborales                            | <ul style="list-style-type: none"><li>G4 - LA1.</li><li>G4 - LA6.</li><li>G4 - EC5.</li></ul>                         |
| Desarrollo del talento humano                         | <ul style="list-style-type: none"><li>G4 - LA9.</li><li>G4 - LA11.</li></ul>                                          |

Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Sostenibilidad 2015 de Seguros Bolívar contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de *Global Reporting Initiative* (GRI G4) en su opción Esencial “de conformidad” con la Guía.