

Responsabilidad Social



Contenidos

1. Carta del Presidente	6
2. Información General	9
2.1. Implantación Internacional de MAPFRE.	10
2.2. Implantación en Argentina.	11
2.3. Organigrama societario del Grupo MAPFRE.	12
2.4. Organigrama societario de MAPFRE ARGENTINA.	13
2.5. Principales magnitudes económicas.	14
2.6. Órganos de Gobierno sociedades de MAPFRE ARGENTINA.	18
3. MAPFRE y la Responsabilidad Social	21
3.1. Política de Responsabilidad Social de MAPFRE.	22
3.2. Modelo de actuación de MAPFRE.	23
3.3. Partes interesadas de MAPFRE.	24
3.4. La Responsabilidad Social en MAPFRE ARGENTINA.	25
3.5. Actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE ARGENTINA.	29
3.6. Gestión de Riesgos sociales, medioambientales y de gobierno (ESG).	32
3.7. Principios seguidos para la elaboración del Informe local de Responsabilidad Social.	34
3.8. Premios y reconocimientos.	36
4. Dimensión Social de MAPFRE ARGENTINA	39
4.1. MAPFRE ARGENTINA y sus empleados.	39
4.2. MAPFRE ARGENTINA y sus clientes.	48
4.3. MAPFRE ARGENTINA y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos.	58
4.4. MAPFRE ARGENTINA y sus proveedores.	62

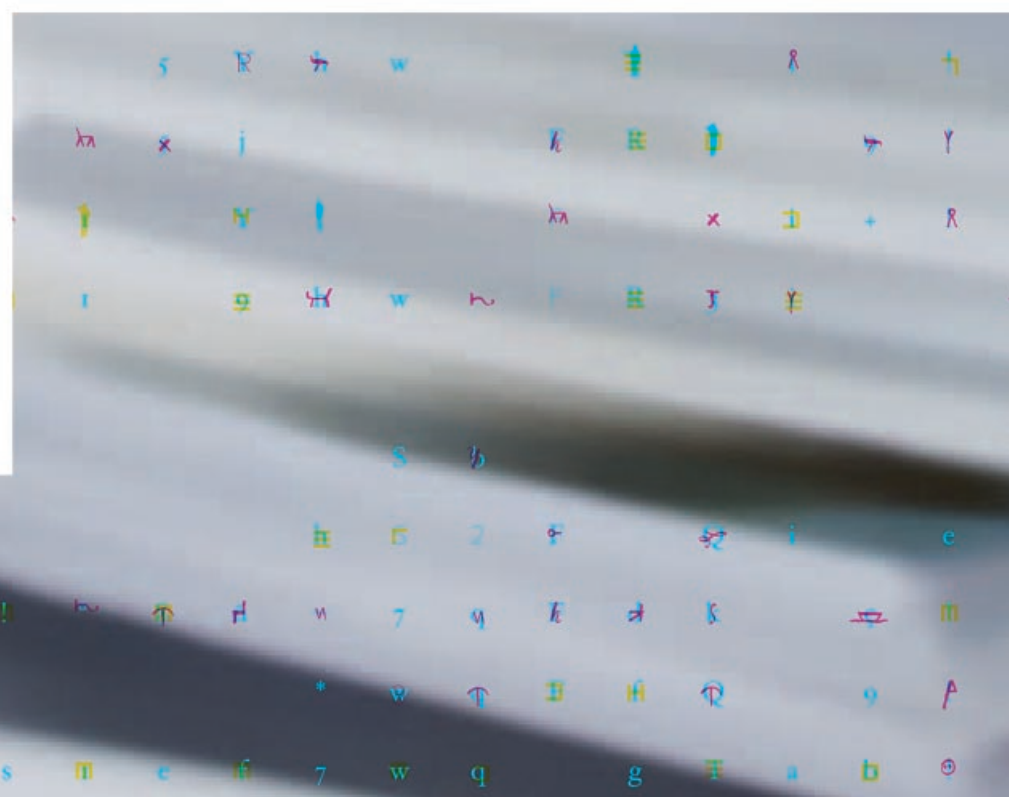
5. Dimensión Medioambiental de MAPFRE ARGENTINA 65

6. Información Complementaria 69

6.1. Principales asociaciones.	69
6.2. Índice de indicadores GRI.	70
6.3. Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio.	80
6.4. Informe de verificación externa.	83

7. Informe Anual de FUNDACIÓN MAPFRE Delegación Argentina 87

7.1. FUNDACIÓN MAPFRE.	87
- Introducción.	88
- Órganos de Gobierno.	89
- Delegación Argentina.	91
7.2. Información Económica.	92
- A nivel mundial.	92
- Delegación Argentina.	92
7.3. Actividades.	95
- Instituto de Acción Social.	95
- Instituto de Ciencias del Seguro.	103
- Instituto de Cultura.	108
- Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente.	111
- Instituto de Seguridad Vial.	120
7.4. Principales Actividades y Resultados 2010.	129
7.5. Datos de Contacto.	132



1

Carta del Presidente

Estimado lector

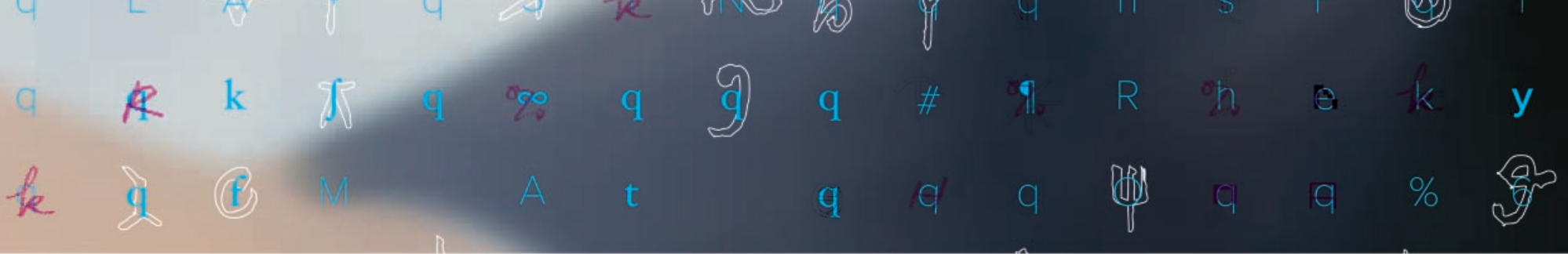
El pasado año, desde un espacio similar a este, tuve el agrado de presentar a toda nuestra comunidad el primer Balance Social de MAPFRE ARGENTINA, más allá de que MAPFRE S.A. presenta su Reporte Social corporativo desde hace ocho años.

Así como en 2010 celebrábamos el Bicentenario de la Patria, este año también en MAPFRE ARGENTINA contamos con un aniversario muy importante, tal como lo es cumplir en el país nuestros primeros 25 años.

Creo oportuno compartir con ustedes esta fecha tan significativa para nosotros en este Informe de Responsabilidad Social, justamente porque estamos convencidos de que no puede haber ningún tipo de crecimiento sustentable si la Empresa no tiene el firme compromiso de transitar su desarrollo, acompañando el día a día de la sociedad en la que está inserta.

En estos 25 años a todos nos han pasado muchas cosas, como personas, como grupos, como equipos, como país. Así, hemos sufrido, celebrado, aplaudido; nos hemos conmovido, asombrado, indignado; en fin, todas las mujeres y hombres de bien de nuestra Nación hemos vivido tratando de hacer una sociedad más justa y equitativa.

Esa es la mirada que MAPFRE ARGENTINA tiene de su compromiso con la Responsabilidad Social y es la que nos vincula con la transparencia y con la convicción de que el desarrollo y el crecimiento tienen que combinarse con acciones de respeto cierto por todas las partes involucradas: desde los clientes, empleados, accionistas, organizaciones del tercer sector y sociedad en general, hasta el medio ambiente.



DIEGO SOBRINI PRESIDENTE

Como empresa, sabemos que tenemos un rol impulsor de la actividad económica y que nuestro objetivo es la obtención de beneficios, pero sin la colaboración efectiva en el desarrollo de valores humanos y sociales, el futuro y la sostenibilidad no son posibles.

Tal como lo tenemos definido corporativamente, este material incluye los principales parámetros de nuestra actividad y ha sido elaborado conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, con inclusión de los indicadores específicos para las entidades financieras aplicables a compañías aseguradoras, habiendo sido verificados los principales de ellos por la firma auditora Ernst & Young.

Asimismo, también incluimos las acciones de la Delegación argentina de FUNDACION MAPFRE y el importantísimo trabajo que han realizado los cinco institutos que la componen.

Para nosotros la Responsabilidad Social no es acción social, la que por supuesto siempre debe ser promovida y acompañada; para nosotros la Responsabilidad Social es una mirada integral de la Compañía, que abarca desde su estrategia de negocios hasta el modo de vincularse con cada uno de los grupos de interés.

Por ello, como acompañar el desarrollo de la sociedad es esencial, toda acción en la que podamos participar nos tiene presentes.

Trabajamos fuertemente el concepto de Responsabilidad Ciudadana, porque nos parece imprescindible involucrar a la gente en los procesos de maduración democrática, desde la concientización de la necesidad de participación de cada uno

de los habitantes, hasta en la colaboración en proyectos de articulación público-privada y en la federalización de nuestra tarea, tal como hemos hecho en 2010, realizando nuestra IV Jornada de Responsabilidad Social en la ciudad de Córdoba.

Sabemos que las empresas no sólo tienen efectos directos sobre la economía.

Cuando las organizaciones cumplimos con nuestra misión desde la ética, desde la lucha contra todo tipo de discriminación o corrupción; cuando abrimos nuestras puertas a nuevos puestos de trabajo y a la investigación; cuando nos asociamos con los organismos educativos para intercambiar experiencias reales y sueños compartidos; cuando dialogamos desde la concertación y no desde la confrontación, es cuando logramos una trascendencia verdadera, sostenible, generosa y seguramente valiosa en términos económicos, pero fundamentalmente en la sana alegría de cada conciencia de aquellos que las conformamos.

Muchas gracias por acompañarnos nuevamente.

Como siempre, cuentan con nosotros.

Con sincero afecto.

DIEGO SOBRINI
PRESIDENTE



2

Información general

MAPFRE es un grupo español independiente, que desarrolla fundamentalmente actividades aseguradoras y reaseguradoras en más de 40 países. La matriz del Grupo es la sociedad holding MAPFRE S.A., cuyas acciones cotizan en las Bolsas de Madrid y Barcelona, y forman parte de los índices IBEX 35, Dow Jones Stoxx Insurance, Dow Jones Sustainability World Index, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good y FTSE4Good IBEX.

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

MAPFRE posee una sólida posición de liderazgo en el seguro español, y una amplia implantación multinacional. Al cierre del ejercicio 2010 ocupaba el sexto puesto en el ranking de Seguro no Vida de Europa, y la primera posición en el de América Latina.

A su vez, desde el año 2000 tiene establecida una importante alianza estratégica con CAJA MADRID, matriz del cuarto mayor grupo financiero español, cuyo objetivo es lograr el máximo aprovechamiento de las potencialidades de las redes comerciales de ambos grupos en la distribución de productos aseguradores y financieros.

2.1. Implantación Internacional de MAPFRE

MAPFRE opera en un total de 43 países a través de 251 sociedades. Al cierre del ejercicio 2010, tenía 5.351 oficinas propias en todo el mundo, de las cuales 3.226 estaban en España y, 1.972 en América Latina.; Además distribuye sus productos a través de 6.124 oficinas de entidades bancarias y otros 25.866 puntos de venta que comercializan los seguros del Grupo en virtud de acuerdos de colaboración; con una red aproximada de 70.000 agentes y mediadores, de los cuales 6.000 se desempeñan en Estados Unidos.

En la actividad de Seguro Directo, MAPFRE lidera el mercado español y está implantada en todos los países de América Latina - con una posición de liderazgo en Seguros no Vida-, en los Estados Unidos de América, Portugal, Turquía y Filipinas. En la actividad de Asistencia, MAPFRE opera en 40 países. Además, el Grupo cuenta con una reaseguradora profesional (MAPFRE RE) que ocupa el puesto 14 en el ranking del reaseguro mundial y desarrolla su actividad en todo el mundo, contando para ello con tres sociedades filiales y 15 oficinas de representación.

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

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

<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bahrain
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Emiratos Árabes
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	China
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	Filipinas
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	India
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jordania

TOTAL OFICINAS PROPIAS	5.351
TOTAL OFICINAS BANCASEGUROS	6.124

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

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

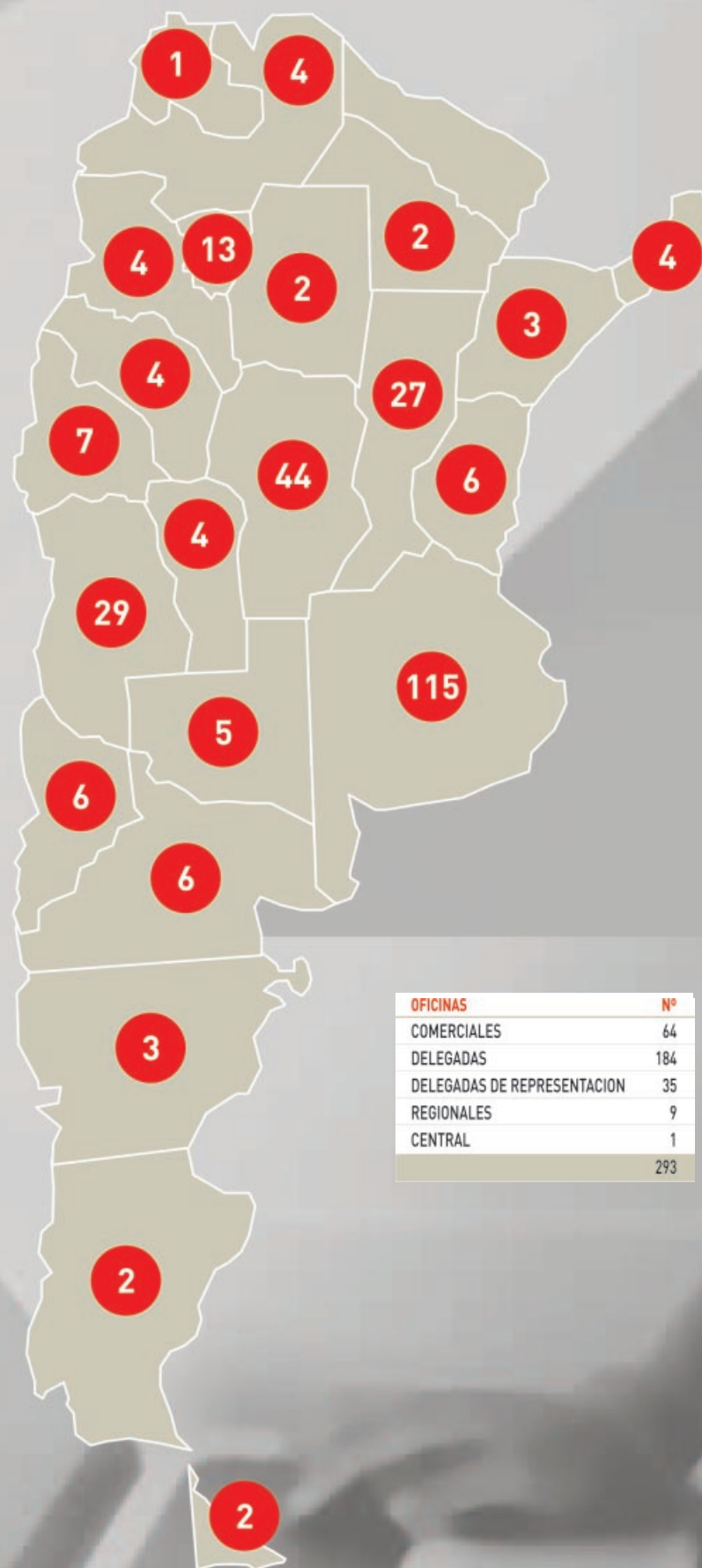


2.2. Implantación en Argentina

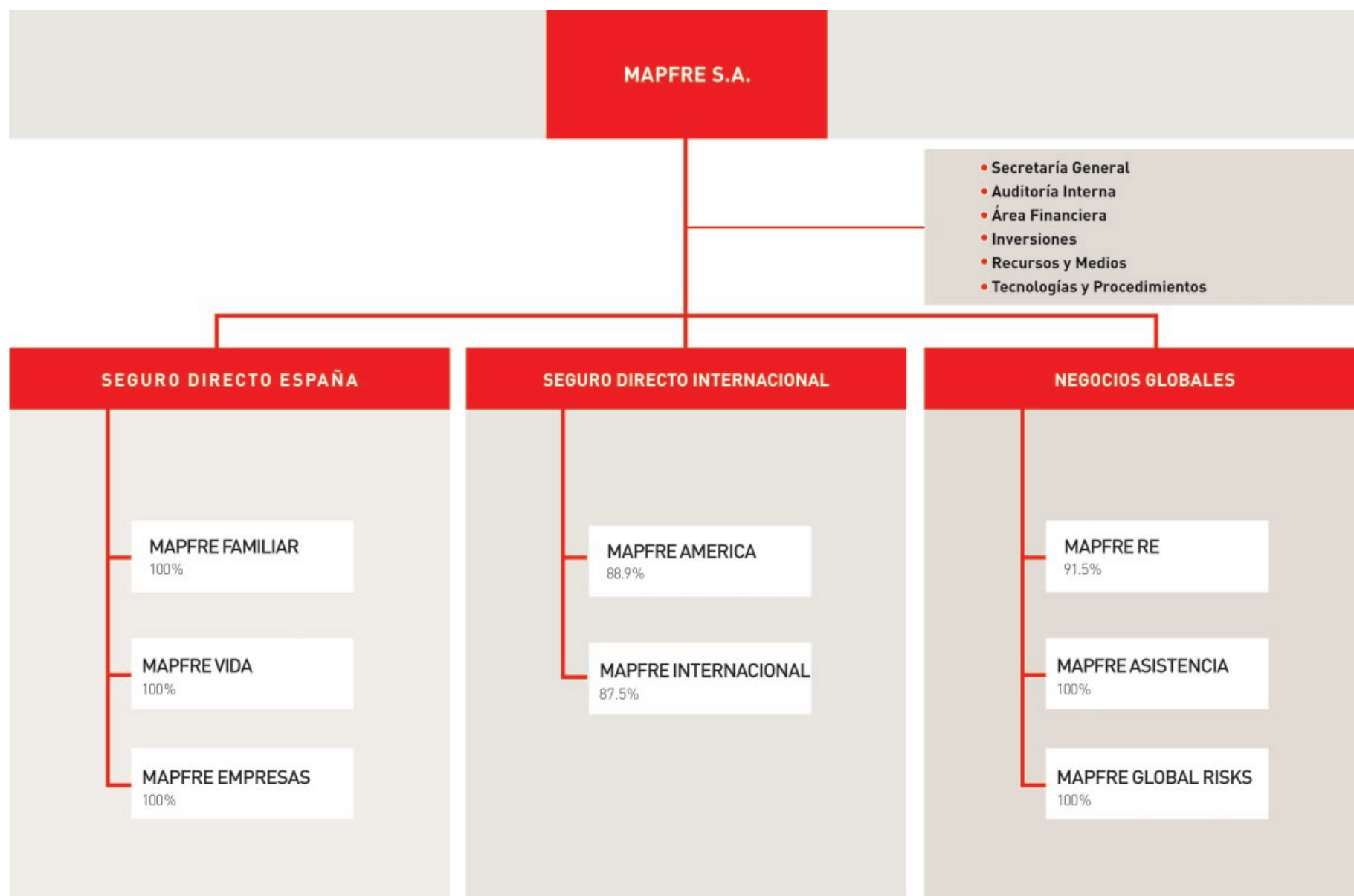
MAPFRE ARGENTINA tiene presencia en todas las provincias del país, salvo en Formosa, a través de sus 293 oficinas. Cuenta con cinco clínicas propias y trece SERVIMAPFRE. Además, tiene una red de más de 2.700 productores asesores.

La compañía ocupa la tercera posición en el ranking de seguros, con una participación de 6,87% (al 30 de junio de 2010).

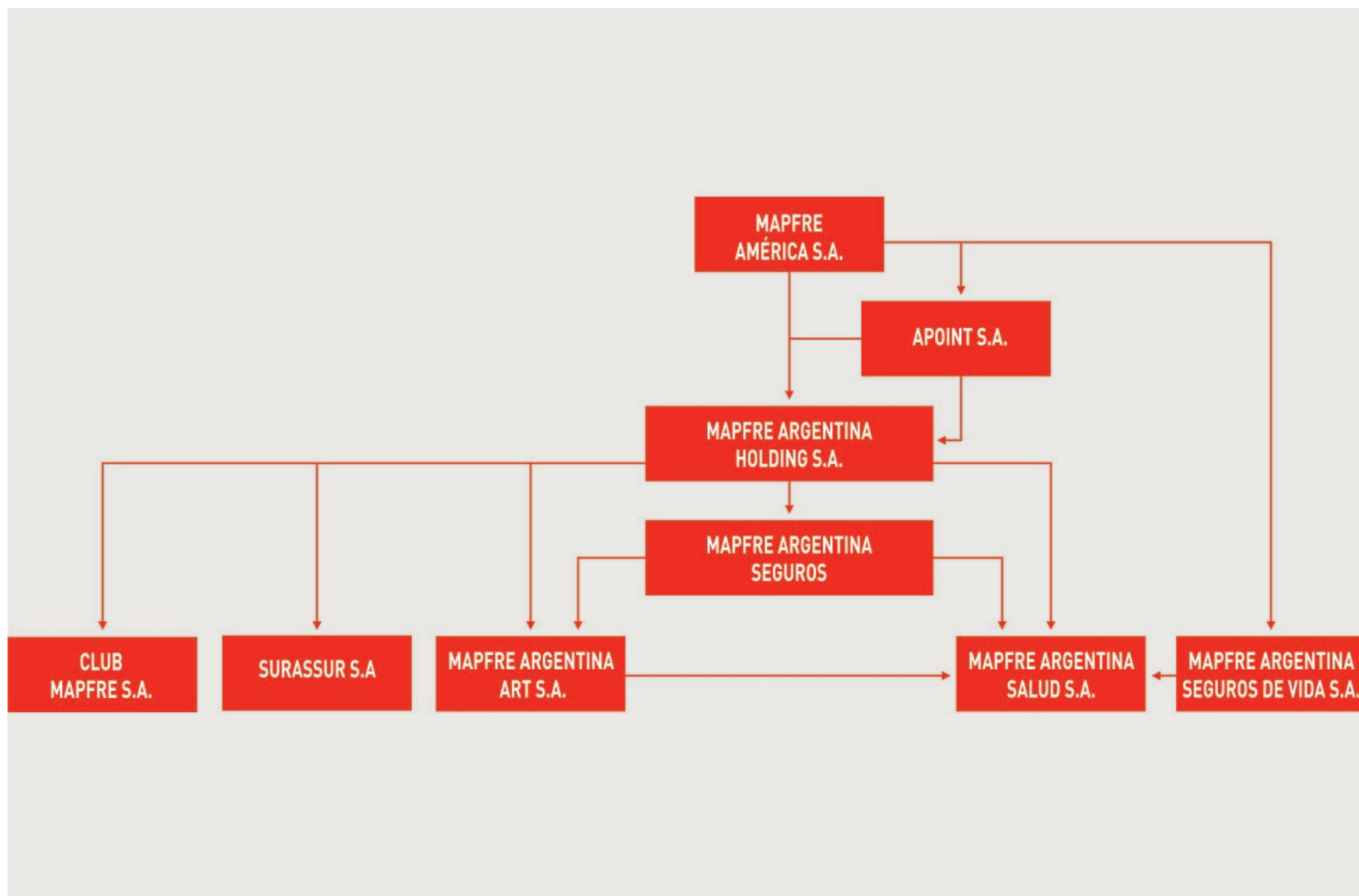
En Argentina, el Grupo se dedica a Seguro Directo y además cuenta con una compañía de medicina prepaga, MAPFRE SALUD, y una empresa, llamada CLUB MAPFRE que presta servicios de auxilio mecánico y grúas a nivel nacional, además de un programa de beneficios para asegurados.



2.3. Organigrama Societario del Grupo MAPFRE



2.4. Organigrama societario de MAPFRE ARGENTINA



2.5. Principales Magnitudes Económicas

El siguiente cuadro refleja las magnitudes básicas que definen la dimensión económica de MAPFRE ARGENTINA:

	2010	2009	Var.10/09
Ingresos por Operaciones			
Primas y recargos netos	2.025.959.575,72	1.717.483.085,00	17,96%
Siniestros netos	-1.457.221.851,89	-1.173.767.755,00	24,15%
Gastos de producción y explotación	-678.516.817,89	-645.094.086,00	5,18%
Ingresos por Inversiones	129.709.309,65	108.421.579,00	19,63%
Resultado antes de impuestos	19.930.215,59	7.042.823,00	182,99%

	2010	2009	Var.10/09
Deudas con asegurados	993.870.921,95	1.071.436.507,00	-7,24%
Compromisos técnicos	543.032.593,54	466.507.297,00	16,40%
TOTAL	1.536.903.515,49	1.537.943.804,00	

CIFRAS EXPRESADAS EN PESOS

En el siguiente cuadro se observan las cuotas de mercado de MAPFRE ARGENTINA:

	2010	2009	2008	2007	2006
NO VIDA	6,85%	8,35%	8,43%	8,66%	8,97%
VIDA	2,76%	2,91%	2,51%	2,03%	1,52%
AUTOS	4,10%	5,17%	5,33%	6,17%	7,45%
SEGUROS GENERALES	8,00%	10,77%	11,23%	11,41%	11,60%
ART	9,95%	11,48%	10,99%	9,78%	8,56%
TOTAL GRUPO MAPFRE ARGENTINA	6,11%	7,32%	7,33%	7,52%	7,67%

En el siguiente cuadro se incluyen datos expresivos de la implantación territorial de MAPFRE ARGENTINA:

	2010	2009
Número de:		
Provincias con presencia	22	22
Empleados	1940	1856
Oficinas	293 ¹	305 ²

¹ Corresponde a 64 oficinas comerciales, 184 delegadas, 35 de representación, 9 regionales y 1 central.

² Corresponde a 65 oficinas comerciales, 230 delegadas, 9 regionales y 1 central.



Situación actual del mercado de seguros

Las compañías de seguros patrimoniales durante el primer semestre (julio 2010-diciembre 2010) del presente ejercicio finalizaron con un resultado favorable de 703,8 millones de pesos dado que se obtuvo un resultado técnico negativo de 478,3 millones compensado por un resultado financiero positivo de 1.467,8 millones de pesos.

Por otro lado, la inversiones ascendieron a 15.680,9 millones de pesos, un 27% mas con relación a diciembre de 2009. El patrimonio neto alcanzó los 6.859,7 millones de pesos, un 26% más que el mismo periodo del año anterior.

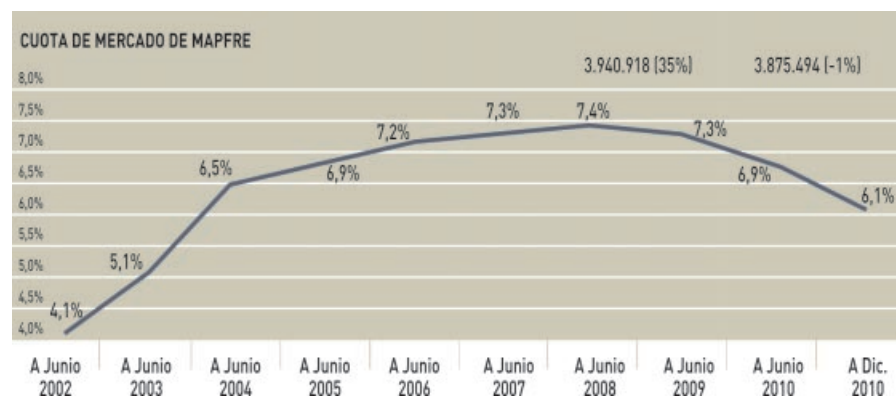
NIVEL DE PRIMAS EMITIDAS EN EL PERÍODO ENERO 2010 - DICIEMBRE 2010 (MILLONES DE \$)

RAMO	2010 ENERO 2010- DICIEMBRE 2010	% DE CRECIM. / ENE. 10- DIC. 10
SEGUROS GENERALES Y AUTOMÓVILES	21.870	27,66%
ART	9.381	54,29%
VIDA	6.858	27,83%
Rentas Vitalicias	775	8,20%
TOTAL	38.885	32,55%

En el ejercicio comprendido entre el 1 de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2010, MAPFRE se mantiene entre las compañías líderes teniendo en cuenta la producción total del mercado asegurador.

RAMO	RANKING	MARKET SHARE MAPFRE
TOTAL GRUPO	4º	6,1%

En el siguiente gráfico puede apreciarse la evolución de la cuota de mercado del Grupo MAPFRE en el mercado de seguros total (no se incluye Rentas Vitalicias ni Vida Previsional).





Mercado no Vida

El Grupo MAPFRE ARGENTINA se ubica en el cuarto puesto en los ramos No Vida, que abarcan Seguros Patrimoniales y Riesgos del Trabajo.

A continuación detallamos el ranking del Grupo Asegurador No Vida (enero 2010-diciembre 2010).

GRUPO	ASEGURADORAS	Total general	% Mercado	% Mercado Acumulado
SANCOR SEGUROS	SANCOR	1.386.431		
	PREVENCION ART	1.762.483		
Total SANCOR SEGUROS		3.148.915	10,08%	10,08%
LA CAJA	CAJA SEGUROS	2.793.259		
	GENERALI ARGENTINA	193.341		
	INSTITUTO MISIONES	-20		
Total LA CAJA		2.986.580	9,56%	19,63%
FEDERACIÓN PATRONAL	FEDERACION PATRONAL	2.259.663		
Total SANCOR SEGUROS		2.259.663	7,23%	26,86%
MAPFRE	MAPFRE ARG. SEGUROS	1.193.998		
	MAPFRE ARG. ART	933.653		
Total MAPFRE		2.127.651	6,81%	33,67%
SAN CRISTOBAL	SAN CRISTOBAL	994.014		
	ASOCIART ART	802.053		
Total SAN CRISTOBAL		1.796.067	5,75%	39,42%
Total RESTO COMPAÑIAS		18.932.244	60,58%	100%
Total		31.251.121	100%	

NOTA: 1) EN MILES.

2) SI SE CONTEMPLAN SÓLO LOS RAMOS EN LOS QUE OPERA MAPFRE ARGENTINA, EL RATIO DE MERCADO ASCIENDE A 6,85%

La producción de seguros patrimoniales alcanzó a diciembre de 2010 un primaje de 21.017,6 millones de pesos y logró una variación positiva de 34,9% más que el mismo periodo de 2009.

LA UBICACIÓN DE MAPFRE ARGENTINA SEGUROS EN LOS PRINCIPALES RAMOS ES EL SIGUIENTE:

RAMO	PRODUCCIÓN ¹	POSICIÓN	CUOTA DE MERCADO	PRIMERA POSICIÓN
AUTOMOTORES	13.881	8º	4,10%	Caja Seguros
INCENDIO	1.497	1º	20,87%	MAPFRE ARGENTINA
COMBINADO FAMILIAR	1.584	4º	6,25%	Sancor
SEGURO TÉCNICO	433	1º	15,40%	MAPFRE ARGENTINA
CASCOS	104	1º	31,94%	MAPFRE ARGENTINA

NOTA: 1) EN MILLONES DE \$



La producción del negocio de riesgos del trabajo creció un 62,5% entre diciembre de 2009 y diciembre de 2010, tras registrar un primaje de 3.136,2 millones de pesos entre dichos periodos.

Por otra parte, el resultado fue positivo al obtener 224,1 millones de pesos producto de ganancias financieras por 541,2 millones de pesos que pudieron compensar las pérdidas técnicas de 212,5 millones de pesos.

RANKING DE PRODUCCIÓN DE RIESGOS DEL TRABAJO (ENERO 2010 - DICIEMBRE 2010)

#	Compañía	Producción 1	%	% Acum.	Posición Ranking de Capitas a 12/10
1	SANCOR	1.762.483.404	18,79%	18,79%	1
2	CONSOLIDAR	972.001.051	10,36%	29,15%	3
3	MAPFRE	933.653.332	9,95%	39,10%	4
4	ASOCIART ART	802.053.068	8,55%	47,65%	2
5	CAJA SEGUROS	767.038.026	8,18%	55,83%	5
6	LA SEGUNDA	666.972.826	7,11%	62,94%	7
7	PROVINCIA	620.785.209	6,62%	69,55%	6
8	LIBERTY	569.762.403	6,07%	75,63%	9
9	CNA ART	549.311.779	5,86%	81,48%	10
10	QBE ART	346.484.778	3,69%	85,18%	13
-	Resto	1.390.644.196	14,82%	100,00%	
	Total	9.381.190.072	100,00%		

Nota: 1) en millones de \$

Mercado de Vida

El primaje de seguros de personas durante enero de 2010- diciembre de 2010 se incrementó en 30,5% al alcanzar una producción de 4.100,5 millones de pesos. Se obtuvo un resultado positivo de 213,2 millones de pesos, mientras que el resultado técnico mostró pérdidas por 268,9 millones de pesos. El resultado financiero concluyó con utilidades que ascendieron hasta los 588.3 millones de pesos.

A continuación se detalla la ubicación en el ranking de MAPFRE ARGENTINA VIDA en el período enero de 2010- diciembre de 2010, para los distintos ramos en los que opera.

RAMO	PRODUCCIÓN ¹	POSICIÓN	CUOTA DE MERCADO	PRIMERA POSICIÓN
ACCIDENTES PERSONALES	919	9º	4,18%	Sancor
SALUD	68	5º	7,44%	Sancor
SEPELIO	325	20º	0,38%	Instituto Seguros
VIDA COLECTIVO	4.389	12º	3,24%	Caja Seguros
VIDA INDIVIDUAL	1.157	21º	0,19%	Zurich Life

NOTA: 1) EN MILLONES DE \$

2.6. Órganos de gobierno sociedades de MAPFRE ARGENTINA

La Ley N° 19.550 de Sociedades Comerciales establece que las sociedades por acciones (S.A.) deberán contar con tres órganos internos, a saber: de administración o Directorio, de deliberación o Asamblea de accionistas, y de fiscalización o Sindicatura.

En este sentido, y teniendo en cuenta que las sociedades que conforman el Grupo MAPFRE ARGENTINA son sociedades por acciones, éstas presentan la organización antes referida, adaptada a los principios rectores del Buen Gobierno del SISTEMA MAPFRE.

Dicho Código constituye, un marco obligado de referencia para todas las entidades que integran el SISTEMA MAPFRE y sus respectivos órganos de gobierno, que deben adaptar su actuación a los principios y normas que en él se definen, teniendo en cuenta las posibles situaciones especiales que puedan existir en cada entidad y, especialmente, los acuerdos y pactos suscritos con otros socios, así como las disposiciones legales de cada país.

En base a ello, en el año 2009 se llevó a cabo una reforma integral uniforme de los estatutos sociales de MAPFRE ARGENTINA a fin de ajustarlos a los principios mencionados, para, de esta manera, dotar a las sociedades de una estructura más acorde con las necesidades actuales y su respectiva proyección.

Mediante la presente reforma se estableció por ejemplo, que el órgano superior de gobierno de la sociedad sea la **Asamblea de accionistas**, cuyos acuerdos obligarán a todos los accionistas, incluso los ausentes y disidentes.

La Asamblea Ordinaria se celebrará necesariamente una vez al año y, dentro de los cuatro meses siguientes al cierre de cada ejercicio anual. Dicha asamblea se celebrará cuando sea convocada por el Directorio o el Síndico con arreglo a los requisitos legales establecidos a ese efecto. Si ellos omitieran hacerlo, la convocatoria podrá hacerse por la autoridad de contralor o judicialmente. También deberán convocarse cuando así lo determinen aquellos accionistas que representan, por lo menos, el cinco por ciento (5%) del capital social.

En ambos casos, las resoluciones serán tomadas por mayoría absoluta de votos presentes.

El **Directorio** - formado por un número de directores que no será inferior a 3 (tres) ni superior a 15 (quince) - es designado como el órgano encargado de dirigir, administrar y representar a cada una de las sociedades. Por su parte, la Asamblea de accionistas es la responsable de la determinación del número y la eventual designación hasta un máximo de 5 (cinco) directores suplentes.

Entre sus miembros, elegirá un Presidente y podrá designar a uno o dos Vicepresidentes y a uno o varios Gerentes Generales. También nombrará un Secretario y un Vicesecretario.

Para el desempeño del cargo de Directores, las personas designadas deberán contar con reconocida honorabilidad en su actividad profesional y comercial, así como la necesaria calificación o experiencia profesional.

Asimismo, los estatutos facultan a los Directorios a crear en su seno Comités Ejecutivos o una Comisión Directiva para el mejor desarrollo de sus funciones, así como también a delegar en sus miembros todas o algunas de sus facultades.

El Directorio se reunirá cada vez que resulte necesario decidir sobre los asuntos de su competencia que sean sometidos a su consideración por el Presidente, por los demás órganos de gobierno de la sociedad o por cualquiera de los Directores, y lo hará, como mínimo, una vez cada tres meses. Las decisiones de adoptarán por mayoría absoluta de los presentes.

Los Directores ejercen su cargo durante un plazo de tres años, siendo reelegibles hasta alcanzar la edad de 70 años. A partir de esta edad, cesarán automáticamente en todos los cargos que desempeñen en la Sociedad y sus filiales, aunque su mandato no haya finalizado.

En cuanto a la fiscalización de la sociedad, estará a cargo de 3 (tres) o más Síndicos que, en número impar, designará la Asamblea de accionistas, con igual número de suplentes. Los Síndicos se elegirán anualmente y actuarán como un cuerpo colegiado bajo la denominación de **Comisión Fiscalizadora**.

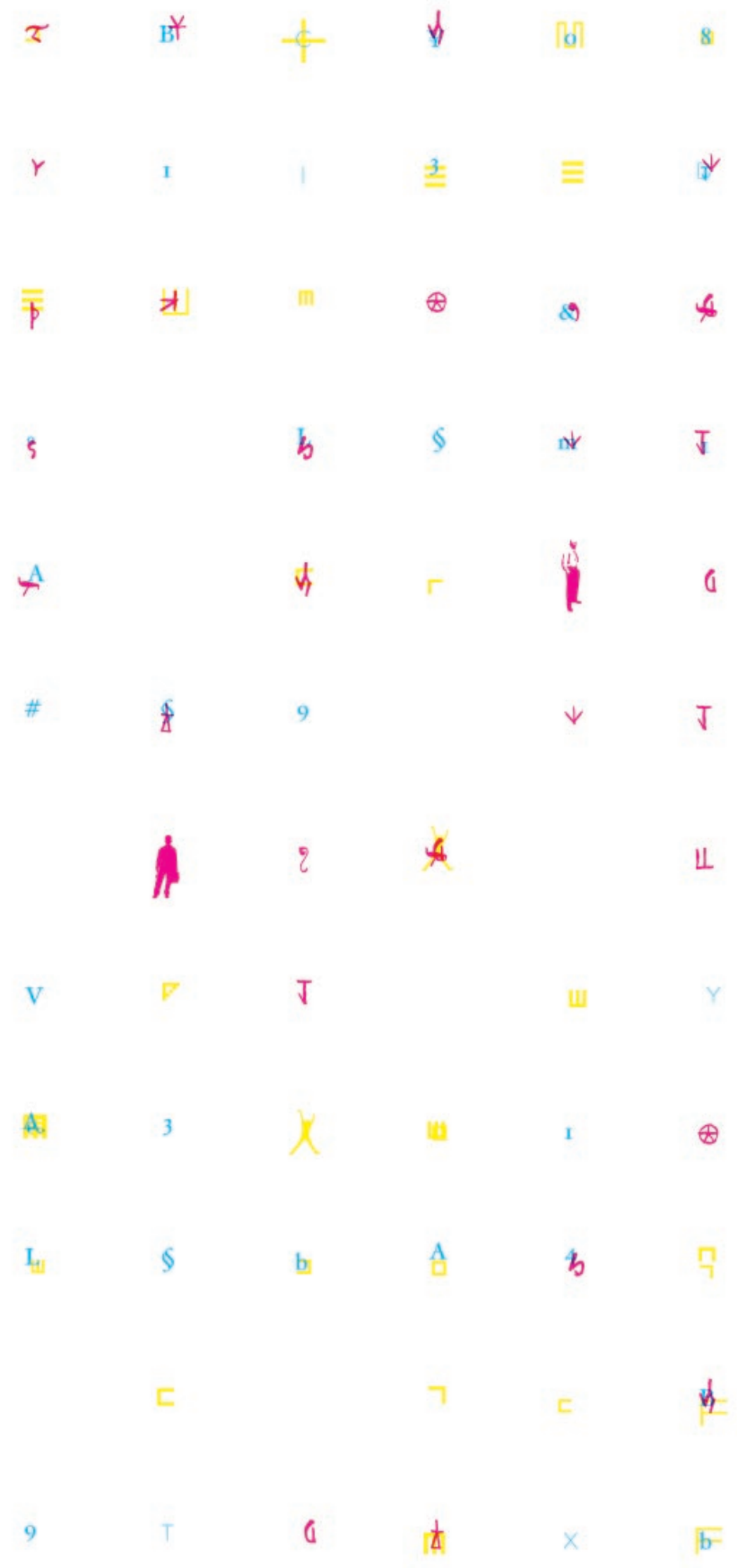
Y	h	Z	æ	æ	ß	r	i	q	!	△	6	n̄
B	h	w	q	F	R	#	S	&	△	⊗	π	A
Y	©	á	l	œ	æ	Q	h	⊗	!	⊗	⊗	n̄
S	s	⊗	e	ff	7	w			g	†	o	n̄
H		⊗	⊗	S	2	æ	Ø	f	R		w	n̄
j		æ	q	†	≡	Q	i	†	Y	⊗	8	n̄
Y	h	Ø	↓	h	R	⊗	1	z	æ	⊗	5	ß
≡	⊗	w	h	f	R	r	æ	&	H	⊗	8	k
K	y	9	h	h	R	4	æ	&	E	⊗	⊗	h
Y	h	h	q	⊗	n̄	9	e	9	8	S	r	⊗
q	h	h	æ	h	R	⊗	i	&	W	⊗	h	9
Y	h	7	q	E	d	⊗	æ	⊗	⊗	*	⊗	h
j	*	h	†	E	h	⊗	i	9	†	h	S	n̄
ff	7	w	q	F	g	F	a	b	⊗	Y	⊗	T
S	2	æ	Ø	f	R	⊗	A	æ	!	*	W	h
h	⊗	⊗	q	⊗	r	Q	4	æ	≡	€	h	Z
k	†	w	h	F	y	8	X	%	v	⊗	⊗	n̄
Y	†	v	9		R	Q	⊗	l	r	†	⊗	æ
Y	B	l	Σ	E	%	↓	l	5	6	†	h	n̄
h	†	*	q	b	9		l	*	!	⊗	⊗	l
Y	⊗	C	æ	F	R	⊗	†	&	⊗	*	h	n̄
†	b	w	q	h	3	Q	†	&	o	°	h	2
x	3	⊗	h	#	R		⊗	&	A	y	⊗	7
Y	5	†	h	↓	Z	Q	⊗	&	f	T	h	n̄



3

MAPFRE y la Responsabilidad Social

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





3.1. Política de Responsabilidad Social

La política de Responsabilidad Social de MAPFRE se basa en los diez principios que se reflejan en el siguiente cuadro.

PRINCIPIOS

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



3.2. Modelo de Actuación

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

MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Relaciones de equidad con los grupos de interés.
- Actuación respetuosa con el Medio Ambiente. Integración de la sostenibilidad en el modelo de negocio.
- Adhesión al Pacto Mundial y al Protocolo UNEP FI
- Informe Anual de Responsabilidad Social conforme a criterios GRI, e informes locales.

BUEN GOBIERNO

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

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

3.3. Partes interesadas (Grupos de interés)

Las políticas de Responsabilidad Social deben responder a criterios dinámicos, que den respuesta a los cada vez más exigentes compromisos empresariales y a las demandas de las diferentes partes interesadas (nuevo concepto que engloba a todos aquellos grupos que están afectados por la actividad de la organización y se integran sin reservas en el todo llamado empresa). Las partes interesadas asumen así el principio de corresponsabilidad, y contribuyen a desarrollar la política empresarial de responsabilidad social. Cualquier parte es una porción del todo, participa de su estrategia, actúa sinérgicamente, y por tanto conforma también el conjunto; se integra en él sin reservas, sigue su suerte y trabaja para conseguir los objetivos de MAPFRE, que es lo que importa en el proyecto común.

En consecuencia, en 2010 MAPFRE ha revisado y modificado su Mapa de partes interesadas. Superó el simple criterio de relación contractual (cuyo cumplimiento es inexcusable), y tuvo en cuenta la influencia, el trabajo que desarrollan y la colaboración que prestan para el cumplimiento de los planes derivados de la actividad empresarial cada una de las partes.

Partes interesadas:

Nivel 1: Son las primeras afectadas por las decisiones estratégicas de la organización, y viceversa. La capacidad de influencia mutua es "inmediata". En este nivel se incluye a:

- Asegurados y clientes
- Accionistas e inversores
- Socios
- Empleados
- Representantes de los trabajadores/sindicatos
- Mediadores/colaboradores
- Proveedores

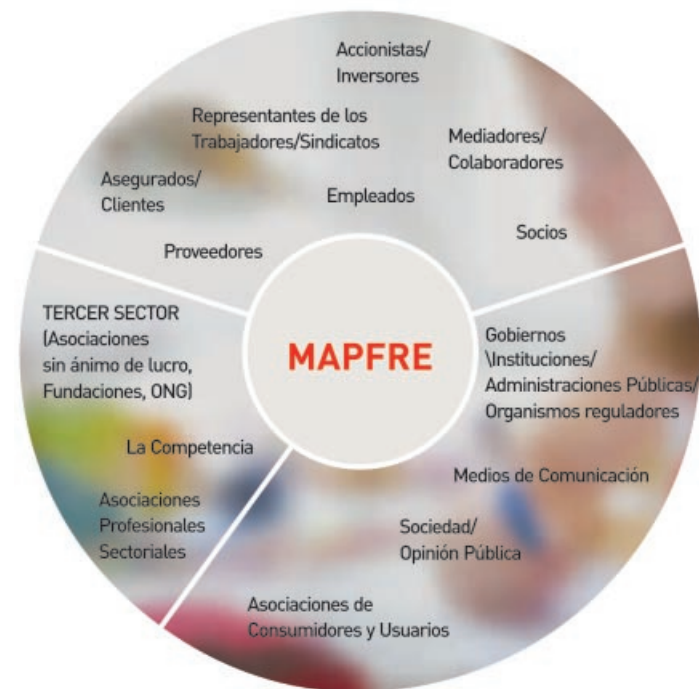
Nivel 2: Son aquellas cuyas decisiones pueden tener impacto en la organización, pero resultan menos afectados por las decisiones de la compañía. En este nivel se incluye a:

- Gobiernos, Instituciones, Administraciones Públicas y organismos reguladores
- Medios de comunicación
- Sociedad/opinión pública
- Asociaciones de consumidores y usuarios

Nivel 3: Son aquellas a las que MAPFRE reconoce una mutua capacidad de influencia, pero cuyas decisiones estratégicas pueden o no impactar directamente y viceversa. En este nivel se incluye a:

- La competencia
- Asociaciones profesionales sectoriales
- Tercer sector (asociaciones sin ánimo de lucro, fundaciones, ONG)

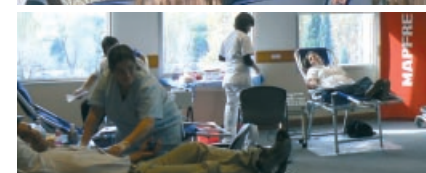
MAPA DE PARTES INTERESADAS



3.4. La Responsabilidad Social en MAPFRE ARGENTINA

En relación con el cumplimiento de la Política de Responsabilidad Social del Grupo, a continuación se destacan algunas de las acciones más significativas de MAPFRE ARGENTINA segmentadas según las partes interesadas:

PARTE INTERESADA	PROGRAMA	ACCIÓN
EMPLEADOS	Integrándonos	Ampliar la política de ingreso del personal, favoreciendo la inserción laboral de colectivos vulnerables (personas con discapacidad, mayores de 45 años y jóvenes de bajos recursos).
	Adultos 2000	Brindar apoyo a los empleados, para que puedan finalizar el colegio secundario. Los empleados cuentan con tutores del programa contratados por MAPFRE, que, dos veces por semana y en el mismo lugar de trabajo, les brindan clases de apoyo. Además, la compañía provee todas las guías y el material bibliográfico a los empleados, de manera gratuita.
	Programa de concientización a mandos medios de la compañía sobre Inclusión laboral de personas con discapacidad	Generar conciencia sobre la importancia de incluir a personas con discapacidad en la empresa, logrando de esta forma promover la inclusión laboral desde las distintas áreas de la compañía. Participaron del taller 29 empleados. En la primera parte, Bea Pellizari, directora Ejecutiva de La Usina, habló sobre la discapacidad y brindó herramientas para el trabajo. En la segunda parte se presentó un panel, integrado por 3 personas con discapacidad (visual, sonora y motriz) que compartieron sus experiencias de vida y motivaron a la reflexión conjunta.
	Campañas de Donación de sangre	Concientizar a los empleados sobre la importancia de donar sangre. Se generó una campaña concreta de donación voluntaria, en las instalaciones de MAPFRE, junto al Hospital de Pediatría Dr. Juan P. Garrahan. El 18 de mayo se llevó a cabo la "Tercera Campaña", donde donaron sangre 34 personas. La "Cuarta Campaña" se implementó el 16 de noviembre y participaron 47 personas de las cuales 33 pudieron donar sangre.
PROVEEDORES	Desayuno con Proveedores de MAPFRE ARGENTINA	Continuando con el ciclo de diálogo con proveedores, se realizó el segundo desayuno el 9 de marzo de 2010, con la intención de dar respuesta a las inquietudes surgidas durante el primer encuentro. Se trabajó en un piloto (en conjunto con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación) para fomentar el trabajo decente en la cadena de valor. En la segunda parte, un proveedor compartió su experiencia sobre inclusión laboral de personas hipoacúsicas.
	Programa de Formación de proveedores	Promover el empleo de calidad en la cadena de valor de las distintas empresas que integran la Red de RSE y Trabajo Decente promovida por el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. La capacitación constó de 4 encuentros en los que se informó sobre Administración de Personal y Seguridad e Higiene en el trabajo. Los formadores provenían tanto del ámbito público como del privado (expertos provenientes de las distintas empresas integrantes de la Red).
	Capacitación en Prevención de accidentes laborales y Seguridad e Higiene	El objetivo es brindar herramientas para fortalecer la gestión de distintos talleres protegidos que conforman RedACTIVOS. RedACTIVOS es una empresa social que realiza un servicio de comercialización y distribución de productos y servicios desarrollados por personas con discapacidad, Opera una red de criterios de equidad y está guiada por un código de ética. El primer taller, en el que participaron 35 personas, se realizó el 18 de agosto para los operarios y supervisores del Taller Parque Quirno, ubicado en la localidad de Hurlingham. El segundo se efectuó el 23 de agosto para los integrantes del Taller Los Tilos, ubicado en la localidad de La Plata. Participaron 30 operarios, además de 5 supervisores y coordinadores.



PARTE INTERESADA	PROGRAMA	ACCIÓN
PROVEEDORES	Inclusión de los "Principios para una Gestión Responsable" en las condiciones generales de Provisión de Bienes y Servicios que deben firmar los proveedores de la compañía	El proveedor debe adherir y asumir como propio los "Principios para una Gestión Responsable" promovidos por MAPFRE y basados en el Código Ético y de Buen Gobierno, la Política de Responsabilidad Social y la Política Medioambiental y Energética de MAPFRE. La firma de dichos principios se está desarrollando de manera gradual entre los proveedores.
CLIENTES Y RED COMERCIAL	Desayuno con la Gerencia de Planeamiento Comercial y Clientes	Desayuno con empleados provenientes de la Gerencia de Planeamiento Comercial y Clientes, con el fin de presentar el modelo y la política de RS y, al mismo tiempo, analizar las posibles líneas de acción para el trabajo conjunto.
	Desayuno para clientes Pyme sobre "La Responsabilidad Social como herramienta competitiva de las PyMes"	El objetivo del desayuno fue brindar herramientas a las Pymes clientes de MAPFRE para implementar acciones de RSE. El disertante fue Juan José Almagro, director general de Comunicación y RS del Grupo MAPFRE, y se invitó a parte de la RED COMERCIAL de la compañía. Se realizó el 6 de octubre y asistieron más de 70 personas





- Difusión de la Responsabilidad Social

- En la realización del IV Encuentro Hispanoamericano de RSE en la Universidad Nacional de Córdoba. Se mantuvo una visión federal en el plano de la difusión de la Responsabilidad Social Empresaria. Participaron más de 200 personas y se presentaron diversos paneles y referentes en la temática.

Día 1: 4 de octubre



Apertura Diego Sobrini.



Día 2: 5 de octubre



Apertura Julio Bresso.



Panel 4: "La RSE en la cadena de valor" (Claudio Giomi, Adrián Viloso, Alex Ehrenhaus y Natalia Melul).



Panel 1: Emprendimientos Sustentables "Un buen ejemplo" (Héctor "Toty" Flores, Carlos March y Fernando Flores Maio).



Panel 2: Entrevista cruzada: "RS: miradas desde la política" (Luis Juez, Mario Negri y Juan Turello).



Panel 5: "La mirada de los medio sobre la RS" (Edgardo Litvinoff, Luis Recalde, Pablo Rossi y Alejandro Roca).



Conferencia magistral del Dr. Juan José Almagro.



Panel 3: "Marca, Reputación y Responsabilidad Social" (Luis Ulla, Sebastián Bigorito y Daniel Valli).



Conferencia de Mario Martos.





- Difusión de la Responsabilidad Social

- Durante el taller de Inducción a la compañía en la primera capacitación presencial que recibe todo empleado de MAPFRE al ingresar, se destina un módulo para presentar el modelo de Responsabilidad Social.
- En las presentaciones y charlas en instituciones académicas: Universidad Argentina de la Empresa (UADE); Universidad de Buenos Aires (UBA) y Universidad Católica Argentina (UCA), entre otras.

- Trabajo en RED a través de la adhesión o membresía en:

- **Club de empresas comprometidas con la empleabilidad de las personas con discapacidad:** busca consolidar una Red Formal de empleadores que sean promotores de oportunidades de empleo para las personas con discapacidad, a fin de mejorar la empleabilidad y facilitar su contratación y reinserción laboral.
- **Red de empresas para la erradicación del trabajo infantil:** el objetivo de generar, dar apoyo y asistencia técnica a programas, planes y proyectos tendientes a la prevención y erradicación del trabajo infantil, tanto en sus ámbitos como en la cadena de valor. La Red es promovida por la Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (**CONAETI**).
- **Red de RSE y Trabajo decente:** La Red es una alianza multisectorial para el desarrollo sostenible, la promoción del trabajo decente y el diálogo social, promovida por el **Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación**.
- **Comité de RSE de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la República Argentina (AMCHAM):** El Comité trabaja los temas de interés para la gestión integral de la Responsabilidad Social Empresaria a través del vínculo con los diferentes públicos de las compañías miembro y la articulación con organizaciones del sector social y gubernamental.
- **Comisión de RS de la Cámara Española de Comercio de la República Argentina (CECRA):** La comisión trabaja sobre las temáticas relevantes que hacen a la gestión de la RSE para generar instancias de intercambio entre los distintos sectores.
- **Comisión de RSE del Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS):** es el capítulo local del World Business Council for Sustainable Development (**WBCSD**) una asociación global liderada por los CEOs de más de 230 compañías. Está dedicada exclusivamente a los vínculos de la empresa y el desarrollo sostenible.

- Miembros del Instituto Argentino de Responsabilidad Social

Empresaria (IARSE): busca promover y difundir el concepto y la práctica de la responsabilidad social, para impulsar el desarrollo sustentable de Argentina al trabajar junto a las empresas a través de redes de información, intercambio de experiencias y colaboración mutua.



3.5. Actuación Ética y Socialmente Responsable de MAPFRE ARGENTINA

La actuación ética y socialmente responsable, además de formar parte de los principios institucionales del Grupo, define la forma en la que éste desarrolla sus actividades y negocios. Dicho principio, definido en el Código de Buen Gobierno de MAPFRE, se desarrolla y traduce en una amplia gama de actuaciones, de las que se destacan a continuación las más relevantes:

- **Código Ético y de Conducta.** De obligado cumplimiento en el Grupo, sienta las normas de conducta que deben regir el comportamiento y actuación entre los empleados y su relación con terceros. Además, fija unas pautas mínimas que permiten orientar a los empleados en sus actuaciones profesionales, en aspectos tales como la protección y uso apropiado de los bienes de la empresa, la confidencialidad de la información y protección de los datos de carácter personal, la protección de la marca e imagen de la empresa, la calidad del servicio, y la atención al cliente, la competencia leal, la relación con los proveedores y socios, los conflictos de intereses, y la lucha contra la corrupción y soborno.

MAPFRE ARGENTINA cuenta con un Comité de Ética y Actuación Profesional, encargado de asegurar la aplicación de este Código, con funciones consultivas, resolutorias, de vigilancia y de promoción. Está conformado por el Presidente ejecutivo, Vicepresidentes, Director de Recursos Humanos y Responsabilidad Social y el Director de Auditoría Interna.

Durante el 2010 se ha llevado a cabo una campaña para dar a conocer la redacción y el alcance del código entre los empleados de la compañía. A su vez, cada nuevo empleado recibe un ejemplar impreso del Código Ético y de Conducta, para posteriormente firmar una nota asumiendo que lo recibió y lo leyó. También, se hace referencia al Código en el curso de Inducción de la compañía.

- Control interno

El Sistema de control interno definido por MAPFRE ARGENTINA se rige por una serie de principios básicos:

- Responsabilidad de todos los empleados del Grupo MAPFRE en materia de control interno.
- Fomento del control sobre los riesgos potenciales que puedan afectar a la consecución de los objetivos estratégicos.
- Mejora de la operativa interna, incrementando su capacidad para gestionar riesgos que pudieran presentarse. Identificación de posibles errores o deficiencias en los procesos y estructuras del Grupo.
- Sistema continuo en el tiempo.

Asimismo, el modelo del control interno adoptado posee un enfoque eminentemente práctico y representa una oportunidad para mejorar:

- Internamente: la eficacia y eficiencia de los procesos.
- Externamente: la confianza de las partes interesadas (la sociedad, los beneficiarios, la administración, etc.).
- La disponibilidad de recursos: un menor número de riesgos indefinidos o no controlados implica la liberación de recursos que se destinaban a tal fin.

A los efectos de difundir estos conceptos entre el personal de la compañía, la Dirección de Administración y Finanzas, junto con la Dirección de Recursos Humanos y Responsabilidad Social, encararán una serie de acciones que tendrán como objetivo hacer conocer el Plan entre todos los empleados. En este esquema, las acciones previstas son: matriculación en el curso de modalidad e-learning "Normas de Control Interno", y, posteriormente, participación de la encuesta "Ambiente de Control" para medir el ambiente de control interno existente en los distintos niveles de responsabilidad.

El sistema de Control Interno adoptado responde a la metodología COSO, según la cual existe una relación directa entre los objetivos que la entidad desea lograr y los componentes de la gestión de riesgos corporativos. En este sentido, durante 2010 se han elaborado los mapas de riesgos según las valoraciones brindadas por 356 usuarios. A partir de la identificación y evaluación de los riesgos relevantes, durante 2011 se llevarán a cabo los planes de acción necesarios, procurando un equilibrio óptimo entre los objetivos de crecimiento y rendimiento y los riesgos asociados.

- Lucha contra el Fraude (LCF) y Prevención del blanqueo de capitales

En MAPFRE ARGENTINA las unidades de negocio son responsables de desarrollar planes de acción para combatir el fraude interno y externo.

En 2010, 210 empleados de la compañía (un 10,82%) han recibido formación sobre prevención en blanqueo de capitales.

A continuación se detallan dichos planes en función de cada Unidad de Negocio:

- 1. MAPFRE VIDA

A. Prevención del blanqueo de capitales:

- Todo contrato de seguro con primas anuales superiores a \$ 30.000, se suscribió con el debido acompañamiento de una declaración jurada de lavado de activos, la cual es firmada por el tomador de la póliza, previo a su emisión.

- Revisión semestral de cartera vigente, respecto a la superación de primas anuales de \$30.000. En los casos necesarios se solicitó una idéntica declaración jurada mencionada en el punto anterior.
- Trimestralmente se informó sobre los siniestros liquidados por encima de \$ 30.000 al sistema de control ALSEP que estableció este método a partir de la resolución 32.841.
- Todo pago de siniestros por encima de \$ 50.000 se acompañó de una declaración de lavado de activos, firmada por el beneficiario de dicho monto.
- Las órdenes de pago de siniestros fueron complementadas en sus textos a los fines de que los beneficiarios declaren en carácter de qué vínculo perciben los importes cobrados y se ampliaron los datos personales (ej.: domicilio actual).

B. Lucha contra el Fraude:

- Las tramitaciones de denuncias de siniestros se los posibles focos de fraude, respecto a la intencionalidad de ficción de un hecho no amparado en el contrato celebrado.
- Ciertos casos de siniestros fueron reforzados con inspecciones de campo e informes que acompañaron la conclusión de la licitud o no de los reclamos.

- 2. MAPFRE ART

A. Prevención del blanqueo de capitales:

- Durante el año 2010, respecto de las pautas y topes establecidos en la ley 25.246 en el pago de indemnizaciones en conjunto con todas las unidades de negocio, se requirió a la Dirección de Tecnología de la Información modificar la leyenda en las órdenes de pago/recibos a fin de cumplimentar con todos los datos necesarios y exigibles. En relación a la identificación y conocimiento del cliente, también, se han enviado notas a los clientes que cumplieran con dichas pautas. De todos modos, en el caso del seguro de riesgo del trabajo y de rentas periódicas de la ley 24.557, al ser seguros obligatorios, tanto en la ley como en la resolución se establece que los datos son los requeridos por las normativas legales y reglamentarias específicas que los instrumentan y regulan.

B. Lucha contra el Fraude:

- Existen diversos procedimientos para luchar contra el fraude, siendo éste un acto de acción u omisión, con intención y contrario a la verdad, que puede darse en distintos momentos, tales como: en la contratación del seguro, en la declaración del siniestro o en la acreditación del daño, con la intención de obtener un enriquecimiento injusto de la compañía

- 3. Diversos (Seguros Generales)

A. Prevención del blanqueo de capitales:

- En línea con lo reglamentado por la Ley de Protección de Datos, a partir de enero de 2008 se solicitó mayor información a los clientes y reclamantes, siguiendo el precepto de la norma que exige "*conocer al cliente*" y contar con datos fidedignos y actualizados.

En tal marco, se requirió mayor información sobre los siniestros con **pagos o indemnizaciones iguales o superiores a \$ 50.000**. En estos casos, los asegurados, terceros damnificados, beneficiarios o sus representantes, firman una nota a modo de confirmación de la información.

También se solicita **información específica** en los siniestros superiores a **U\$S 100.000**.

B. Lucha contra el Fraude:

- Para comprobar o desvirtuar una sospecha inicial de intento de fraude, se examinan todos sus indicadores. Hay que advertir que es importante no considerar y valorar estos indicadores por separado, pues solamente el análisis global en el contexto del siniestro permite una conclusión válida.

- 4. Automóviles

A. Prevención del blanqueo de capitales:

- Durante 2010 se continuó la línea de acción planteada en 2009. Existe un **Departamento de Análisis de Siniestros de Automóviles** que tiene como función específica la Lucha Contra el Fraude (externo). Está compuesto por cuatro analistas y una jefatura que depende de la Dirección de Automóviles.

También, se continúa trabajando en el sistema SOFIA y en el Pool Antifraude compuesto por distintas aseguradoras del mercado, intensificando la actividad conjunta.

B. Lucha contra el Fraude:

- En la Dirección de Automóviles, todo intento de fraude es tratado por la jefatura del Departamento de Análisis de Siniestros y solo bajo autorización de dicha Dirección. Así se trabajó sobre análisis o auditorías especiales.

Para la ejecución de estas acciones se toman como premisas: el cumplimiento del Código Ético y de Conducta, el resguardo de los intereses de la compañía, la estricta confidencialidad y el respeto hacia las personas.

- Además, se avanzó en la implementación de un sistema - desarrollado por CESVI ARGENTINA, con iniciativa de MAPFRE y la participación de una comisión con integrantes de responsables de distintas aseguradoras - para la gestión de la actividad de los analistas de LCF.

- Internamente se avanzó en la implementación de controles sobre suscripción y siniestros a través de una base de clientes de riesgo, confeccionada con información del mercado, actualización de alertas automáticas sobre indicadores de fraude y desarrollo de SOFIA on line. Todos estos avances están siendo tratados, ya que estarán en funcionamiento durante el transcurso de 2011.

- Auditorías de Responsabilidad Social

En el marco de su plan anual correspondiente al ejercicio 2010, la Dirección de Auditoría Interna de MAPFRE ARGENTINA ha realizado cuatro trabajos especiales sobre aspectos vinculados a la Responsabilidad Social. Dichos informes versan sobre control interno, prevención del blanqueo de capitales, la constatación de la veracidad de las acciones realizadas y la adecuada aplicación de los fondos recibidos por CESVI ARGENTINA para los proyectos "Creciendo Seguros" y "Parque Temático de Educación Vial", desarrollados como parte de su programa de responsabilidad social empresaria.

Adicionalmente, se siguieron las recomendaciones surgidas en la revisión del grado de cumplimiento de la normativa aplicable a la Protección de Datos Personales, incluida en el plan anual de Auditoría Interna del año 2009.

3.6. Gestión de riesgos medioambientales, sociales y de gobierno (ESG)

Desde el Área de Gestión de Riesgos se trabaja arduamente en la adaptación y conocimiento de la normativa de Solvencia II, tal y como lo establece el Plan Estratégico de MAPFRE AMÉRICA.

Como acciones tendientes a tal fin, durante el año 2010 es posible identificar:

- La medición del riesgo operacional a partir del Mapa de Riesgos 2010, elaborado según las valoraciones brindadas por alrededor de trescientos colaboradores pertenecientes a más de cuarenta áreas y a la Red Comercial.
- La estimación trimestral de los riesgos y capitales a través del modelo de capital económico de Standard & Poor's
- Cumplimentación de los estudios de impacto cuantitativo QIS 4 y QIS 5.

El Sistema de Gestión de Riesgos (SGR) de MAPFRE ARGENTINA está basado en la gestión integrada de todos y cada uno de los procesos de negocio, y en la adecuación del nivel del riesgo a los objetivos estratégicos establecidos.

En dicho sistema, los diferentes grupos de riesgo se han agrupado en cuatro categorías:

Riesgo asegurador	Agrupada de forma separada para Vida y No Vida, los riesgos de: <ul style="list-style-type: none"> - Insuficiencia de primas. - Suficiencia de provisiones técnicas. - Reaseguro.
Riesgo financiero	Incluye los riesgos de: <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de Interés. - Liquidez. - Tipo de cambio. - Mercado. - Crédito.
Riesgo operacional	Abarca los riesgos derivados de fallos o inadecuaciones de sistemas, personas, procesos internos o eventos externos.
Riesgos estratégicos y emergentes	Contempla los riesgos de: <ul style="list-style-type: none"> - Ética empresarial y de buen gobierno corporativo. - Estructura organizativa. - Alianzas, fusiones y adquisiciones derivadas del entorno regulador. - Competencia

El Sistema de Gestión de Riesgos (SGR) define las siguientes metodologías de gestión de riesgo por categoría:

Riesgo	Metodología
Riesgo asegurador	Proceso: Cuantificación
Riesgo financiero	
Riesgo operacional	Proceso: Evaluación. Contempla la valoración de riesgos, identificación de controles internos, evaluación del grado de efectividad de los controles y establecimiento de medidas correctoras.
	Herramienta: Riskm@p
Riesgo estratégicos y emergentes	Proceso: Identificación, mitigación y evaluación del impacto.

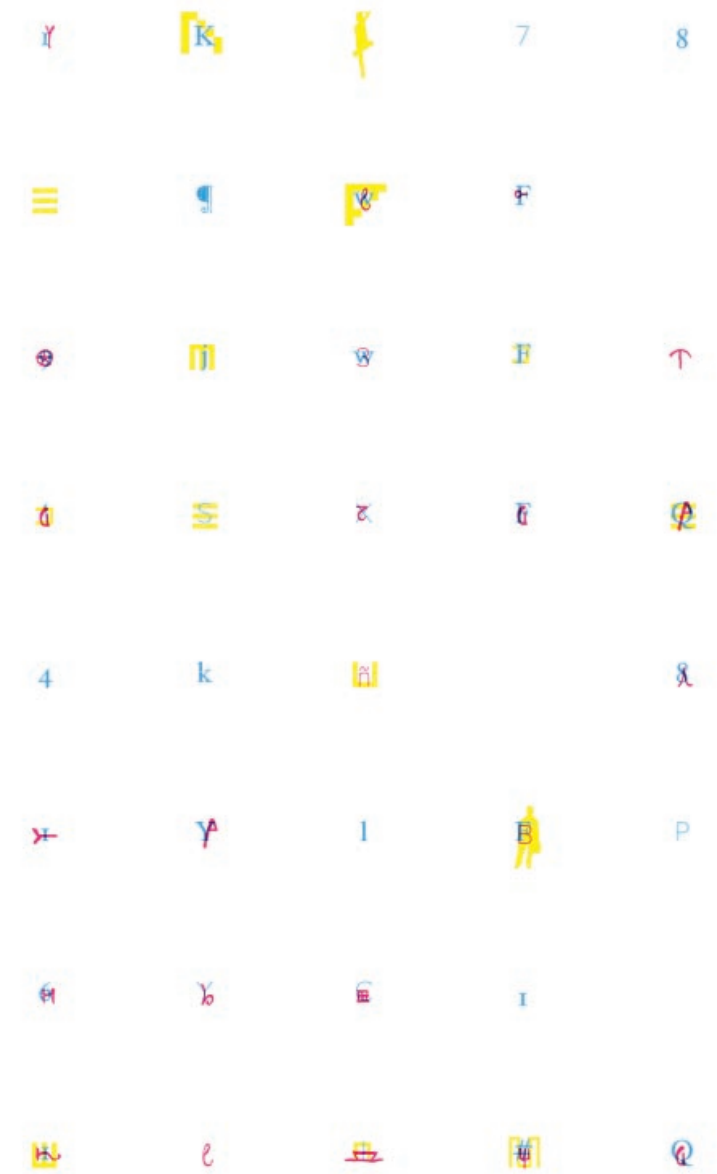
De este modo, los objetivos básicos del SGR son:

- Alcanzar un mayor grado de eficiencia en el control interno de los procesos de la entidad, así como una mejora en la gestión.
- Constituir la base para la adecuación a las futuras exigencias y requerimientos de los órganos reguladores y de supervisión, de acuerdo con las directrices de SOLVENCIA II.
- Evaluar y medir los riesgos a los que está expuesta cada sociedad filial y de las necesidades de solvencia, teniendo en cuenta el perfil de riesgo.
- Para la Dirección de Auditoría Interna, los mapas de riesgos servirán para establecer la planificación de las actuaciones de auditoría en función de los riesgos identificados como prioritarios. Así, dicho sistema permitirá orientar y evaluar su actividad y mejorar la eficacia de los procesos, del control y del gobierno para alcanzar los objetivos de la entidad.

En relación con el riesgo medioambiental, MAPFRE ARGENTINA ha definido un plan de actuación alineado con la Política Medioambiental y Energética corporativa enfocada en los pilares siguientes.

- Reformulación de los aspectos organizativos para la implantación del un modelo de gestión medioambiental y energética
- Comunicación y concientización en temas medioambientales a los diferentes grupos de interés
- Mejora de los procesos internos en cuanto a la gestión de recursos y residuos

Respecto a los riesgos relacionados con la ética empresarial y de estructura organizativa (considerados como parte de los riesgos estratégicos y de gobierno), MAPFRE aprobó en 2009 el Código Ético y de Conducta que entró en vigencia en MAPFRE ARGENTINA a partir de 2010, con el objetivo de que el comportamiento de todas las personas que integran el Grupo refleje los valores corporativos y sus principios de actuación. A tal fin ha sido creado el Comité de Ética como órgano garante de la aplicación, supervisión y control del Código. Por otra parte, también se ha avanzado en la implantación de un sistema de evaluación del desempeño y en la definición de puestos, lo que contribuye a minimizar los riesgos en este ámbito.



3.7. Principios seguidos para la elaboración del informe local de responsabilidad social

Alcance y perfil

Como en 2009, MAPFRE ARGENTINA ha elaborado su Informe de Responsabilidad Social conforme a las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G3, tanto las relativas a indicadores generales, centrales y adicionales, como las correspondientes al sector financiero aplicables a las entidades aseguradoras³. El Informe da cobertura a las actuaciones empresariales en el **ámbito asegurador**, en el que MAPFRE ARGENTINA desarrolla fundamentalmente sus actividades.

Fiabilidad y verificación

Los indicadores EC1, EC2, EC3, EC4, EC5, EC6, EC7, EN1, EN3, EN4, EN8, EN11, EN12, EN13, EN14, EN15, EN22, EN23, EN25, EN28, LA1, LA2, LA3, LA4, LA5, LA6, LA7, LA8, LA9, LA10, LA11, LA12, LA13, HR1, HR2, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9, SO2, SO3, SO4, SO5, SO6, SO7, SO8, PR3, PR4, PR5, PR6, PR7, PR8, PR9, FS1, FS2, FS3, FS4, FS5, FS6, FS7, FS9, FS13, FS14, FS15 y FS16 han sido verificados externamente por la firma Ernst & Young.

La Dirección de Auditoría Interna de MAPFRE ARGENTINA ha colaborado asimismo en el proceso de análisis y verificación del Informe.

Los datos que dan soporte a este informe han sido obtenidos mediante la herramienta informática de gestión de datos de responsabilidad social "Consigna".

Claridad, precisión y exhaustividad

La información se expone de forma sistemática e incluye un índice general, que facilita su lectura (pág. 4), y un índice global de indicadores GRI (pág. 70), que permite la accesibilidad y ubicación de los datos que se presentan.

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

³ Además se han seguido las recomendaciones de la Norma AA1000 -que comprende los Principios de AccountAbility AA 1000APS (2008)-, y la Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA 1000 AS (2008), en relación con los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta, cuya aplicación no ha sido verificada.

El informe correspondiente al último ejercicio se encuentra disponible para su consulta en el sitio web de MAPFRE ARGENTINA (www.mapfre.com.ar).

Periodicidad y comparabilidad

Este informe tiene periodicidad anual (enero a diciembre).

Los datos cuantitativos que figuran en el informe se confrontan con los referidos al año inmediatamente anterior, permitiéndose así el análisis y comparación de los cambios experimentados por la organización en el desarrollo de su actividad.

Toda variación significativa que se refiera a la cobertura, alcance, duración del periodo o información, se identifica y explica en el correspondiente índice.

Equilibrio

El informe refleja los aspectos positivos del desempeño de la organización. Cuando los resultados no han alcanzado las expectativas previamente formuladas, tal circunstancia se hace notar en los correspondientes epígrafes.

Materialidad, relevancia e inclusividad⁴

En la elaboración de este informe han participado representantes de las distintas áreas comunes y unidades de negocio de MAPFRE ARGENTINA, con el objetivo de que su contenido aporte información relevante y suficiente sobre aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización en su actividad aseguradora.

La evaluación de la materialidad o relevancia de la información incluida ha sido realizada por los responsables de las distintas áreas de la compañía y el Comité Ejecutivo. Además, se han tenido en cuenta las observaciones de las partes interesadas con las que se relaciona MAPFRE ARGENTINA, obtenidas, a lo largo del año, por medio de diversos canales de comunicación.

Por otra parte, se anexa un capítulo sobre FUNDACIÓN MAPFRE, con información relativa a las actividades desarrolladas en la Argentina.

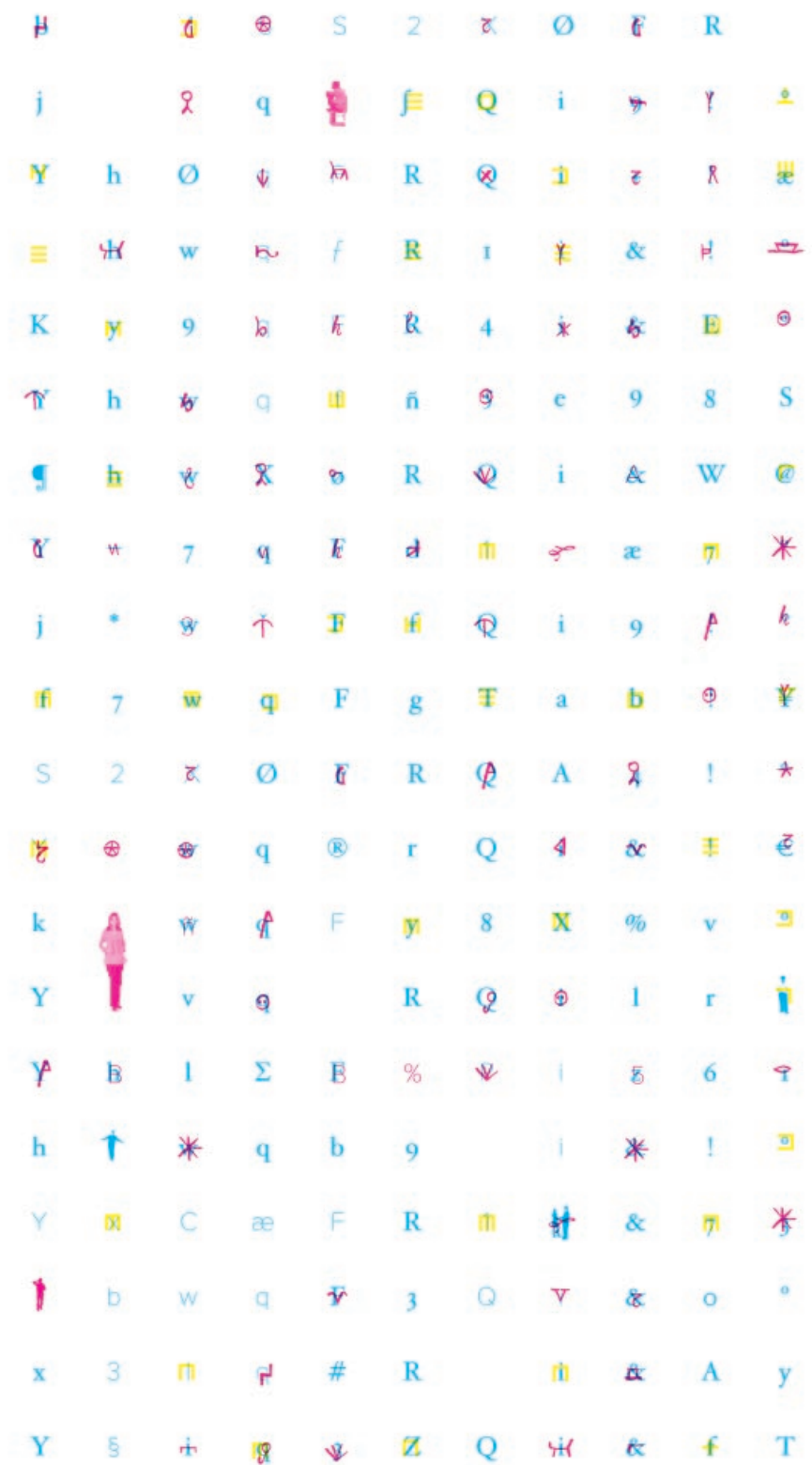
⁴ El Global Reporting Initiative define la materialidad como "el umbral a partir del cual un aspecto o Indicador pasa a ser lo suficientemente importante como para ser incluido en la memoria".

Nivel de aplicación de los indicadores GRI v3

El presente Informe se ha realizado conforme a los requisitos exigidos por el nivel de aplicación **B** de la guía de elaboración de memorias de Responsabilidad Social G3 del Global Reporting Initiative.

Capacidad de respuesta

El informe, además de ofrecer información relevante para las partes interesadas, da respuesta a las observaciones transmitidas a lo largo del ejercicio. No obstante, las personas interesadas en consultar o completar la información aportada en este documento, pueden contactarse con la entidad a través de la Dirección de RR.HH. y Responsabilidad Social: rse@mapfre.com.ar.



3.8. Premios y Reconocimientos

Los siguientes premios y reconocimientos avalan la gestión empresarial y la calidad del servicio que se presta en MAPFRE ARGENTINA:

NOMBRE COMPLETO DEL PREMIO	ORGANIZACIÓN O INSTITUCIÓN QUE LO OTORGA	FECHA	BREVE DESCRIPCIÓN
1° puesto en Premios Prestigio en la categoría Seguros	CEOP	Mayo 2010	El premio se otorga de acuerdo a la opinión de los máximos empresarios de cada sector. Premia el esfuerzo de las empresas que se encuentran entre las más admiradas, por alcanzar diferentes valores económicos y sociales. En esta nueva edición, la 17°, MAPFRE ARGENTINA sobresalió en los atributos: calidad del management, honestidad y ética empresarial y proyección de futuro.
Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERC0) 1° posición de las compañías de seguros. 33° posición en el índice General. Diego Sobrini, presidente de MAPFRE ARGENTINA, ocupó el puesto 36 dentro de los 100 líderes de mejor reputación.	Justo Villafañe	Mayo 2010	El Ranking MERC0 es un instrumento de evaluación reputacional similar al que publica Fortune en Estados Unidos, que evalúa desde 2000 la reputación en España, habiéndose convertido en uno de los monitores de referencia en todo el mundo. En la primera edición realizada en Argentina, participaron de las encuestas cuatrocientos quince directivos de compañías que facturan más de 30 millones de dólares, además de expertos analistas financieros, ONG, asociaciones de consumidores y usuarios, sindicatos y líderes de opinión.
1° Posición en la categoría empresas del Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas y ONG (Foro Ecuménico y Social).	Foro Ecuménico y Social	Septiembre 2010	MAPFRE fue la ganadora en la categoría empresas, de la cuarta edición del Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas y ONG. El objetivo del premio es fortalecer la cultura de la responsabilidad social, en su expresión más abarcativa e integradora, contribuir a establecer criterios internacionales, mostrar el estado de las empresas y ONG latinoamericanas y exponer las mejores prácticas de responsabilidad social.
17° edición de Olimpo de las Marcas: -1° posición en categoría MAPFRE ARGENTINA ART. -2° posición MAPFRE ARGENTINA SEGUROS GENERALES -3° posición MAPFRE ARGENTINA VIDA	Total Argentina Strategic para la revista Mercado.	Octubre 2010	El ranking Olimpo de las Marcas destaca las empresas mejor percibidas por los empresarios y tiene en cuenta tres parámetros: el principal es el de percepción de calidad, el segundo es el de la prominencia (porcentaje de entrevistados que conoce la marca) y el tercero el del consenso (señala cuán coincidentes fueron las opiniones).

2° Premio Prestigio Seguros Ejecutivos	CEOP y Revista Nuevos Bancos y Seguros	Noviembre 2010	MAPFRE ARGENTINA se ubicó en la 2º posición en el Premio Seguros Ejecutivos, de acuerdo a la opinión de altos ejecutivos del sector, por ser una de las compañías más nombrada de forma espontánea y por obtener altas valoraciones en los atributos evaluados, tales como: calidad de productos y servicios, percepción de solvencia económico-financiera, creatividad en la gestión comercial y de marketing, honestidad y ética empresarial, entre otros.
4° Premio Prestigio Seguros Productores	CEOP y Revista Nuevos Bancos y Seguros	Noviembre 2010	Productores de seguros consultados a lo largo del país señalaron a MAPFRE como la cuarta mejor empresa aseguradora de la Argentina, por ser una compañía más nombrada de forma espontánea y por obtener altas valoraciones en los atributos evaluados, tales como calidad de productos y servicios, percepción de solvencia económico-financiera, creatividad en la gestión comercial y de marketing, honestidad y ética empresarial, entre otros.





4

Dimensión Social de MAPFRE ARGENTINA

4.1. MAPFRE ARGENTINA y sus Empleados

Los empleados para MAPFRE ARGENTINA

Las personas que trabajan en MAPFRE ARGENTINA son artífices centrales de las grandes-pequeñas cosas que como empresa le suceden.

Muchos sumaron un año más de experiencias en la empresa y otros llegaron e iniciaron su camino hace poco. Para MAPFRE, todos ellos son nuevos, no sólo los recién llegados. Aún quienes tienen una historia propia de años en la compañía hoy son distintos. Uno no es el mismo que hace un tiempo atrás. MAPFRE ARGENTINA está formada por 1940 personas más que hace un año, únicas e irrepetibles.

El trabajo se centra en cada una de ellas, siempre desde sus valores y principios. Promueve constantemente la actuación ética en la búsqueda rigurosa de sus objetivos organizacionales. En este sentido, el Código de Buen Gobierno y el Código Ético y de Conducta del Grupo MAPFRE constituyen la referencia irrenunciable de su accionar.

MAPFRE ARGENTINA quiere que las personas lleguen para quedarse y puedan desarrollarse. Las prácticas y acciones buscan acompañar continuamente su crecimiento profesional y maduración personal pensando en ellos no sólo como empleados sino como personas íntegras, con ideas, temores, sueños y necesidades.

MAPFRE sabe que sin personas no hay organización posible. Por eso invierte continuamente en su capital humano y en la tecnología que le permita complementar de la mejor manera el vínculo personal y conocimiento profundo de cada persona, siendo éstos últimos excluyentes para una gestión de personas que contribuya al propio desarrollo alineado con sus expectativas.

Desde el inicio de la relación, a la compañía le preocupa y ocupa estar cerca de su gente, por eso propicia un excelente lugar para trabajar donde puedan explotar su potencial, alcanzar sus objetivos y, al mismo tiempo, pasarla bien. En definitiva, que quieran venir a trabajar y vivir MAPFRE.

A continuación, se presenta el trabajo realizado por la Dirección de Recursos Humanos y Responsabilidad Social. Quienes leyeron el informe anual anterior notarán similitudes en las prácticas y acciones descritas. Sin embargo, son muy diferentes debido a que fueron transitados por distintas personas. En ellas encuentran la energía para no gestionar desde la rutina sino desde la convicción que cada una, con sus características y personalidad propia, es un mundo sorprendente por conocer, comprender y cuidar.

Estructura de la plantilla

A 31 de diciembre de 2010, la plantilla de las distintas entidades del Grupo está compuesta por 36.744 empleados (25.948 en empresas de seguros y 10.796 en empresas no aseguradoras), lo que representa un incremento de 1.519 empleados (4,31%) respecto al cierre de 2009.

La dotación de las distintas entidades de MAPFRE ARGENTINA está compuesta por 1940 empleados (1.761 en empresas de seguros y 179 en empresas no aseguradoras), lo que simboliza un incremento de 84 empleados (4,53%) respecto al cierre de 2009.

ARGENTINA	2010	2009	VARIACIÓN %
Nº DE EMPLEADOS	1940	1856	4,53

DESGLOSE DE LA PLANTILLA POR SEXO

	HOMBRES		MUJERES	
	Número	%	Número	%
ARGENTINA	1060	54,64	880	45,36

DESGLOSE DE EMPLEADOS POR CATEGORÍA LABORAL Y SEXO

ARGENTINA CATEGORÍAS	2010		2009	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
DIRECTIVOS	26		24	
JEFES	197	78	180	76
TÉCNICOS	604	399	630	376
ADMINISTRATIVOS	233	403	209	361
TOTAL	1060	880	1043	813

DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADOS CON FUNCIÓN COMERCIAL POR SEXOS Y CATEGORÍAS

2010 FUNCIÓN COMERCIAL		CATEGORÍAS				TOTAL
		DIRECTIVOS	JEFES	TÉCNICOS	ADMINISTRATIVOS	
HOMBRES		21	88	193	90	392
MUJERES			21	130	103	254

Al cierre del ejercicio, la edad media de los empleados se situaba en 33,26 años y su antigüedad media en 4,61 años, tal como muestra el siguiente cuadro:

ÁREAS GEOGRÁFICAS	EDAD MEDIA		ANTIGÜEDAD MEDIA	
	2010	2009	2010	2009
ARGENTINA	33,26	33,18	4,61	4,39



Empleo y Selección

Empleo

La política de empleo de MAPFRE ARGENTINA fomenta la contratación fija frente a la temporal. El porcentaje de empleos fijos al cierre de 2010 fue del 100%, fragmentado en entidades de seguros y no seguros según la siguiente tabla:

	CONTRATACIÓN FIJA	
	SEGUROS	NO SEGUROS
ARGENTINA	90,77%	9,23%

El siguiente cuadro refleja las altas y bajas producidas durante 2010, clasificadas por los motivos que las han originado:

ALTAS Y BAJAS POR MOTIVO (Entidades Aseguradoras)	2010
ALTAS:	
- Captación Externa	369
BAJAS:	
-Voluntarias.	197
-Despidos.	95
-Excedencias.	16
-Jubilaciones.	3
-Fallecimientos.	1

El índice de rotación no deseada (bajas voluntarias y excedencias sobre plantilla media) es el siguiente:

ÁREAS GEOGRÁFICAS	% DE ROTACIÓN	
	2010	2009
ARGENTINA (entidades aseguradoras)	12,63%	9,51%

Empleados con discapacidad

En MAPFRE Argentina trabajan 7 empleados con discapacidad, debiendo destacarse que este número de personas está exclusivamente referido a aquellas que poseen un certificado de discapacidad emitido por la autoridad competente.

Selección

En MAPFRE ARGENTINA se realizan los procesos de reclutamiento y selección asegurando la rigurosidad profesional, la objetividad e igualdad de oportunidades en todos los procesos de selección que se realizan conforme a los principios del Código de Buen Gobierno de MAPFRE y a los lineamientos del manual de selección de filiales de MAPFRE AMÉRICA. Los principales lineamientos son los siguientes:

1. Incorporar los candidatos más adecuados al perfil de cada puesto.
2. Reducir al mínimo los márgenes de error y subjetividad, a fin de generar igualdad de oportunidades en todos los procesos de selección.
3. Homogeneizar los circuitos de todos los procesos de incorporación.
4. Considerar la selección como una fase crítica dentro de la política de Recursos Humanos, aspecto clave para el desarrollo profesional de sus equipos.

El proceso de selección **-cabe remarcar que durante 2010 se llevaron a cabo 528-** marca el inicio del vínculo con las personas que quieren formar parte de la compañía. Durante este proceso se posa la mirada en las competencias requeridas por la organización, basadas en los valores que requiere en sus integrantes.

En este contexto, el servicio del Departamento de Empleos y Relaciones Internas se centra en encontrar y atraer personas capaces de sorprender y satisfacer de manera superadora al cliente tanto interno como externo, con un alto nivel de profesionalismo en su gestión.

Gestionar las relaciones internas implica colaborar activamente, junto con las demás áreas, en la retención y permanencia de los empleados. Supone anticiparse y desactivar los posibles conflictos laborales que puedan surgir entre ellos, para contribuir con el clima laboral, mejorar su productividad y propiciar un ambiente de cooperación y trabajo en red.

También se encarga de realizar una entrevista de egreso a todos los empleados que renuncian, con el fin de conocer los motivos de la decisión y obtener información relevante de la visión del empleado acerca de la compañía, para que, en caso que corresponda, implementar acciones de mejora.

Cuando se genera una vacante, el responsable del proceso de selección evaluará cuál es la mejor alternativa de reclutamiento en función del perfil que se requiera, priorizando siempre a la movilidad interna.

Movilidad y promoción interna

MAPFRE ARGENTINA entiende que la movilidad interna es una acción que contribuye fuertemente al aprendizaje y desarrollo de sus colaboradores. Siempre, al momento de cada solicitud por nuevas vacantes, primero se mira a los empleados.

El objetivo de esta práctica es brindar la posibilidad de crecimiento profesional a las personas que cuenten con un desempeño y recorrido, así como el potencial necesario, que amerite una promoción. Todo ello sin perder de vista la presencia de los valores humanos que son esenciales para la cultura corporativa.

En los procesos de reclutamiento interno se utilizan 2 herramientas de evaluación:

Presentación espontánea de candidatos: el colaborador tiene la posibilidad de, a través de una entrevista con Empleos y Relaciones Internas, solicitar el traslado de área. El candidato será evaluado en función de futuras búsquedas que se ajusten a su perfil y experiencia.

Job Posting (Búsqueda Interna) es un proceso mediante el cual la compañía le comunica a los colaboradores las búsquedas a las cuales pueden postularse, garantizando así la igualdad de oportunidades para el desarrollo interno.

Durante el año 2010 se cubrieron 389 vacantes con personal externo y 139 con personal interno, de las cuales 127 fueron promociones y 12 fueron traslados de posición.

MAPFRE es conciente de las expectativas que despiertan los procesos de selección, tanto externos como internos. Por eso se cuida mucho la comunicación de los resultados de cada etapa, en especial si la persona no es la elegida para continuar. En todos los casos, el responsable de las búsquedas se contacta con cada uno para explicar los motivos de cada decisión que los involucra y se deja las puertas abiertas para nuevas oportunidades.

Evaluación y Desarrollo Profesional

El desarrollo de las personas es un pilar fundamental en la gestión. Predomina el convencimiento de que sin desarrollo individual el crecimiento personal y organizacional se torna vacío y finito.

Por eso, MAPFRE ARGENTINA viene trabajando intensamente en generar acciones que le permitan identificar y promover herramientas que contribuyan a ahondar el desarrollo de las competencias necesarias en las personas.

En esa línea, durante el año 2010, se inició un Programa de Desarrollo de Personas conformado por distintas actividades con metodologías propias por el que han pasado 79 personas. Sus resultados ilustran las fortalezas y aspectos de mejora de cada una: información imprescindible para planificar las acciones formativas futuras.

A través de entrevistas individuales, cuestionarios y ejercicios grupales, se logra conocer a las personas con mayor profundidad para trabajar junto a ellas en su aprendizaje, formación y crecimiento.

A su vez, desde 2006 se viene implantando y profundizando el Proceso de Gestión de Desempeño que constituye un sólido sostén de la gestión de personas a fin de orientar sus tareas, obtener información útil sobre su desempeño, detectar áreas de mejora, y formular acciones y compromisos para incrementar la efectividad individual, grupal y organizacional.

El programa tiene tres etapas bien claras: definición de objetivos, revisión parcial y evaluación final del desempeño. En la primera, se fijan y consensúan los objetivos a lograr y los comportamientos esperados. La segunda etapa, llevada a cabo a mitad del período evaluado, comprende el feedback sobre la evolución del desempeño. Esto permite hacer los reconocimientos pertinentes y/o correcciones necesarias con vistas a la evaluación final a realizarse al término del ciclo.

Todos los años se incrementa gradualmente, capacitación específica mediante, la cantidad de personas formalmente habilitadas para formar parte del proceso. En la última edición, año 2010, participaron 1.018 personas.

Formación

MAPFRE ARGENTINA cree en el valor del aprendizaje y por tanto busca fomentarlo entre sus empleados, a través de distintas actividades formativas.

La integración y el trabajo en red, su búsqueda, práctica y difusión, son conceptos vívidamente presentes en nuestros contenidos, los cuales son siempre tratados a la luz de los valores vigentes en nuestro Código de Buen Gobierno.

MAPFRE es cuidadoso tanto en la elección como en las dinámicas utilizadas, las cuales son seleccionadas, con el objetivo de favorecer el proceso de enseñanza y, por tanto, impulsar a que los empleados lleven a la práctica concreta lo compartido en la actividad.

El modelo de formación refleja el caminar junto a las personas y combina distintas técnicas de capacitación presencial con E-learning.

La empresa entiende la formación como un proceso de transformación continua, para un mejor hacer, a partir de un proceso de construcción de conocimientos y desarrollo de competencias, en una situación de enseñanza - aprendizaje, no solo en lo que respecta a la vida profesional sino también a la vida personal.

En el año 2010 se han invertido \$779.686,35 de pesos en formación, cifra que representa el 0,52 % del importe de las retribuciones.



HORAS DE FORMACIÓN Y NÚMERO DE ASISTENCIAS POR CATEGORÍAS LABORAL

ARGENTINA		
CATEGORÍAS	ASISTENCIAS	HORAS
DIRECTIVOS	80	726
JEFES	829	10.057
TÉCNICOS	1.210	25.507
ADMINISTRATIVOS	889	18.123
TOTALES	3.008	54.413

HORAS DE FORMACIÓN Y NÚMERO DE ASISTENCIAS POR MODALIDADES DE IMPARTICIÓN DE LA FORMACIÓN

MODALIDAD DE IMPARTICIÓN DE LA FORMACIÓN	2010		2009	
	ASISTENCIAS	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS
FORMACIÓN PRESENCIAL	2.975	54.191	2.959	51.702
FORMACIÓN E-LEARNING	33	222	95	561
MIXTA	0	0	95	1.520
TOTALES	3.008	54.413	3.149	53.786

La formación impartida en MAPFRE ARGENTINA se agrupa en tres grandes ejes temáticos, en función de la naturaleza de los contenidos abordados:

- **Formación Corporativa:** programas de capacitación orientados a internalizar los valores y la cultura de la organización, destinados a presentar modelos propios de la compañía. También incluye formación en gestión, liderazgo y desarrollo de habilidades.
- **Formación Comercial:** toda actividad dirigida a conocer y profundizar los productos y servicios de la empresa. Asimismo, se orienta a desarrollar habilidades profesionales de venta y gestión para alcanzar y mantener relaciones efectivas con los clientes.
- **Formación Técnica:** comprende actividades dirigidas a propiciar conocimientos específicos de las distintas unidades de negocio o servicio. En este tipo de capacitaciones se forman profesionales que cuenten con las habilidades y conocimientos técnicos y operativos propios del campo en el que se desarrollan.

HORAS DE FORMACIÓN Y NÚMERO DE ASISTENCIAS POR TIPO DE FORMACIÓN

POR NATURALEZA DE LOS CONTENIDOS	2010		2009	
	ASISTENCIAS	HORAS	ASISTENCIAS	HORAS
FORMACIÓN COMERCIAL	306	2.177	582	4.319
FORMACIÓN TÉCNICA	538	8.618	1.033	9.995
FORMACIÓN CORPORATIVA	2.164	43.618	1.534	39.469
TOTALES	3.008	54.413	3.149	53.783

A continuación se destacan algunas de las principales iniciativas en materia de formación durante el ejercicio 2010.

Desde el departamento de Formación Integral se han impartido 137 eventos de capacitación, entre los que merecen destacarse:



- **El Programa Directivo MAPFRE (PDM):** dirigido a niveles gerenciales con una carga horaria de 200 horas por persona a lo largo de un año. En el primer módulo de su 3ª edición han participado 23 empleados. Esta capacitación abarca contenidos de gestión de personas, relaciones laborales, gestión de negocios, comunicación interna e interpersonal, entre otros conceptos necesarios y relevantes para los directivos y mandos medios. Busca potenciar el capital humano desarrollando capacidades gerenciales y optimizando los resultados que se obtienen. Todo ello, a través de la adecuada dirección y coordinación de las personas y los recursos.





- El Programa de **Formación Intensiva en Estrategias de Liderazgo (FIEL)** concluyó su 2ª edición iniciada en el año 2009. Cuarenta y cinco mandos medios han sido formados en habilidades de liderazgo y comunicación a lo largo de cinco módulos, con una carga horaria de 80 horas por persona. Su objetivo es favorecer el desarrollo de habilidades y herramientas que fomenten el liderazgo efectivo en la situación habitual de trabajo.
- **Talleres abiertos de formación:** a comienzos de 2009 se implementó esta nueva modalidad. Mediante convocatorias abiertas, todas las personas, independientemente de su rol y posición, tienen la posibilidad de elegir y acceder a estos talleres en función de sus propios intereses y planes de carrera personales. El objetivo principal es hacerlos partícipes de su propio camino de formación, generando un espíritu abierto de aprendizaje.

A los talleres abiertos de Excel, Power Point, Negociación y Administración efectiva del tiempo ya desarrollados durante 2009, se ha incorporado el taller abierto de Gestión de Proyectos, al que han asistido más de 80 personas en tan sólo 3 meses.

En total se han realizado 13 talleres abiertos a los que han asistido 129 participantes, con un total de 1.032 horas de capacitación.

La materialización de esta iniciativa se alcanza con la colaboración de los formadores internos de MAPFRE como motores y copartícipes del proyecto, ya que en sus manos recae el dictado de la mayoría de estos talleres.

Para ello participaron y fueron formados especialmente en nuestro Taller de formación de formadores. En él se comparten herramientas y desarrollan habilidades para coordinar grupos de formación en el contexto de la educación de adultos.

Programa Emprender: comprende una serie de actividades formativas e informativas, integradas y articuladas, que acompañan los primeros pasos de un nuevo empleado dentro de la compañía. Su objetivo es facilitar un rápido y, al mismo tiempo, amigable ingreso a su puesto de trabajo, la cultura, visión, misión y valores.

En total se han realizado 15 talleres Emprender a los que han asistido 211 participantes.



Taller Asegurarte, el arte de asegurar con calidad permite comunicar y acercar a todas las personas que forman parte de MAPFRE, el concepto de calidad de servicio, base de toda la actividad de la empresa, ya que la gestión está orientada hacia la satisfacción del cliente.

Este taller se desprende de uno de los principios empresariales "alta calidad de servicio", al cual deben ajustarse todas las acciones de MAPFRE.

En total se han realizado 8 talleres Asegurarte a los que han asistido 140 participantes.

- Durante 2010 se ha incorporado al plan anual de formación: el "**Business Game MAPFRE**" es, un juego de estrategia empresarial aplicado al mercado asegurador, desarrollado por FUNDACIÓN MAPFRE. Promueve la asimilación de contenidos relativos a la gestión del mercado asegurador mediante la adopción de decisiones representativas de las distintas áreas de gestión de una compañía de seguros y la simulación de su impacto en la cuota de mercado, resultados y solvencia de la empresa.
- Además, se ha continuado con el desarrollo de **Programas de Formación Corporativa** que incluyen acciones de formación de carácter institucional, cuyo contenido incluye temas específicos como la cultura y los principios de MAPFRE. En el año 2010 han participado en estos cursos un total de 389 empleados.

Prácticas docentes

Durante 2010 se ha continuado con las prácticas rentadas de formación para alumnos del último año del secundario de escuelas técnicas. A partir de un acuerdo entre MAPFRE ARGENTINA y la Escuela Técnica N° 35, los alumnos acceden a la posibilidad de realizar una práctica educativa - laboral en el departamento de Peritos de la Gerencia de Siniestros de Daños Materiales. Entre las principales tareas se encuentran las verificaciones y evaluaciones técnicas, tareas administrativas y manejo de sistemas, entre otras.

Política de Retribuciones y Compensaciones

El modelo de compensaciones de MAPFRE ARGENTINA está diseñado para recompensar en forma competitiva a sus empleados, conforme a sus competencias y desempeño.

Comprende un sistema integrado de remuneración fija, variable y beneficios, cuya aplicación adopta diversas formas según el puesto involucrado. Esta compensación total, en todos los casos, tiene el objetivo de atraer, retener y motivar a las personas, siempre asentada sobre dos pilares incuestionables: competitividad externa y equidad interna.

En el ejercicio 2010 se han pagado retribuciones por importe de 149.608.479,45 millones de pesos entre las empresas de seguros y entidades no seguros de MAPFRE ARGENTINA. El 72,58% de estas cantidades corresponde a sueldos y salarios, el 18,20% a cotizaciones a los seguros sociales, el 3,01% a beneficios sociales, y el restante 3,02% a indemnizaciones y otros complementos. El porcentaje de retribución variable sobre la total representa el 3,19%.

Con carácter general, el salario en MAPFRE ARGENTINA es significativamente superior al salario mínimo del país. El diferencial es del 56,6%.

Beneficios Sociales

MAPFRE ARGENTINA concibe los beneficios sociales como fundamentales para atraer, retener y motivar a los empleados dentro de su esquema de compensación total.

Desde su lanzamiento, se han extendido los contenidos del Programa 'Viví MAPFRE Beneficios' con el afán de satisfacer las necesidades presentes y latentes de los colaboradores.

En esta línea, se reflexiona permanentemente sobre nuevos beneficios, y/o innovaciones a los existentes, centrados en el interés de los empleados.

MAPFRE ARGENTINA siempre ha contado con una amplia tipología de beneficios sociales. En el año 2010, los tipos de beneficios sociales y los empleados con derecho a ellos fueron los siguientes:

TIPO DE BENEFICIO SOCIAL	Nº EMPLEADOS CON DERECHO A ESTE BENEFICIO
SISTEMAS DE PREVISIÓN SOCIAL PRIVADO	1.940
SEGURO DE VIDA	1.940
SEGURO DE SALUD	1.940
AYUDAS ESCOLARES PARA HIJOS	1.940
DESCUENTOS EN SEGUROS DE LA COMPAÑÍA	1.940
PREMIOS DE NATALIDAD - NUPCIALIDAD	1.940
PREMIOS DE PERMANENCIA EN LA EMPRESA	1.940
PRÉSTAMOS	1.940
SISTEMA DE BENEFICIOS Y DESCUENTOS VÍA INTERNET	1.940
AUTOS DE RECUPERO	1.940
BECAS	1.940
BECAS POSTGRADO	1.940
DÍAS ADICIONALES (PATERNIDAD, ADOPCIÓN)	1.940
DÍA DE CUMPLEAÑOS	1.940
CASUAL DAY / CASUAL SUMMER	1.940
SERVICIO DE EMERGENCIA	1.940
SERVICIO DE COMBIS	1.940
TALLERES ABIERTOS (EXCEL, WORD, POWERPOINT, ETC)	1.940
HORARIO FLEXIBLE	1.940

En general, todos los beneficios se ofrecen a los empleados con independencia de que su contrato sea fijo o temporal. En el año 2010, el importe destinado a beneficios sociales ha sido de 4.498.130,23 pesos, que representan el 3,01% de la retribución total del personal.

Igualdad de Oportunidades y Conciliación de la Vida Familiar y Laboral

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

A su vez, existe el convencimiento de que el desarrollo profesional y el bienestar de quienes trabajan en MAPFRE ARGENTINA se potencia con una adecuada conciliación de la vida familiar y laboral.

Igualdad de oportunidades

En el marco de una organización que apunta a generar una actividad económica sustentable, se considera de alta relevancia contar con políticas que favorezcan la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida laboral y personal. Sin dudas, esta cultura laboral de unir los intereses corporativos con los individuales, potencia el crecimiento empresarial y desarrolla profesionalmente a los colaboradores.



Para garantizar que estos principios (plasmados en el Código Ético y de Conducta) se lleven a la práctica, los ejecutivos que tienen colaboradores a cargo, son formados con la clara directiva de mantener la ecuanimidad por encima de todo y, al momento de pensar en promociones o ingresos, postular a la persona más idónea para la posición.

Asimismo, se fomenta que todos los empleados con su actuación, favorezcan entornos laborales basados en el respeto, en los cuales quienes tienen responsabilidad profesional sobre otras personas, sean objetivos en su selección y promoción, así como en el establecimiento de sus condiciones retributivas, capacitación y evaluación.

A través de herramientas como encuestas, focus groups y/o entrevistas, se obtiene una devolución de cómo y cuánto son valoradas estas prácticas por los empleados. De tal forma, se asume un compromiso con el desarrollo de esta cultura laboral.

Conciliación de la vida laboral y familiar

MAPFRE ARGENTINA tiene la firme vocación de cuidar y acompañar a sus empleados desde una mirada integral, al saber que si una persona se encuentra bien en su casa, también lo estará en su ámbito laboral.

Fiel a ello, se cuenta con numerosas medidas para facilitar la conciliación de la vida personal y laboral, entre las que cabe destacar las siguientes:

MEDIDAS DE CONCILIACIÓN DE VIDA LABORAL Y PERSONAL	Nº EMPLEADOS
Horario laboral flexible	1.940
Trabajo a tiempo parcial	294
Jornada laboral reducida	1.646
Tele trabajo	7
Permisos retribuidos y no retribuidos	1.940
Programas de formación relacionados con la conciliación (gestión del tiempo, gestión de reuniones, uso del correo electrónico, etc)	16
Día de cumpleaños	1.940

Acoso moral y sexual en el trabajo

Respecto de la prevención del acoso moral y sexual en el trabajo, se cuenta con los lineamientos que brinda al respecto el Código Ético y de Conducta de MAPFRE, en tanto considera el respeto hacia los demás como un elemento básico de la conducta de sus empleados. Se rechaza cualquier manifestación de acoso en el trabajo, como cualquier comportamiento violento u ofensivo hacia los derechos y dignidad de las personas.

En este sentido, tratar de forma respetuosa a sus compañeros, superiores y subordinados, y contribuir a mantener un entorno laboral libre de acoso, es una obligación y responsabilidad de cada empleado.

Durante este ejercicio no se han recibido denuncias por acoso.

Comunicación con los Empleados y Relación Empresa-Trabajadores

A través de la comunicación interna, MAPFRE ARGENTINA no sólo informa a su personal sobre los temas y acontecimientos importantes del negocio, su estrategia y planes, sino que tiene como objetivo hacer vivir su misión y motivar para hacer posible su visión. En otros términos, busca construir una identidad común, reafirmarla en cada etapa de su historia y generar en las personas "el orgullo de sentirse parte".

Desde la Dirección de Recursos Humanos y Responsabilidad Social, junto con el Departamento de Comunicación Institucional, la compañía gestiona la comunicación con sus empleados a través de los canales y las herramientas de comunicación interna e interpersonal, entre los líderes y los equipos, y viceversa.

Sentido MAPFRE, constituye un espacio de comunicación institucional dirigido a mandos medios de la empresa, donde el Presidente, Vicepresidentes y Comité Ejecutivo, presentan los proyectos más importantes y comunican los objetivos a alcanzar durante el siguiente año.

En el año 2010, se realizaron 2 encuentros de este tenor que facilitaron la transmisión de información directamente entre la alta dirección y los mandos medios de la compañía.

A su vez, desde el año 2006 se implementa el programa Gestión de Desempeño, el cual brinda a la organización una herramienta comunicacional poderosa que permite generar y transmitir información transparente para que las personas puedan contribuir y agregar valor a la empresa. A su vez, facilita que los colaboradores entiendan cómo contribuyen individual y colectivamente a la consecución de los objetivos estratégicos de la compañía, para de ese modo apreciar el sentido de su trabajo.

Vale destacar también la existencia de los siguientes canales de comunicación interna:

- **Intranet de RRHH:** es una herramienta básica de autogestión para que el empleado pueda llevar su propio registro de las solicitudes (pedidos de licencia, vacaciones, datos salariales, anticipos de sueldo, etc.) y conozca los beneficios que otorga la compañía. Durante el año 2010, MAPFRE ARGENTINA desarrolló una nueva página de intranet de RH HH en el marco de una fuerte inversión para migrar y actualizar el sistema de gestión de sus recursos humanos.



- **Intranet:** es una herramienta básica de comunicación que contiene tanto información orientada al negocio (desde manuales, normas, procedimientos y estadísticas), como institucional y además publica noticias provenientes de los medios de comunicación masiva.
- **Cartelera:** es un canal de comunicación físico, que bajo una misma identidad corporativa integra a todas las oficinas comerciales y centrales. Además contiene un buzón de sugerencia. Se renueva en forma quincenal.
- **Correo electrónico:** permite generar comunicaciones "uno a uno" o segmentadas de acuerdo a grupos de interés (por niveles jerárquicos, distribución geográfica o áreas de la compañía).
- **MAPFRE News:** es un *newsletter* virtual que se edita cada 15 días y se distribuye entre los empleados a través de correo electrónico. Tiene el propósito de informar sobre las acciones cotidianas de la organización.
 - **Revista Institucional:** es una publicación institucional, que se edita en forma trimestral, de interés para el público interno de MAPFRE (empleados y productores delegados) con el fin de que se informen y conozcan mejor a su empresa.
- **Clipping de prensa:** es un resumen de prensa digital que se envía a jefes, gerentes y directores. Contiene las notas publicadas en los principales medios gráficos sobre temas de agenda de interés para el sector asegurador.
- **Landing Page:** es un canal de comunicación a través del cual el empleado, según su función y sus necesidades, puede acceder a las principales herramientas de trabajo. En forma organizada se brinda acceso a los distintos softwares de gestión de la compañía, a las páginas web de uso frecuente, como así también a las principales noticias del Grupo MAPFRE y su FUNDACIÓN. Entre las herramientas de gestión podemos mencionar: Abastecerte, Documentum Pagos, Documentum Legal, M@PFRENET, Pivotal, Artemis, Cognos, etc.

Representantes de los trabajadores

MAPFRE ARGENTINA mantiene una línea de máximo respeto a los derechos de los trabajadores en materia sindical y de negociación colectiva, además de mecanismos de diálogo permanentes con sus representantes sindicales, a través de las estructuras de la organización competentes al efecto.

En este sentido, y debido a la existencia de delegados sindicales que representan a trabajadores amparados por los convenios colectivos de trabajo de Seguros y de Camioneros, la comunicación con las comisiones internas se realiza en forma directa. En este marco, los canales de comunicación con la representación legal de los trabajadores son de dos tipos: interna, a través de la Dirección de Recursos Humanos y Responsabilidad Social; y externa, por medio de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros.

Además, en MAPFRE ARGENTINA hay 1771,9 empleados cubiertos por convenios colectivos. Es decir, un total de 91,34 por cada 100 trabajadores de plantilla representada.

Durante 2010, tras extensas reuniones de negociación con la representación legal de los trabajadores, a nivel de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros, se ha firmado la paritaria del sector y la modificación de algunas cláusulas del Convenio Colectivo de Trabajo.

Salud y Seguridad en el Trabajo

MAPFRE ARGENTINA, ha adoptado el Código Ético y de Conducta aprobado por España y, en consecuencia, ha entrado en vigencia en nuestro país a partir del 1º de abril de 2010. Por lo tanto, asumió el compromiso de proporcionar entornos de trabajo seguros y saludables, garantizando el derecho de las personas a la protección de su salud e integridad.

En este sentido, y a efectos de cumplimentar el compromiso asumido, la compañía cuenta con un servicio de Seguridad e Higiene externo que realiza evaluaciones de posibles riesgos laborales en las distintas oficinas, efectúa el RAR -Relevamiento de Agentes de Riesgo- y, a su vez, brinda una capacitación sobre estos temas a los empleados, conforme a las exigencias de la normativa vigente en la materia

Las actuaciones en materia de prevención de riesgos laborales más destacadas llevadas a cabo durante el año 2010, han sido las siguientes:

- Capacitación de los empleados en los riesgos específicos vinculados a sus entornos y tareas laborales, tanto los relativos a las oficinas como al manejo de grúas.
- Estudios del nivel lumínico de las oficinas.
- Adecuación de los entornos laborales a las normas de higiene y seguridad vigentes.

EMPRESAS DE SEGUROS	
	ARGENTINA
Número de accidentes laborales	30
Número total de horas perdidas por absentismo derivado de accidente no laboral y enfermedad común	84.796
Número de horas perdidas por accidente laboral	4.341
Porcentaje de horas perdidas sobre total de horas teóricas	2,92 ⁵

5] Este dato no ha sido verificado externamente ya que el número total de horas teóricas anual es de 3.051.140.

Promoción de la Salud

MAPFRE ARGENTINA apuesta a la promoción y conservación de la salud de sus empleados, mediante la puesta en marcha del Departamento de Medicina Laboral, cuya finalidad es optimizar la atención en el ámbito de la salud del colectivo de MAPFRE. Este servicio, a implementarse durante 2011, representará un valor añadido para las personas que trabajan en la empresa, pues repercutirá en su mejor funcionamiento al establecer cauces y procedimientos de asesoramiento y apoyo médico a directivos y empleados.

Actividades Sociales

A lo largo de 2010 se han realizado en cada una de las provincias las siguientes actividades sociales, en las que han participado tanto empleados como familiares:

- Pasión de equipo: concurso realizado para todos los empleados de MAPFRE ARGENTINA en el marco del Mundial.
- El Bicentenario en MAPFRE: concurso organizado para los empleados en el marco de los festejos del Bicentenario del país.
- Torneo de fútbol.
- Fiesta de empleados.

Voluntariado Corporativo

El Programa de Voluntarios de MAPFRE en Argentina comienza a gestarse en el año 2002 y se formaliza en 2004 como respuesta a la inquietud de muchos empleados que deseaban llevar adelante distintas actividades voluntarias movidos por un espíritu solidario. Desde entonces, éste es un espacio creado por personas que buscan desarrollarse como seres humanos completos, abiertos a su entorno y dispuestos a responder a las múltiples necesidades de su comunidad, colaborando con compromiso y convicción.

El Programa de Voluntariado corporativo es coordinado conjuntamente por la FUNDACIÓN MAPFRE y la Dirección de Recursos Humanos y Responsabilidad Social de MAPFRE ARGENTINA.

Durante 2010, más de 310 empleados en todo el país eligieron participar como voluntarios. Organizados en equipos, realizaron 58 actividades en 20 provincias de Argentina. En tal marco, se desarrollaron 26 festejos de "Un Día Feliz", se crearon 5 rincones verdes y de libros, se organizaron 27 campañas solidarias y, a la vez, más de 60 voluntarios participaron como "Monitores" de los proyectos sociales

seleccionados por el Programa "Comunidades FUNDACIÓN MAPFRE". De esta manera, se acompañaron a 63 organizaciones sociales, educativas y de salud de Argentina, beneficiándose a más de 5.800 niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad, personas con discapacidad o enfermas, y adultos mayores internados o en situación de calle.

A su vez, los voluntarios participaron de distintas iniciativas del área de Responsabilidad Social como por ejemplo, del Programa de formación en atención al cliente para jóvenes en situación de vulnerabilidad. El objetivo fue capacitar, a través de empleados de MAPFRE, a jóvenes en edad escolar. La formación se brindó en 4 escuelas secundarias, en las que participaron, desde el año 2009, más de 120 jóvenes.

Además, en el marco del programa "Programar", empleados del área de RR.HH. brindaron en las instalaciones de Puerta 18, dos capacitaciones sobre entrevista laboral y confección de CV para jóvenes de 18 a 25 años en situación de vulnerabilidad social. La primera formación se realizó el 2 de julio y la segunda el 16 de julio. Asistieron más de 30 jóvenes.

Asimismo, durante el primer trimestre se desarrollaron 11 jornadas de capacitación e intercambio, en las que participaron 253 voluntarios.

Por séptimo año consecutivo, el compromiso y la dedicación de los voluntarios de MAPFRE ARGENTINA se profundiza y orienta a contribuir a la mejora y desarrollo de la calidad de vida de las personas de menos recursos, al entender que cualquier ayuda brindada es importante y se suma a las energías y acciones de todo el equipo⁶.

⁶ Más información sobre el Programa de Voluntariado Corporativo en el Capítulo de FUNDACIÓN MAPFRE, página 102

4.2. MAPFRE ARGENTINA y sus clientes

Uno de los principales objetivos de MAPFRE ARGENTINA es satisfacer las necesidades de sus más de 540.000 clientes, ofreciéndoles servicios y prestaciones de alta calidad. Este compromiso se articula a través de la oferta conjunta de productos y servicios (tanto de seguros individuales como para empresas); de la profesionalización de la Red MAPFRE y de los intermediarios; y de la amplia red comercial en todo el país, que busca la mayor cercanía con los asegurados.

Al contar con un variado portfolio de productos, lo que se intenta es incrementar la cartera a partir de la captación de nuevos clientes y de la integralización de los existentes, mediante las acciones de venta cruzada. Esto se refleja en el crecimiento de dicha cartera en un 5,41% respecto del año anterior.

CLIENTES POR SEGMENTO

SEGMENTO	2010	2009		2010-2009
	CLIENTE	% CLIENTE	CLIENTE	%CRECIMIENTO
INDIVIDUO	422.108	77,87%	397.562	6,2%
MICROEMPRESA	70.607	13,03%	68.115	3,7%
EMPRESA	49.366	9,11%	48.579	1,6%
TOTALES	542.081	100%	514.256	

CLIENTES VIGENTES - DICIEMBRE 2010

	Q CLIENTES	% UN	INTEGRALES	% INTEGRALES
AUTOMÓVILES	207.927	38,36%	32.498	15,63%
DIVERSOS	252.010	46,49%	46.121	18,30%
VIDA	77.880	14,37%	41.976	53,90%
ART	74.030	13,66%	26.113	35,27%
TOTAL	542.081		90.320	

Continuando con las acciones orientadas a la conservación y conocimiento de los clientes, durante 2010 se llevaron adelante las siguientes acciones:

EJE1: Conocer profundamente al cliente

Se inició un nuevo proceso de normalización de datos de clientes que tiene como fin mantener y obtener en forma correcta los nombres, domicilios y teléfonos de todos los asegurados. A partir de este proceso también se identificó y unificó la información de género de los clientes individuos.

Además, se desarrolló, junto con la Dirección de Tecnología de la Información, una herramienta que permite actualizar domicilio, teléfonos, móvil y correo electrónico de los clientes. Cabe remarcar que, con esta misma aplicación, se actualiza el consentimiento informado y la marca del registro "no llame" para mantener un informe único y actualizado de los clientes y así evitar conflictos. Dicho registro fue creado por el Gobierno de la Ciudad de Bs. As. con el fin de identificar a aquellos ciudadanos que no desean recibir ofertas comerciales ni telefónicas. Es obligatorio

también en la provincia de San Juan y se estima que, próximamente, se extenderá a todo el país.

Algunas iniciativas adicionales llevadas a cabo:

- El asegurado puede actualizar sus datos a través de Internet.
- Se implementaron medidas orientadas a disponer de información fidedigna del cliente, tras comenzar por una correcta carga de los datos a partir de la solicitud de la cobertura.
- En las solicitudes de Venta Directa, se incorporaron campos de datos de contacto de carácter obligatorio, tales como: teléfono fijo, celular y dirección de correo electrónico. Sumado a ello, se sumará a Tronweb un nuevo campo de número de solicitud de póliza, de carácter obligatorio. Esto facilitará la tarea de auditoría de venta y el control de la información del cliente al poder ser contrastada con la solicitud digitalizada.

Dichos cambios, tendientes a mejorar la calidad y cantidad de información, lograrán un contacto más fluido y directo que contribuirá a mejorar el vínculo con clientes.

Canales de Atención al Cliente

MAPFRE ARGENTINA proporciona una variedad de canales de atención acorde a las necesidades específicas de cada cliente.

Atención personal, a través de los centros de atención al público, ellos son:

- Oficinas comerciales y delegadas
- Clínicas de ART
- ServiMAPFRE
- Centro de Tramitación de Siniestros (CTS).
- Centro de Tramitación de Accidentes (CTA).

Además MAPFRE ARGENTINA dispone de centros de atención al cliente distribuidos en todo el país (136), trece centros propios de servicios al automóvil (Servi MAPFRE) y, cinco centros médicos propios dotados de personal altamente cualificado para la atención de accidentados de trabajo.

Atención telefónica, a través de los contact centers especializados:

- Seguros Generales
- ART
- Vida y Salud

Atención on line entrante y saliente:

- Recepción de consultas a través de la home page.
- Envío de información e interacciones a través de newsletters.
- MAPFRE CLICK: Newsletter digital periódico dirigido a clientes con el objetivo de comunicar las novedades, campañas, promociones de MAPFRE e información de interés para el cliente.



Plataformas telefónicas

Las plataformas telefónicas del contact center están orientadas a la atención de clientes actuales y potenciales, productores de seguros, terceros reclamantes, proveedores y usuarios de servicios asistenciales. Brindan asesoramiento las 24 horas durante los 365 días del año y dan respuesta a consultas formuladas en relación a productos emitidos por todas las unidades de negocio (Seguros Generales, Vida, Salud y ART). A esta tarea se suman las gestiones de tipo "administrativo-comercial" vinculadas con la cartera vigente. Por último, se cursa el acceso a las diversas prestaciones asistenciales de urgencia y/o emergencia (asistencia al vehículo, a las personas, médica, domiciliaria, etc.).

Durante el año 2010 se llevó adelante una reestructuración de los sectores en que se subdividen las plataformas, con el objetivo de alinear las estrategias de atención con las necesidades específicas de las unidades de negocio. Se procedió entonces a unificar, bajo una misma coordinación, la atención telefónica de consultas y la gestión de prestaciones asistenciales y quedó confirmado de la siguiente manera: CC Seguros Generales, CC ART, CC Vida, CC Salud, y el Centro de Conservación de Clientes (C.C.C.) como único subsector que por sus características aún mantiene una relación transversal con todas las unidades.

El siguiente cuadro refleja de forma esquemática los servicios prestados en 2010 y 2009:

	LLAMADAS POR TIPO DE SERVICIO en %							
	SOLICITUD DE INFORMACIÓN		TRAMITACIÓN DE SINIESTROS		CAMBIOS DE DATOS		OTROS	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
ARGENTINA	32,73	36	48,48	46	15,34	16	3,45	2

(1) DATOS CORRESPONDIENTES AL SIZ4

En conjunto, en los servicios de atención telefónica a clientes, MAPFRE ARGENTINA dedicó 372 empleados durante 2010 y 314 durante 2009.

EJE 2: Brindar Calidad de Servicio

Para mejorar la calidad de servicio es necesario conocer la percepción del cliente en cada uno de los principales momentos clave de interacción con la compañía. Por eso, durante este año, se realizaron las siguientes encuestas:

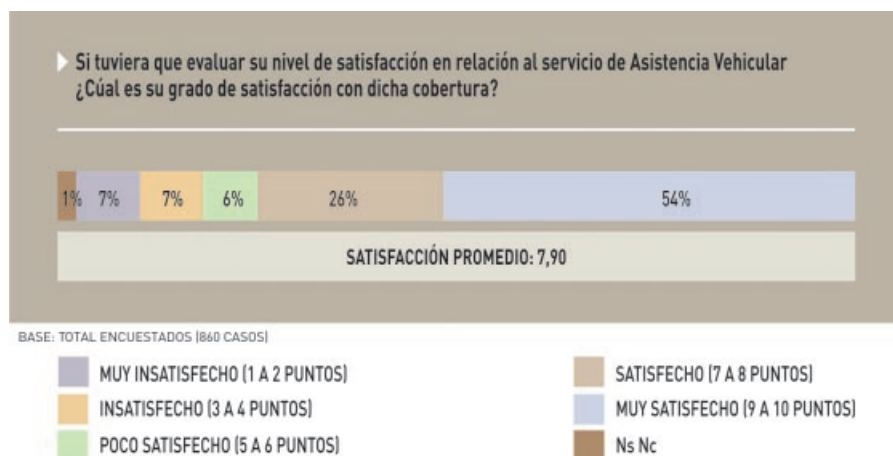
- Satisfacción de clientes con asistencia de Automóviles.
- Satisfacción de clientes con gestión de siniestros de Automóviles.
- Satisfacción de clientes en atención personal en oficina.
- Satisfacción de asegurados de ART.

Satisfacción de clientes con asistencia de automóviles: se mide luego de cada asistencia brindada en forma automática a través de un IVR (Interactive Voice Response), que consta de 4 preguntas puntuales del servicio recibido.

Dicho estudio tiene cobertura de todo el país. La tasa de respuesta de las encuestas fue del 38,5% y se trabajó con una muestra de 2.406 asistidos. El 85% de los entrevistados declaró estar satisfecho con el servicio prestado.



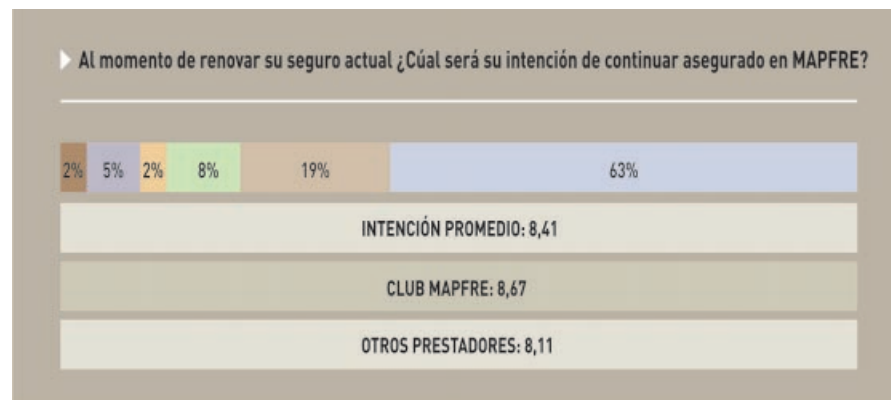
Junto con la consultora CEOP, se efectuó una encuesta telefónica a clientes MAPFRE que solicitaron asistencia mecánica. Se trabajó con una muestra total de 860 casos en todo el país y el promedio de satisfacción obtenido fue de 7,90 en una escala de 10 puntos.



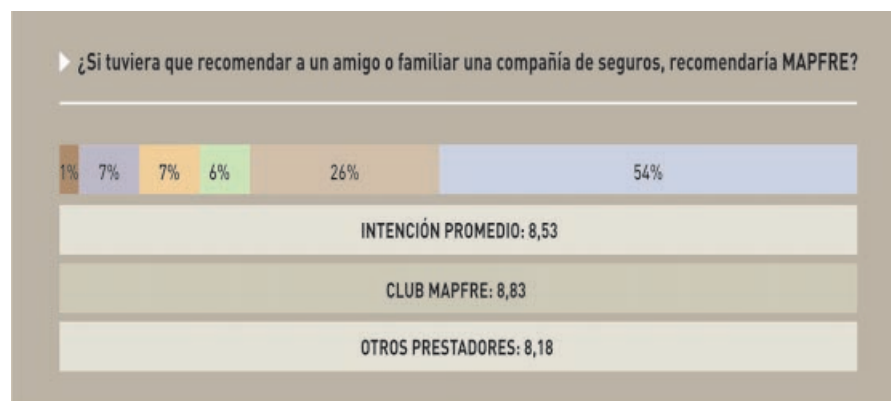
En el índice de satisfacción global se observó una diferencia significativa entre la satisfacción percibida por el cliente que fue asistido por un móvil propio de MAPFRE respecto de un móvil de asistencia de un proveedor tercerizado.



Esto supone una diferencia considerable que tracciona de forma positiva en el cliente la intención de renovar su seguro con MAPFRE al vencimiento de la anualidad, como así también la mayor propensión de recomendar a MAPFRE.



BASE: TOTAL ENCUESTADOS (860 CASOS)



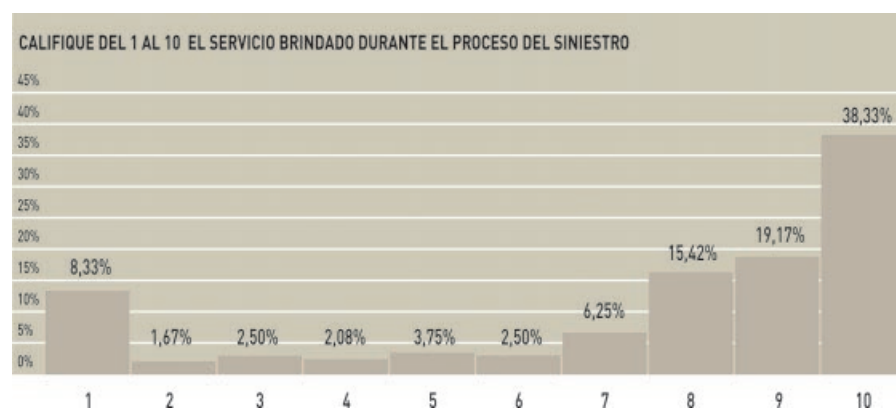
BASE: TOTAL ENCUESTADOS (860 CASOS)



Satisfacción de clientes con siniestros de automóviles: para medir este tema, se realizó una encuesta online con aquellos clientes que sufrieron siniestros y que fueron terminados en el primer trimestre del año. La muestra del estudio fue de 240 casos (cobertura total país) y el promedio de satisfacción obtenido fue de 7,84 en una escala de 10 puntos.



El 79,17% se mostró satisfecho o muy satisfecho con la atención de siniestros, el 6,25% poco satisfecho, y el 14,58% restante se mostró con bajos niveles de satisfacción o insatisfecho.



Satisfacción de clientes en atención personal en oficinas: en este caso, la atención se midió a partir de información que se extrajo de la herramienta de Q&R que utiliza MAPFRE para identificar las quejas, reclamos, pedidos y consultas de los clientes. Esta evaluación se realizó a partir de información de contactos registrados en las regiones de Bs. As. Interior La Pampa y Patagonia, y el promedio de satisfacción obtenido fue de 8,94 en una escala de 10 puntos.

Satisfacción de asegurados de ART: se realizó este estudio junto a la consultora "Sel", en la que se entrevistó a 200 empresas clientes y a 300 siniestrados. En cuanto a empresas, la satisfacción global con MAPFRE fue del 90% (Muy Bueno y Bueno en una escala de 4), mientras que en el estudio de siniestrados la satisfacción global fue del 66%, trabajando con la misma escala.



El área de Control de Calidad trabaja conjuntamente con la supervisión de cada contac center en el monitoreo permanente de las gestiones telefónicas que desde allí se realizan, a través de la escucha aleatoria de llamadas atendidas por los operadores de las diferentes áreas de atención telefónica. En este proceso se evalúa tanto la calidad de atención y de servicio brindado, como así también, el cumplimiento de los procedimientos correspondientes a cada tipo de gestión.

MAPFRE ARGENTINA dedica 26 empleados al seguimiento y control de calidad.

En todos los monitoreos se evalúan los siguientes aspectos de la llamada:

- Capacidad para detectar necesidades, tanto latentes como manifiestas.
- Capacidad de escuchar activamente.
- Capacidad para reconocer el tipo de cliente.
- Verificación de todos los datos que figuran en el sistema.
- Conocimiento de los productos, circuitos y procedimientos, para dar un tratamiento efectivo a la necesidad planteada por nuestros clientes o potenciales clientes.

- Manejo de objeciones y situaciones conflictivas.
- Manejo de los tiempos de la conversación y los tiempos de espera.
- Personalización, empatía, responsabilidad y predisposición.
- Uso del vocabulario adecuado.
- Cumplimiento del procedimiento para cada tipo de gestión.

Con esta información, se obtienen indicadores periódicos y se realizan informes generales de cada grupo de trabajo, e individuales de cada uno de los operadores, a partir de los cuales se elaboran diferentes planes de mejora: reuniones, capacitaciones o diferentes actividades diseñadas en función de las dificultades detectadas o los aspectos que se quiera mejorar.

Además, el área de Retenciones del Centro de Conservación de Clientes, realiza reportes mensuales de los motivos de anulación de pólizas de vehículo y vivienda de Seguro Directo. Estos reportes son analizados por el área de Gestión de Clientes junto con las Unidades de Negocios, a fin de implementar nuevas herramientas de retención, como así también, identificar posibles aspectos de mejora en la calidad de los servicios brindados.

El área de Gestión de Clientes y Marketing realiza encuestas de satisfacción, midiendo la percepción de los clientes en los principales momentos clave de interacción, tales como solicitud de asistencia al vehículo, tramitación de accidentes y atención de oficinas comerciales, con el objetivo de detectar aspectos de mejora en los procesos de servicio.

MAPFRE ARGENTINA es también consciente de la importancia de la confidencialidad de los datos personales de sus clientes, por lo que tiene establecidos los procedimientos necesarios para conseguir su imprescindible protección.

En los cuadros siguientes se incluye una selección de datos con los que se evalúa la evolución del funcionamiento de los servicios telefónicos.

LLAMADAS DE ATENCIÓN A CLIENTES						
	ENTRANTES		CONTESTADAS		% CONTESTACIÓN	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
ARGENTINA	962.189	708.878	845.500	676.976	87,87	96

(1) DATOS CORRESPONDIENTES AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA 24 HORAS SI24

LLAMADAS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS						
	ENTRANTES		CONTESTADAS		% CONTESTACIÓN	
	2010	2009	2010	2009	2010	2009
ARGENTINA	717.267	735.914	672.002	692.331	93,69	94

(1) DATOS CORRESPONDIENTES AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA 24 HORAS SI24

Reclamaciones

MAPFRE ARGENTINA posee un sistema de quejas y reclamaciones formuladas por los usuarios de sus servicios, que permite el seguimiento de cada caso, su correcta asignación al área encargada de su resolución y un control de tiempos en la evolución de su gestión. Además, cuenta con el Defensor del Asegurado, figura de carácter privado creada en el ámbito de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros -AACS-, orientada a la protección de los derechos de los asegurados y/o beneficiarios. Esta figura interviene en los conflictos que se suscitaran entre una persona física o jurídica que tuviera contratado un seguro, y un asegurador, debidamente autorizado para operar y que previamente hubiera adherido al sistema. El procedimiento ante el Defensor es informal y gratuito para los asegurados.

En el ejercicio 2010, se han recibido un total de 14.530 quejas y reclamaciones, de las cuales 11.637 corresponden a reclamaciones y 2.893 a quejas. Del total, un 73% (10.558 casos) son por incidencias en la operativa de la tramitación de siniestros y pólizas. Todos los casos han sido derivados al área correspondiente para su adecuada atención.

La principal vía de ingreso de quejas y reclamaciones durante el año 2010 ha sido el contacto personal en nuestras oficinas de atención, con un 50,5%. En segundo lugar se encuentra la vía telefónica con el 33,0%, continúa el correo electrónico con el 9,2% y por último otras vías de comunicación, con el 7,3%.

El 70.9% de las quejas y reclamaciones han sido realizadas por asegurados, el 11.54% por beneficiarios y/o derechohabientes, el 5.8% por productores de seguros, el 5.22% por terceros reclamantes y finalmente el 6.6% por otros usuarios.

Por otra parte, se realiza el análisis mensual de las quejas y reclamaciones presentadas por los clientes a través de todos los canales de atención (Oficinas Comerciales, Contac Center, Centro de Tramitación de Siniestros, Centro de Tramitación de Accidentes), que son ingresados al sistema de Reclamaciones, con el objetivo de identificar aquellas causas por las cuales los clientes manifiestan mayor disconformidad e implementar planes de mejora y acciones correctivas al respecto para garantizar la satisfacción esperada.

El siguiente cuadro refleja los principales datos de quejas y reclamaciones recibidas y tramitadas por la entidad:

	Nº DE QUEJAS/ RECLAMACIONES RECIBIDAS	Nº DE QUEJAS/ RECLAMACIONES ADMITIDAS	Nº DE QUEJAS/ RECLAMACIONES RESUELTAS	Nº DE QUEJAS/ RECLAMACIONES REFERIDAS A INCIDENCIAS EN LA OPERATIVA
ARGENTINA	14.530	14.530	14.174	10.558

EJE3: Relacionarnos adecuada e inteligentemente por diferentes vías de comunicación e incrementar el valor de cliente

En el marco de mejorar el relacionamiento con los clientes para fortalecer la relación comercial y lealtad, así como también cubrir todas sus necesidades de aseguramiento con productos y servicios acordes a sus necesidades, se inició la implementación del sistema de gestión comercial corporativo PIVOTAL NEXT, con los siguientes objetivos:

- Detectar las necesidades del cliente.
- Impulsar y direccionar proactivamente gestiones comerciales hacia los clientes a través de toda la red comercial.
- Optimizar la sinergia de la red con las unidades de negocios.
- Contar con información de gestión comercial para conocer mejor a nuestros clientes y optimizar el proceso de relacionamiento.

A través de esta herramienta informática se desarrollan campañas de:

- Venta cruzada (Crosseling).
- Captación de nuevos clientes.
- Aumento de garantías (Upselling y Upgrade).
- Retención de Clientes.
- Fidelización (encuestas, afiliación a CLUB MAPFRE, saluciones, entre otras acciones).
- Gestión de información al cliente (declaración de patente/dominio, actualización de datos erróneos, enriquecimiento de datos).





Etapas del proceso de implementación de PIVOTAL

Se definió la implementación de PIVOTAL NEXT en diferentes etapas, con el objetivo de controlar el proceso de asimilación, trabajar en las mejoras que surjan y facilitar la aceptación de la nueva herramienta de gestión al generar aliados comerciales.

Cronograma de implementación año 2010:

Etapas	Tareas	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
ETAPA 1	Creación de campañas (catálogo de acciones).	✓	✓	✓	✓	✓	
	Formación a formadores en PIVOTAL NEXT.	✓					
	Capacitaciones regionales a la Red Interna.	✓	✓				
	Formación en PIVOTAL NEXT a PAS seleccionados.		✓	✓	✓		
	Acuerdos de implementación con PAS seleccionados.		✓				
	Inicio de primeras acciones.		✓				
ETAPA 2	Seguimiento de las acciones comerciales-envíos de reportes regionales.			✓	✓		
	Detección de desvíos en los avances de las campañas y generación de planes de mejora.			✓	✓		
	Implementación del modelo de comunicación específico de PIVOTAL.				✓		
ETAPA 3	Incorporación de nuevos PAS a la gestión.					✓	✓
	Refuerzo de conceptos claves del modelo de gestión comercial.					✓	✓
	Seguimiento de las acciones comerciales-envíos de reportes regionales.					✓	✓

Proceso de comunicación de campañas en PIVOTAL

Dado la dinámica y velocidad de generación de nuevas campañas se creó un proceso de comunicación para garantizar que cada interlocutor reciba las novedades.



Control y seguimiento de PIVOTAL

Se ha diseñado además un proceso de control y seguimiento de la gestión comercial, que se inicia con la comunicación de los resultados de gestión y su desempeño en relación a los objetivos planteados. Continúa con la identificación de los desvíos de la planificación, para luego tomar contacto con los responsables de la gestión y acordar un plan de mejora para corregir el desvío en un plazo determinado.

La publicación de estos reportes se realiza desde un buzón de correo creado específicamente para comunicaciones de PIVOTAL NEXT.

Informe de gestión: muestra la efectividad de las campañas realizadas, tanto en curso como finalizadas, con indicadores del avance esperado de cada campaña en particular y con observaciones sobre la gestión y cumplimiento.

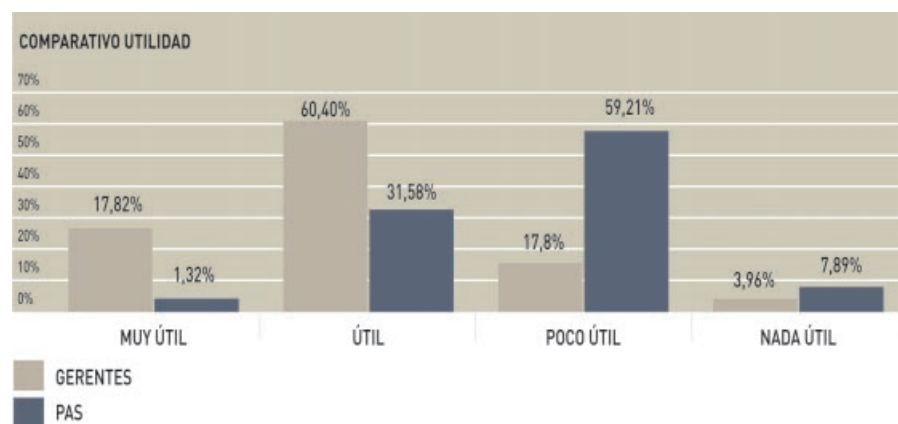
RESULTADOS GENERALES ALCANZADOS DURANTE 2010

CATÁLOGO	VENTAS
PROYECTOS	426
GESTIONES ACTIVAS	15.910
GESTIONES EFECTIVAS	5.345
% GESTIONES EFECTIVAS	33,60%
GESTIONES EN PROCESO	10.565
CANTIDAD DE VENTAS	1.152
EFFECTIVIDAD DE VENTAS	21,55%

Estudio de investigación sobre la implementación de PIVOTAL NEXT

Desde la implementación del sistema, y luego de haber transitado las primeras etapas de aprendizaje del proceso, se realizó una encuesta sobre la utilización de la herramienta.

La red comercial participó y la tasa de respuesta obtenida fue superior al 85%. Más del 78% consideró útil o muy útil la nueva herramienta, ya que facilitaría la asignación de gestiones a la red externa y el control de las mismas.



Los principales motivos de uso que surgen espontáneamente son:

- Un 28.67% control de acciones y campañas / gestión eficaz
- Un 13.10% ayuda a planificar / organizar al PAS
- Un 11.90 % ayuda a vender, crecer la cartera y es bueno para hacer campañas.

Mientras que los principales motivos de no utilidad son:

- 25.93% negación del PAS a incorporar una nueva herramienta.
- 14.81 % expresan que no es el momento de implementarla ante la necesidad de resolver previamente problemas operativos internos.

Además, MAPFRE ARGENTINA ha incorporado dos nuevos medios de pagos electrónicos para sus pólizas: tarjetas Nativa y AgroNación. Para las coberturas agrícolas, los asegurados tienen la posibilidad de abonar con tarjeta AgroNación, mientras que los poseedores de Tarjeta Nativa pueden abonar con dicha tarjeta cualquiera de los seguros restantes de la Compañía. Estas alternativas permiten mejorar el desarrollo de MAPFRE dentro de un mercado altamente competitivo.

Algunos objetivos hacia 2011:

- Incrementar la participación de intermediarios, así como potenciar más campañas con cada uno. Para esto, durante 2011 se impulsarán acciones de venta cruzada, retención, fidelización, renovaciones, recupero de pólizas, captación de clientes nuevos, corrección de datos erróneos, etc.
- Desarrollar campañas a partir de análisis estadísticos y predictivos de propensión de compra y abandono de los clientes.
- Incorporar nuevas funcionalidades en la herramienta sugeridas por la red para facilitar la gestión, incrementar productividad y efectividad de ventas.

Novedades 2010

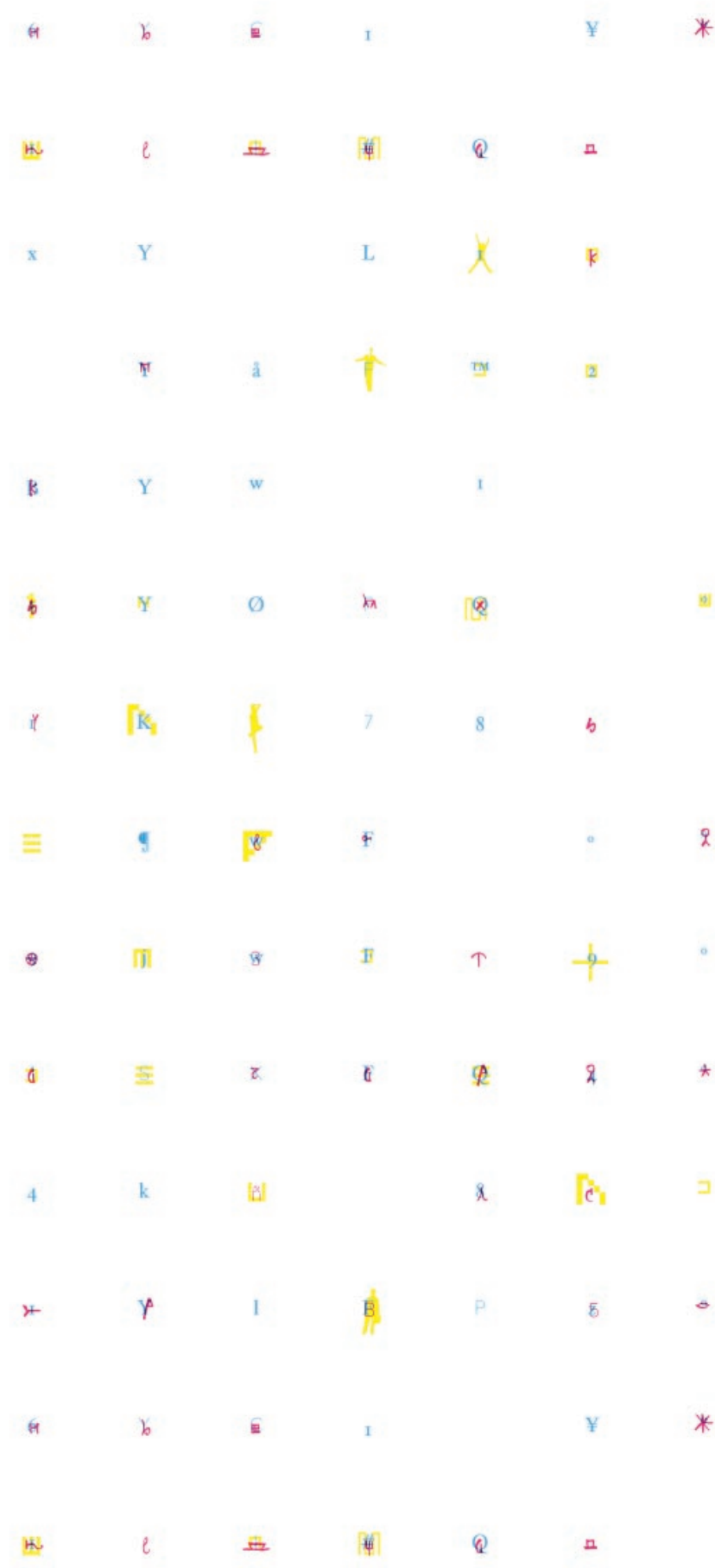
Con el objetivo de prestar un servicio cercano a los clientes e incrementar su vínculo, MAPFRE ARGENTINA puso en marcha distintas acciones de fidelización y venta cruzada. Entre algunas de las acciones desarrolladas para los diferentes segmentos de clientes, se encuentran:

- **Concurso CLUB MAPFRE Promo Mundial** cuyo objetivo fue incrementar el caudal de socios al programa de beneficios del CLUB y enriquecer los datos de sus clientes.



- **MAPFRE y el adulto mayor:** MAPFRE ARGENTINA participó de la celebración del Día del adulto mayor organizada por la Subsecretaría de Tercera Edad del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Este evento forma parte del programa de beneficios que otorga la Ciudad de Buenos Aires al adulto mayor en el que además, la compañía ofrece descuentos en las pólizas de vivienda y vida. Pueden acceder al mismo todos los adherentes a la Tarjeta Mayor que se acerquen a cualquier oficina comercial y/o delegada de la Ciudad de Buenos Aires. Esta tarjeta se tramita en forma gratuita en los centros de gestión y participación más cercanos al domicilio.

- **Desayuno de trabajo con empresas clientes:** con el objetivo de brindarle herramientas a las Pymes clientes de MAPFRE ARGENTINA para que aumenten su competitividad agregando valor social y medioambiental, se realizó una charla sobre "La Responsabilidad Social como herramienta competitiva de las PyMes", que contó con la participación de Juan José Almagro, director de Comunicación y RS del Grupo MAPFRE. El encuentro es la primera actividad de responsabilidad social empresaria dirigida a clientes en forma exclusiva, en el marco de las acciones que el área de Responsabilidad Social llevó a cabo con los distintos grupos de interés de MAPFRE.



Nuevos Productos y Servicios 2010

MAPFRE desarrolla una permanente labor de investigación para diseñar nuevos productos. En el siguiente cuadro se incorporan aquellos lanzados al mercado en 2010.

Ramo	Nombre	Breve descripción*
Medicina Prepaga	MAPFRE SALUD	Seguro de cobertura médica integral cuya oferta prestacional, compuesta por tres Planes -productos- denominados 100, 200 y 300, contempla la cobertura de estudios diagnósticos y terapéuticos, médicos y odontológicos de baja, mediana y alta complejidad, además de planes de prevención, salud mental, cobertura del viajero, subsidios por fallecimiento, entre otros beneficios. Actualmente, su comercialización se realiza a través de los canales habituales y se enfoca tanto en personas como empresas. Lanzamiento de la empresa en CABA y GBA
CLUB MAPFRE	Reposición e instalación de baterías	Desde junio se provee a los asegurados de automóviles de MAPFRE, un servicio de diagnóstico, venta e instalación de baterías a domicilio o en ocasión de solicitar una asistencia. El servicio está dirigido a los clientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y GBA, Rosario, Neuquén, Córdoba y Tucumán.
CLUB MAPFRE Riesgos estratégicos y emergentes	Grúa taxi	Desde agosto y en la ciudad de Neuquén se provee el servicio de asistencia vehicular a no clientes de MAPFRE que soliciten un servicio de asistencia como así también a asegurados que hayan excedido el límite previsto de su cobertura de asistencia. En ambos casos, el usuario del servicio abona con una tarifa diferencial y a través de tarjeta de crédito el valor de la prestación realizada.
VIDA	AP EMPRESAS	Seguro dirigido a empresas que requieren un complemento de protección para sus empleados, por accidentes ocurridos en el ámbito laboral. Indemniza fallecimiento o invalidez total o parcial permanente por accidente.
VIDA	Cuidado intensivo (modalidad individual)	Seguro de salud para individuos, que cubre intervenciones quirúrgicas de alta complejidad, trasplantes y beneficios adicionales como: emergencia sanitaria, visita médica domiciliaria, 0800 de consulta sanitaria y segunda opinión médica.
SEGUROS GENERALES (Diversos)	Integral de comercio para Hoteles	Producto destinado a apart hoteles, hosterías, hospedajes, residencias, estancias, cabañas, bungalows, moteles, albergues, hostels y bed & breakfast de hasta \$ 20.000.000. de suma asegurada. Está integrado por coberturas de Incendio Edificio, Incendio Contenido, Robo Contenido General, Robo de Valores y Responsabilidad Civil. Entre otros posee sublímites de indemnización para daños de la naturaleza como huracán, vendaval, ciclón, tornado, granizo y terremoto, así como para daños por agua y rotura de cristales.
SEGUROS GENERALES, VIDA y A.R.T (Cobertura integral)	Seguro para Bodegas	MAPFRE lanzó un nuevo producto integral para las bodegas a fin de poner a disposición todas las coberturas necesarias

4.3. MAPFRE y los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos

MAPFRE ARGENTINA garantiza una cobertura nacional, a través de su amplia red de oficinas ubicadas a lo largo de todo el país.

Para lograr el propósito organizacional, la estrategia comercial se basa en la globalidad de la oferta a través de distintos canales de comercialización, con el fin de satisfacer en forma integral las necesidades de individuos, instituciones y empresas.

De esta forma, los clientes pueden elegir el lugar, momento y canal de compra más conveniente.

La red comercial de MAPFRE ARGENTINA está compuesta por 293 oficinas propias (74 directas y 219 delegadas - 35 de las cuales son de representación).

Además, 282 empleados de la organización realizan un trabajo relacionado con la actividad comercial. El siguiente cuadro muestra con mayor detalle su composición.

	2010	2009
DIRECTAS	74	75
DELEGADAS	219	230
TOTAL	293	305

Profesionales de la Mediación

a. Información general

El desarrollo de la actividad comercial de MAPFRE ARGENTINA se apoya en una amplia red de intermediarios:

Productores asesores

En este caso, las ventas se realizan a través de Productores Asesores de Seguros (PAS) matriculados y segmentados, según la relación que tienen con la empresa, el volumen y la calidad de su cartera.

- **Productores delegados:** comercializan en forma exclusiva todos los productos de MAPFRE y brindan servicios de posventa a todos los clientes de la compañía.
- **Productores independientes:** son productores libres, identificados con la política de MAPFRE que operan con más de una compañía.

Canal de Venta Directa: con la misma política de suscripción y precios, se distribuyen todos los productos en forma directa a través de las oficinas comerciales y de los equipos de venta formados por agentes integrales.

Unidad Comercial Masivos: se ocupa de la comercialización de todos los productos y opera a través de grandes concentradores de clientes (bancos, entidades financieras, entre otros).

Unidad Comercial Empresas: desarrolla el negocio a través de brokers y/o en directo para grandes riesgos empresarios. Su objetivo es brindar respuestas integrales de productos a las empresas clientes en todo el país.

TIPO DE COLABORADOR COMERCIAL	2010	2009
AGENTES DE VENTA DIRECTA	282	303 (*)
PRODUCTORES DELEGADOS	216	260
PRODUCTORES REPRESENTANTES	46	-
CORREDORES INDEPENDIENTES	2384	2588
OTROS CÓDIGOS DIRECTOS:	369	595 de los cuales 303 son (agentes de venta directa)
AGENTES INSTITORIOS Y OTROS ACUERDOS	25	18
BROKERS	14	14

En Argentina, MAPFRE también tiene relación con algunas asociaciones de corredores, como AAPAS (Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros), con la que colabora para el desarrollo de programas relacionados con la actividad de los corredores.

b. Relaciones con los Mediadores

MAPFRE ARGENTINA, desarrolla e implementa un amplio abanico de herramientas de comunicación a fin de lograr un fluido intercambio con sus colaboradores.

Entre las herramientas para facilitar la interacción con la red comercial, se encuentran:

- **Herramientas de Marketing:** el productor dispone de un sitio en el cual puede bajar presentaciones y herramientas de la compañía, cartas de productos, folletería y e-mailing para realizar acciones con sus clientes y con potenciales.
- **Catálogo On-Line de Artículos Promocionales:** el área de Marketing dispuso para la red comercial, un sitio exclusivo para solicitar una gran variedad de artículos personalizados con la simbología MAPFRE, que pueden adquirir a precios diferenciales, con entrega en las oficinas comerciales respectivas o en el domicilio.

- **M@PFRENET**: es el sitio exclusivo destinado a los productores asesores que se encuentra en la página de Internet de MAPFRE (www.mapfre.com.ar/mapfrenet). Les permite, con costos mínimos de comunicación, administrar su cartera desde cualquier lugar y en forma segura, ya que sólo el productor conoce su clave de acceso. De las operaciones contempladas, las más utilizadas son: cotización, emisión y renovación de pólizas, anulaciones, impresión de copias de pólizas, ingreso de denuncias de siniestros.
- **Ofitel**: es la oficina telefónica creada para que los productores asesores soliciten la emisión de sus operaciones llamando a un servicio de 0800. Algunas de las operaciones que se realizan son: emisión de pólizas nuevas, renovaciones y endosos de los productos enlatados de autos, combinado familiar, integral de comercio y accidentes personales.
- **SIP** (Sistema de Información de Pagos): se encuentra en la página web y de forma telefónica Proporciona, a través de un sistema de voz digitalizada, información rápida, precisa y actualizada sobre el pago de facturas, siniestros y cuentas corrientes para productores, proveedores y asegurados.
- **CCC** (Centro de Conservación de Clientes): está orientado al mantenimiento de la cartera de clientes. Las acciones que realiza son las siguientes: bienvenida de clientes, gestión de renovaciones y anulaciones, y gestión de morosos de Seguros Generales y ART, (incluye productores delegados y masivos).
- **MAPFRE móvil**: los productores de la compañía pueden acceder a los servicios que presta M@PFRENet a través del sistema WAP, que permite navegar por sitios de Internet en un formato adaptado a la pantalla del celular.
- **PIVOTAL NEXT - Sistema de Gestión Comercial**: es un soft de gestión que permite generar campañas comerciales que salen en algunos casos de los CUBOS, para que la red comercial realice los llamados necesarios con el fin de vender nuevas pólizas o realizar campañas de fidelización de clientes, venta cruzada, recupero de cartera, upgrade de productos, calidad de datos y venta nueva a no clientes.
- **Acciones Comerciales**: el área de Marketing lleva adelante, conjuntamente con la red de oficinas y productores, acciones locales y nacionales, las cuales colaboran con la impulsión de ventas. Las mismas se rigen por los objetivos establecidos para el año.

c. Selección

Para la selección de los Productores Asesores de Seguros, se dispone de la siguiente política:

Etapa: 1.1 Búsqueda de candidatos

Existen las siguientes fuentes de reclutamiento:

- Página de la SSN (matriculados).
- Hijos de P.A.S.
- Establecimientos Universitarios.
- Referidos de P.A.S.
- Estudios jurídicos.
- Equipo de venta de la competencia.
- Etc.

El perfil del PAS estará adecuado al establecido por Estrategia Comercial.

El Gerente de Oficina Comercial debe participar en la búsqueda y selección de los candidatos

Etapa: 1.2 - Selección

Para cada posible candidato se deberán realizar como mínimo 2 entrevistas (gerente de oficina, gestor de Ventas).

Etapa: 1.3 - Capacitación inicial

La formación técnica de los candidatos se deberá realizar 30 días antes del pedido de alta.

Los contenidos de las capacitaciones se realizarán de acuerdo al modelo de formación de Estrategia Comercial según:

- Presentación MAPFRE ARGENTINA
- Presentación Proyecto Nueva Red



Etapa: 1.4 - Formación técnica

Introducción al Seguro (para postulantes que no vienen de la actividad aseguradora)

- Presentación Automóvil.
- Presentación Vivienda.
- Presentación Integrales de Comercio.
- Presentación ART
- Presentación VIDA
- Presentación Plataformas operativas.
- Evaluación.

Las personas encargadas de la formación son: gerente de oficina, gestor de Ventas, supervisor de Venta Directa.

Etapa: 1.5 - Resultados / Reclutamiento

Una vez obtenidos los resultados de la evaluación de cada PAS Nueva RED, se seleccionan los que ingresarán al proyecto.

Etapa: 1.5 (a) - Alta PAS Nueva Red

Se envían las solicitudes de alta a Estrategia Comercial.

Para los demás colaboradores comerciales, el proceso de selección se basa en las disposiciones incluidas en la política de selección de MAPFRE ESPAÑA.

d. Formación

Un elemento de diferenciación de MAPFRE ARGENTINA en la relación con sus mediadores es la importancia concedida a la formación en distintas temáticas. A lo largo de 2010 esta formación se ha distribuido de la siguiente forma:

Tipo de formación	Tipo	Nº de personas que han realizado el curso	Horas
Corporativa	Presencial	489	9.003
	Multimedia	17	102
Técnica	Presencial	12	48
	Multimedia	-	-
Comercial	Presencial	1.710	1.710
	Multimedia	-	-

Como formación específica para nuevos colaboradores comerciales (exclusiva para aquellos empleados de MAPFRE que forman parte de la red comercial), la compañía cuenta con dos talleres de capacitación:

"Taller de Productos": capacitación en los distintos productos que comercializa la compañía (en función con el perfil del colaborador comercial y su experiencia).

"Venta Profesional basado en Valores" (VPV): presenta un modelo de venta alineado a nuestros valores corporativos.

Como todos los colaboradores que ingresan, quienes se incorporan a la red comercial también acceden al "Programa Emprender" (previo a su formación específica), que comprende los primeros meses de un nuevo empleado en la compañía con el objetivo de que todo aquel que comienza a ser parte de MAPFRE se incorpore rápidamente a su puesto de trabajo y conozca la misión, visión, los valores y la estructura de la empresa. Desde el momento en que ingresa, el empleado comienza a transitar dicho programa a través del "Plan de Bienvenida MAPFRE", con un seguimiento realizado por el responsable directo a fin de favorecer la inserción y socialización del nuevo ingresante en su área.

Transcurridos los primeros meses, y una vez finalizado el acompañamiento en el puesto de trabajo, los empleados de Capital Federal y GBA, serán invitados a participar del taller presencial de Inducción. Dicho taller implica un día completo de capacitación formal que dicta Recursos Humanos a empleados de distintas áreas y funciones. De esta forma reciben un primer acercamiento formal y corporativo a la cultura empresarial.

Durante los siguientes 6 meses, todos son convocados al taller de Calidad "Asegurarte". Su principal objetivo es presentar el modelo de calidad de servicio de la compañía. Este taller es común a todos los empleados.

TIPO DE FORMACIÓN (EN ORDEN DE IMPARTICIÓN)	CANTIDAD DE PERSONAS	HORAS DE FORMACIÓN
Plan de Bienvenida MAPFRE	59	5.428
Taller de Inducción Emprender	10	80
Taller de Productos*	50	400
Taller de venta profesional basada en Valores*	59	472
Taller de Calidad "Asegurarte"	41	656

Respecto de la formación a productores clave (delegados, representación y estratégicos), durante 2010 han realizado la **capacitación continuada para PAS**. De esta manera, se les brinda la posibilidad de asistir a los cursos obligatorios para la renovación de la matrícula, dispuestos por la Superintendencia de Seguros de la Nación.

En Argentina se han impartido más de 6.000 horas de formación institucional relacionada con la cultura y la política de MAPFRE, entre otras materias.

e. Programas de apoyo

Como compañía de servicios, dentro del rubro seguro, es muy importante estar cerca de la sociedad para ofrecer los productos y servicios que tienen como fin proteger a la familia ante cualquier contingencia y amparar el patrimonio personal y jurídico.

Por esto, dentro de las líneas de canales de distribución que posee la compañía se encuentra el canal Delegado, conformado por oficinas ubicadas estratégicamente en todo nuestro país bajo la visión organizacional de estar en cada hogar y en cada empresa de la Argentina como su compañía de seguros.

Las agencias son lideradas por Productores Asesores de Seguros matriculados, considerados aliados estratégicos que se rigen por los principios institucionales y empresariales de MAPFRE para mejorar la calidad de vida de la sociedad dentro de su zona de actuación.

En línea con lo mencionado, cuentan con el respaldo de la marca y el acompañamiento comercial de cada uno de los empleados de MAPFRE ARGENTINA.

Por otro lado, desarrollan programas de capacitación pues la compañía está convencida de que ser más profesionales en su tarea permite dar un mejor asesoramiento acorde a las necesidades sociales.

Además se apoya a las oficinas en el desarrollo de campañas específicas para concientizar a la sociedad sobre la importancia de estar asegurado, como por ejemplo, el programa de Jóvenes Pioneros en el Tránsito, dictado junto con CESVI en colegios del Gran Buenos Aires.

Acuerdos de Distribución

En Argentina, desde hace unos años y especialmente en los últimos, se ha impulsado la distribución multicanal, haciendo foco en los retailers y operadores de Bancaseguros, como así también en las financieras propias de las terminales automotrices, más allá de la red tradicional de productores.

Estas alianzas generan una potente capacidad de distribución de los productos de MAPFRE ARGENTINA, debido a la cantidad de bocas que poseen (aproximadamente 2.185) y a la participación de las estructuras propias de comercialización.

Tales alianzas generaron a diciembre de 2010, un volumen de primas de:

Automóviles: \$149.230.239, con un crecimiento del 21% sobre diciembre de 2009.

Diversos: \$ 30.195.000, con un crecimiento del 61.25% sobre diciembre de 2009.

Vida: \$115.000.000, con un crecimiento del 20% sobre diciembre de 2009.

Los acuerdos vigentes son bancaseguros y financieras con Standard Bank, Citi, Banco Galicia, BBVA, Banco Santander, Banco Patagonia, Banco Macro, Banco Hipotecario, HSBC, Banco Piano, Banco de Córdoba, BST, Ford Credit., Grupo Hamburgo.

Se destaca el crecimiento en retailers como Cencosud y también, debido al incremento de los planes de ahorros para la adquisición de vehículos, los planes de seguros prendarios en VW S.A. para fines determinados.

MAPFRE ARGENTINA apoya la actuación de las entidades con las que mantiene alianzas y/o acuerdos de comercialización, mediante la formación y capacitación permanente en los diferentes productos ofrecidos; con la presencia de sus ejecutivos comerciales y administrativos, a los fines de llevar la operatoria en forma prolija y ordenada.

Acompaña con la contratación de call centers para campañas específicas, como así también en programas consensuados de retención a clientes.

Al 31 de diciembre de 2010 existen 32 acuerdos de distribución con las siguientes entidades:

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| - Aon | - BBVA - Consolidar | - Makler |
| - Banco Francés | - BST (Credilogros) | - Marsh |
| - Banco Galicia | - Citi | - Music-Up (Call Center) |
| - Banco Hipotecario | - Columbia | - Pleyade (Grupo Telefónica) |
| - Banco HSBC | - Courtage | - Standard Bank |
| - Banco Macro | - Expertise | - Tarjeta Cuyana |
| - Banco Patagonia | - Falabella | - Tarjeta del Mar |
| - Banco Piano | - Ford Credit | - Tarjeta Naranja |
| - Banco Santander Río | - Grupo Cencosud | - VW - Auto Ahorro |
| - Banco de Córdoba ^(*) | - Grupo Hamburgo ^(*) | - Willis |

^(*) Acuerdos firmados en 2010.

Durante el año 2010 se firmaron 2 acuerdos nuevos que figuran en el listado total.

Para impulsar y consolidar los acuerdos de distribución se destacan las siguientes acciones:

- Campañas comerciales con seguros de viviendas mediante la utilización de *call centers*.
- Devoluciones de porcentajes en las cuotas cobradas e imputadas en pólizas de hogar.
- Capacitaciones de actualización para todas sus estructuras.
- Incentivos en sus dotaciones por cumplimiento de objetivos.

4.4. MAPFRE ARGENTINA y sus Proveedores

MAPFRE ARGENTINA mantiene con sus proveedores relaciones basadas en la calidad de los servicios y productos que ofrecen, y en la integridad de sus prácticas empresariales. A la vez, les garantiza una actuación socialmente responsable con transparencia, igualdad de trato y utilización de criterios objetivos para su selección, en los términos que establece la normativa interna de contratación del Grupo.

Tipos de Proveedores

MAPFRE ARGENTINA distingue tres categorías de proveedores con los que tiene diferentes tipos de relación:

- Proveedores de bienes y servicios de carácter general (servicios postales, gestión documental y archivo, hardware, servicios de impresión, viajes de negocios, consultoría, obras civiles y otros servicios derivados de la gestión de inmuebles, etc.), que se relacionan con MAPFRE ARGENTINA a través del Departamento de Abastecimiento Estratégico.
- Proveedores de bienes y servicios específicos de cada actividad operativa, fundamentalmente relacionados con la atención de siniestros (reparaciones de automóviles y hogar, prestación de servicios sanitarios, servicios de atención en carretera, etc.), que son gestionados por las respectivas unidades de negocios.
- Proveedores de bienes y servicios tecnológicos (hardware, software, desarrollo de soluciones, servicios tecnológicos y comunicaciones), que se vinculan con la empresa a través del Departamento de Abastecimiento Estratégico.

En total, en 2010 MAPFRE ARGENTINA ha mantenido principalmente relación con 12.588 proveedores, con el siguiente desglose:

TIPOLOGIA	Nº de Proveedores
Bienes y servicios de carácter general	2.420
Bienes y servicios específicos	10.103
Bienes y servicios tecnológicos	65

En 2010, el costo total facturado por los proveedores a entidades de seguros de MAPFRE ARGENTINA ha ascendido a 467.451.865 millones de pesos, con el siguiente detalle:

	2010	2009
Bienes y servicios de carácter general	137.430.612	112.355.162
Bienes y servicios específicos	315.959.826	231.861.148
Bienes y servicios tecnológicos	14.061.427	10.786.438

DATOS EN MILLONES DE PESOS

Canales de Relación y Sistemas de Apoyo

Con carácter general, la relación con los proveedores se articula a través de plataformas web y líneas telefónicas específicas, aunque existen responsables de proveedores específicos para cada área de negocio y para bienes y servicios tecnológicos que gestionan la relación con ellos. De esta forma, existe una comunicación permanente y periódica de MAPFRE ARGENTINA con dicho colectivo.

Los gestores de la Gerencia de Abastecimiento son los responsables de la comunicación con los proveedores. Ellos tienen a su cargo una cartera de proveedores, con el objetivo de atender la relación comercial con los mismos. Los gestores son, como consecuencia, responsables del seguimiento de los contratos suscritos, y velan por aspectos tales como su adecuado cumplimiento, renovación, rescisión, etc.

MAPFRE ARGENTINA cuenta con un Servicio web de información de pago para proveedores de Argentina (SIP), totalmente automático, que brinda información a los proveedores sobre el estado de sus pagos, las fechas de disponibilidad de los valores y el lugar dónde retirarlos. Para una mayor velocidad de respuesta, el SIP está montado en el sitio de Internet de la compañía y en una plataforma de líneas rotativas, agilizando el acceso durante las 24 horas y los 365 días del año.

Criterios de Selección

De acuerdo con lo establecido en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE, las pautas globales en las que se basa la selección de proveedores dentro del Grupo son las siguientes:

- La selección y contratación de productos o servicios a terceros debe realizarse con criterios técnicos, profesionales y económicos objetivos, siempre atendiendo a las necesidades e intereses de MAPFRE, y cumpliendo con las normas internas de selección y contratación establecidas al efecto.
- No se podrán establecer relaciones con proveedores que infrinjan la ley o los principios básicos establecidos en dicho Código.
- Ningún empleado de MAPFRE podrá recibir u ofrecer cantidades en concepto de comisiones o gratificaciones, ni regalos o favores de cualquier otra naturaleza por actuaciones que esté realizando en nombre de MAPFRE, salvo los regalos de cortesía de valor simbólico o de carácter publicitario, de acuerdo con lo establecido en las normas internas de contratación y gastos.
- Los empleados deben situar los intereses de la empresa por encima de los suyos propios en cualquier negociación realizada en nombre de MAPFRE.

I 5 Y h w q Y v o i

B 5 Y h w q F R 3 i Y t ° 8 ñ

Nuestra **Política de Abastecimiento** establece los siguientes criterios a seguir en el proceso de selección de proveedores:

- **Calidad de producto o servicio:** los estándares de calidad son definidos en función de parámetros objetivos que resultan del "análisis del valor" del elemento o servicio y de la imagen general de la compañía. Cuando se considera necesario, se realizan visitas a planta y pruebas técnicas de productos y servicios.
- **Capacidad y confiabilidad del proveedor:** sólo se establecen relaciones comerciales con proveedores que cumplan con todas las normas legales vigentes en el país. En los procesos de cotización a sobre cerrado, además de la oferta técnica - económica, se evalúa la situación societaria, financiera e impositiva y sus referencias bancarias y comerciales.
- **Costo total de operación.**
- **Plazos de entrega.**
- **Plazos y formas de pago.**
- **Garantías de mantenimiento y repuestos, cuando sea el caso.**

Se ha implementado un **Comité de Compras**, integrado por el Presidente de MAPFRE ARGENTINA, los Vicepresidentes de las unidades de negocios, el Director de Auditoría Interna, el Director de Administración y Finanzas y el Director de Operaciones y Medios (a cargo del Departamento de Abastecimiento).

A este Comité le corresponde autorizar todas las contrataciones por montos superiores a los \$500.000 anuales. El objetivo es analizar el cumplimiento de la Política de Abastecimiento en el proceso de contratación, su correcta formalización, la situación fiscal del proveedor y desarrollar un vínculo eficiente para MAPFRE ARGENTINA con el tercero.

En todas las cotizaciones realizadas a sobre cerrado se solicita la presentación de documentación relacionada con el cumplimiento de obligaciones fiscales, laborales, etc. Además, en aquellas contrataciones que por su monto son analizadas por el mencionado Comité de Compras, se solicitan reportes de tipo financiero, fiscal y judicial a fin de establecer cuál es la situación de los proveedores que pueden resultar adjudicatarios de una contratación de envergadura.

Durante 2010, se implementaron las condiciones generales de provisión de bienes y servicios, inicialmente para los proveedores aprobados por el Comité de Compras. Al suscribir las mismas, el proveedor asume como propios los "Principios para una Gestión Responsable" promovidos por MAPFRE. Los mismos se basan en el código de Buen Gobierno, la Política de Responsabilidad Social y la Política Medioambiental y Energética.

Formación

MAPFRE ARGENTINA tiene un fuerte compromiso con la formación de sus proveedores, como medio de mejorar el servicio a sus clientes y asegurados. Con este fin, los proveedores reciben de forma general información acerca de la cultura de MAPFRE y de su filosofía de la calidad.

Los talleres y peritos contratados para la atención de seguros de Automóviles tienen la oportunidad de tomar capacitación específica (chapa, pintura, mecánica, administración eficiente de un taller, lay out, etc.) en el CESVI, con un precio diferencial si el proveedor está homologado por esta empresa.

A su vez, con la finalidad de dar respuesta a las inquietudes que surgieron durante el primer desayuno de trabajo, se realizó un segundo (el 9 de marzo de 9 a 12 h) en las oficinas de Puerto Madero donde asistieron 14 proveedores. En esta oportunidad, los temas abordados fueron trabajo decente en la cadena de valor e inclusión laboral de personas con discapacidad. Al igual que en el desayuno anterior, en este espacio se promovió el intercambio y el aprendizaje, además de invitar a participar a los proveedores en ciertas iniciativas de la empresa.

Lo interesante de este desayuno fue que, a partir del mismo y conjuntamente con el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación y un grupo de empresas comprometidas con la RSE, se organizó un **Ciclo de formación para proveedores sobre Trabajo Decente**, dirigido a proveedores de las compañías que son miembros de dicha Red.

Calidad

En MAPFRE ARGENTINA se lleva a cabo un seguimiento de la calidad del servicio que prestan los proveedores, principalmente a través de visitas a sus instalaciones. A su vez, a partir de 2011, se implementarán encuestas de calidad de servicio, dirigidas a los usuarios, que incluirán una evaluación del grado de cumplimiento del servicio y del plazo en el que se ha realizado el mismo.



5

Dimensión Medioambiental de MAPFRE ARGENTINA

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

La Política Medioambiental y Energética de MAPFRE se materializa a través de la integración del medioambiente y la energía en el negocio, el desarrollo de actuaciones de gestión medioambiental y energética y la promoción de la responsabilidad medioambiental y energética en la sociedad.

Evaluación de los Objetivos Ambientales de 2010

Alineados con los objetivos corporativos de gestión medioambiental y energética MAPFRE ARGENTINA ha creado un área de medioambiente dependiente de la Gerencia de Seguridad de la Información y Medioambiente, la que tiene bajo su responsabilidad desarrollar planes de acción basados en los tres pilares de actuación mencionados anteriormente.

La compañía comenzó a desarrollar acciones tendientes a implantar un modelo de gestión medioambiental basado en la Norma ISO 14001. Se inició un pormenorizado análisis de la legislación aplicable a nivel nacional, provincial y municipal.

Por otra parte se siguió profundizando en la gestión de papel y tónner.

En cuanto al impacto ambiental indirecto, se han mantenido las actuaciones sostenibles como el desarrollo de plataformas de comunicación y de acceso a redes informáticas fiables y seguras, que disminuyen la necesidad de desplazamientos para reuniones, capacitación, etc. También se ha extendido la responsabilidad medioambiental a los proveedores mediante la inclusión de cláusulas medioambientales en los contratos.

Eco-Eficiencia

MAPFRE ARGENTINA valora cuantitativamente los impactos medioambientales derivados de su actividad. Uno de los principales es el consumo de recursos, por lo que se ha continuado trabajando en medidas para lograr su reducción por empleado, entre las que merecen destacarse las siguientes:

- Disminución en el uso de papel a través de los procesos de digitalización de documentos, centralización de impresión de pólizas. Durante el año 2010 se ha continuado con el proceso de gestión centralizada de impresión de pólizas que optimiza el ahorro de papel y consumibles. También orientados a este tipo de ahorro y fundamentalmente pensando en un servicio ágil y eficaz para el cliente, se sigue avanzando en el proceso de póliza electrónica, que se espera esté implantado para mediados de 2011.
- Reducción del uso de electricidad a partir del reemplazo de monitores por pantallas LCD. Continuando con las acciones desarrolladas en 2009 respecto de este tema, el acumulado de monitores reemplazados a diciembre de 2010 ascendió a 773, un 40% del total de equipos
- Análisis de proveedores de unidades de impresión para la disminución de recursos y consumibles (papel, toner y energía).
- Distribución de material divulgativo e informativo como continuación a las medidas de fomento de la reducción de los consumos de agua, papel y energía entre los empleados del Grupo.

Gestión Medioambiental y Energética

En MAPFRE existen normas medioambientales que definen el comportamiento adecuado de cualquier actividad desarrollada que pueda tener un impacto sobre el Medio Ambiente.

Respecto de los proveedores, se analizaron las cláusulas contractuales para incorporar en las condiciones generales de contratación según la responsabilidad medioambiental en la provisión de productos y servicios para las distintas entidades del grupo.

Gestión del Agua

En las instalaciones de MAPFRE en Argentina el agua procede de la red sanitaria pública y se destina principalmente a usos sanitarios. Así pues, la mayoría de los vertidos no tienen presencia de contaminantes químicos, ni requieren procesos de tratamiento específico, por lo que se realizan a redes de saneamiento municipal.

Gestión de Residuos

Como consecuencia de la actividad realizada en los centros de trabajo de MAPFRE ARGENTINA, se generan residuos de diversas características cuya gestión es compleja dada la dispersión geográfica de la red comercial. Desde fines de 2007, se han mantenido o mejorado los anteriores niveles de crecimiento de recursos gestionados.

MAPFRE continúa desarrollando la gestión de residuos consumibles a través de procesos de recuperación.

Resultado de estas actuaciones: se recolectaron 16.31 toneladas de papel y 485 kilos de tapitas de gaseosas (material plástico). El 75% del papel y el 100% del plástico fueron donados a la Fundación del Hospital de Pediatría Dr. Juan P. Garrahan, quienes con los ingresos generados por la venta de estos residuos, desarrollan acciones en pos de la comunidad del hospital, especialmente de la Casa Garrahan.

En cuanto a los Centros de Atención Médica Ambulatorios, se gestionan adecuadamente los residuos patológicos y peligrosos producidos en cada uno de ellos.

En otra línea de actuación MAPFRE ARGENTINA SEGUROS, a través de la Dirección de Automóviles, y en cumplimiento con la Ley de Desarmaderos, (Ley 25.761), envía al CESVI aquellos autos que han sufrido un siniestro de destrucción total.

CESVI lleva un registro de los kilogramos de residuos especiales que le entregan sus 9 compañías socias (incluida MAPFRE, ya que no lleva un detalle por compañía). En sus instalaciones se realiza la descontaminación de las unidades, se retiran los fluidos y se envían las piezas mecánicas no salvables a compactar a través de un prestador especializado.

Se procesaron 13.900 kg de fluidos viscosos y 14.548 kg de baterías (material con plomo a reciclado).

Proveedores

MAPFRE ARGENTINA contribuye al desempeño ambiental de sus proveedores al incluir, en esta primera etapa de gestión, cláusulas medioambientales en los contratos de prestación de servicios. La próxima fase, con miras a la implantación del modelo de gestión, consistirá en la dotación de procedimientos de actuación a los proveedores de actividades o servicios con impacto en el entorno que operen en los centros de trabajo en proceso de certificación ambiental, con el objetivo de informarles sobre buenas prácticas en el desarrollo de su actividad.

Empleados

Desde el Departamento de Responsabilidad Social se impulsó la campaña de concientización para el día del Medio Ambiente que tuvo como objetivo promover tanto la responsabilidad y contribución al cuidado del medio ambiente como conductas responsables y de uso racional del agua, la energía y el papel.



Se incrementaron los accesos a plataformas de comunicación, con redes informáticas fiables y seguras que disminuyen la necesidad de desplazamientos, en caso de reuniones y capacitaciones a distancia.

INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL DE MAPFRE ARGENTINA

INDICADOR	2010	COMENTARIOS
Energía		
Consumo energía eléctrica (Mwh)	1.683,86	
Consumo de gas (m3) (1)	NA	No existe consumo de gas en el edificio central de MAPFRE ARGENTINA
Consumo de gasóleo (l) (1)	311,59	
Total energía consumida (Mwh)	1.683,86	Corresponde al consumo de electricidad de las oficinas de Juana Manso, según indican las facturas de Edesur. En este caso se tiene en cuenta el consumo de electricidad de las áreas comunes del edificio.
Energía eléctrica consumida por empleado (kWh)	4.284,65	
Total energía consumida por empleado.(kWh)	4284,65	Corresponde a la cantidad de consumo de electricidad en las oficinas de Juana Manso (1.683.869,4), dividido el total de empleados de MAPFRE en esas oficinas (393).
Agua		
Consumo de agua (m3) (1)	ND	No existen medidores de agua en el edificio central. El valor de consumo del edificio (ubicado en Av. Juana Manso 205. C.A.B.A.) es en función de los m2 construidos. MAPFRE abona según los m2 ocupados en las plantas -6193.63m2
Papel y consumibles		
Consumo de papel (Tm)	328	
Consumo de toner (Ud.)	3187	
Gestión de Residuos		
Residuos no peligrosos edificios (kg)	486,5 (Envases)	
Papel enviado a reciclar (Tm)	16,31	
Tóner: Ud.(% del consumo)	1.243 (39%)	
Pilas (kg)	NA	MAPFRE no consume pilas recargables y las baterías de los equipos de telefonía móvil son devueltas al proveedor al vencer el comodato de los mismos (el 100% de los equipos están en comodato)
Residuos sanitarios (kg)	593 (2)	
Residuos peligrosos edificios (kg)	ND	
Residuos peligrosos talleres (Tm)	13,9 (líquidos) 14,5 (baterías) (3)	

NOTA: Salvo indicación en contra, el alcance de los datos corresponde a los edificios sede de entidades. La ocupación del edificio Puerto León es de 393 empleados

(1) Consumo estimado en base a criterio de superficie ocupada

(2) Corresponden a las 5 clínicas de MAPFRE ARGENTINA ART. No se incluyen los líquidos radiológicos (1810 l)

(3) Datos de CESVI Argentina. Corresponden a 9 empresas asociadas, incluida MAPFRE.





6

Información complementaria

6.1. Principales Asociaciones

(Información a 31.12.10)

Argentina

- ASOCIACIÓN ARGENTINA DE COMPAÑÍA DE SEGUROS (AACS)
- ASOCIACIÓN ARGENTINA DE COMUNICACIÓN INTERNA (AACI)
- ASOCIACIÓN CRISTIANA DE DIRIGENTES DE EMPRESA (ACDE)
- ASOCIACIÓN DE ADMINISTRADORA DE RIESGOS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (ADARA)
- ASOCIACIÓN DE ASEGURADORES DE VIDA Y RETIRO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (AVIRA)
- ASOCIACIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE LA ARGENTINA (ADRHA)
- CÁMARA DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EN LA ARGENTINA (AMCHAM)
- CÁMARA ESPAÑOLA DE COMERCIO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA (CECRA)
- CONSEJO EMPRESARIO ARGENTINO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (CEADS)
- INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE)
- INSTITUTO PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LA ARGENTINA (IDEA)
- UNIÓN DE ASEGURADORES DE RIESGOS DEL TRABAJO (UART)



6.2. Índice de indicadores GRI

I. Parte General

Leyenda:

✓: DISPONIBLE NA: NO APLICA ND: NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
ESTRATEGIA Y ANALISIS		
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la responsabilidad social para la organización y su estrategia.	✓	- Carta del Presidente. Pág. 6. - MAPFRE y la Responsabilidad Social. Pág. 21.
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	✓	- Carta del Presidente. Pág. 6. - MAPFRE y la Responsabilidad Social: Riesgos ESG. Pág. 32. - Principales magnitudes económicas. Pág. 14.
PERFIL DE LA ORGANIZACION		
2.1 Nombre de la organización.	✓	- MAPFRE ARGENTINA.
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus clientes. Pág. 48. - Página web: www.mapfre.com.ar
2.3 Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	✓	- Información General: 2.1. Implantación Internacional y 2.2 Implantación en Argentina. Págs. 9 a 11. - 2.3. Organigrama Societario del Grupo MAPFRE y 2.4 Organigrama Societario de MAPFRE ARGENTINA. Págs. 12 a 13.
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	✓	- Av. Juana Manso 205 5º piso (1107). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
2.5 Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	✓	- Información General: 2.1. Implantación Internacional. Pág. 10.
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	✓	- Información General. Pág. 9.
2.7 Mercados servidos: Incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus clientes. Pág. 48.
2.8 Dimensiones de la organización informante.	✓	- Información General: 2.5. Principales magnitudes económicas. Pág. 14.
2.9 Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	✓	- MAPFRE y la RS: 3.7. Principios seguidos para la elaboración del informe Local de responsabilidad social: Alcance y perfil. Pág. 34.
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	✓	- MAPFRE y la RS: 3.8. Premios y reconocimientos. Pág. 36.
3.1 Período cubierto por la información contenida.	✓	2010
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente.	✓	- Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE ARGENTINA 2009.

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	✓	Anual.
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	✓	- MAPFRE y la RS: 3.7. Principios seguidos para la elaboración del informe Local de responsabilidad social: capacidad de respuesta. Pág. 34.
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	✓	- El Informe da cobertura a todas las actuaciones empresariales en el ámbito asegurador en el que MAPFRE ARGENTINA desarrolla sus principales actividades. - El Informe incluye un capítulo sobre la actividad fundacional de MAPFRE ARGENTINA. Pág. 87.
3.6 Cobertura de la memoria.	✓	- Carta del Presidente. Pág. 6. - MAPFRE y la RS: 3.7. Principios seguidos para la elaboración del informe Local de responsabilidad social. Pág. 34.
3.7 Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	✓	- Información complementaria: Informe de Verificación Externa. Pág. 83.
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	✓	
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	✓	
3.10 Descripción del efecto que pueda tener los cambios de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que los han motivado.	✓	No existen cambios significativos en relación con el alcance y la cobertura de la información que afecte al conjunto del contenido de este informe, ni relativos a periodos anteriores.
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	✓	No obstante, en aquellos casos en los que se haya producido un cambio en el alcance y método de valoración se ha incluido la correspondiente nota informativa.
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	✓	- Información complementaria: Índice de Indicadores GRI. Pág. 70.
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	✓	- MAPFRE y la Responsabilidad Social: Principios para la elaboración del informe. Pág. 34. - Información complementaria: Informe de Verificación Externa. Pág. 83.

I. Parte General

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
4.1 Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización. Mandato y composición (incluyendo el número de miembros independientes y de miembros no ejecutivos) de dichos comités e indicar su responsabilidad directa sobre el desempeño económico, social y ambiental.	✓	- Información General: 2.6. Órganos de Gobierno. Pág. 9. - Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).
4.2 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen.	✓	
4.3 Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	✓	
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: Canales de relación y Código de Ética y Conducta: » Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com). Pág. 39.
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: » Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com). Pág. 39.
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	✓	- Información General: 2.6. Órganos de Gobierno. Pág. 18. - MAPFRE y la RS: 3.5. Actuación ética y socialmente responsable de MAPFRE ARGENTINA. Pág. 29. - Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	✓	- Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	✓	- Principios Institucionales y empresariales del Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com). - Carta del Presidente. Pág. 6. - MAPFRE y la Responsabilidad Social: política y modelo (publicados en la página web de MAPFRE ARGENTINA www.mapfre.com.ar). - MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: protocolos, Código Ético y de Conducta. Pág. 39.

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
		- MAPFRE ARGENTINA y sus clientes. Pág. 48. - Dimensión Medioambiental de MAPFRE: Política. (publicado en la página web de MAPFRE ARGENTINA) (www.mapfre.com.ar).
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	✓	- Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com). - MAPFRE y la Responsabilidad Social: » Principios para la elaboración del Informe. Pág. 34. » Riesgos ESG. Pág. 32. - MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: Introducción-Código Ético y de Conducta. Pág. 39.
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	✓	- Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	✓	- MAPFRE y la Responsabilidad Social: » Riesgos ESG. Pág. 32.
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	✓	- Carta del Presidente. Pág. 6. - Información complementaria: » Principales asociaciones. Pág. 69. - En su edición Internacional e Interamericana, MAPFRE impulsa y patrocina el Premio Robin Cosgrove, para trabajos que se ocupen de la ética en los negocios, escritos por menores de 35 años. - Información complementaria: 6.3. Principios del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Pág. 80.
4.13 Principales asociaciones a las que pertenece (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya como miembros a nivel de organización.	✓	- Información Complementaria: » Principales asociaciones. Pág. 69.
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	✓	- MAPFRE y la Responsabilidad Social: » Partes interesadas. Pág. 24. - La estructura del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE ARGENTINA, dedica un capítulo a las siguientes partes interesadas: empleados, clientes, a los profesionales y entidades que colaboran en la distribución de sus productos y a los proveedores. Además, MAPFRE ARGENTINA dedica un capítulo a su Dimensión Medioambiental. - En cada uno de estos capítulos, dedicados a las partes interesadas, se trata de forma específica los canales de relación o atención que MAPFRE ARGENTINA tiene establecidos.

I. Parte General

Leyenda:

✓: DISPONIBLE NA: NO APLICA ND: NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	✓	- MAPFRE y la Responsabilidad Social: Partes interesadas. Pág. 24.
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	✓	- Carta del Presidente. Pág. 6. - MAPFRE y la Responsabilidad Social: Principios para la elaboración del Informe. Pág. 34. - Ver indicador 4.14
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	✓	

II. Indicadores de Desempeño Económico

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados » Política de retribuciones y compensaciones. Pág. 44. - Informe anual de FUNDACION MAPFRE Delegación Argentina. Pág. 87.
EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y la Responsabilidad Social: Gestión de Riesgos ESG. Pág. 32.
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados. Pág. 39.
EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	✓	MAPFRE ARGENTINA no ha recibido ayudas financieras de ninguna índole por instancias gubernamentales
EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	NT. En MAPFRE ARGENTINA se cumple lo dispuesto en la legislación laboral y en los convenios colectivos que también le sean de aplicación a las entidades del Grupo. - MAPFRE ARGENTINA y sus empleados. Pág. 39.
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	Política y prácticas: - Código Ético y de Conducta: (www.mapfre.com) - MAPFRE y la Responsabilidad Social: Política de RS. Pág. 22. Gasto proveedores: - MAPFRE ARGENTINA y sus proveedores. Pág. 62.
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	- El 100 % de los directivos de MAPFRE ARGENTINA son locales. - EMPLEO Y SELECCIÓN. Selección. Pág. 49. - Política de Selección del Grupo MAPFRE. Código de Buen Gobierno: - Principio Institucional de actuación ética y socialmente responsable (www.mapfre.com).
EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	NA	
EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	NA	

III. Indicadores de Desempeño Medioambiental

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
MATERIALES		
EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	✓	Dimensión Medioambiental de MAPFRE ARGENTINA: - Indicadores de desempeño medioambiental de MAPFRE ARGENTINA. Pág. 67.
EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	✓	
ENERGÍA		
EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	✓	Dimensión Medioambiental de MAPFRE ARGENTINA: - Eco-Eficiencia. Pág. 65. - Indicadores de desempeño medioambiental de MAPFRE ARGENTINA. Pág. 67.
EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	✓	
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	✓	
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	ND	
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	✓	Dimensión Medioambiental de MAPFRE ARGENTINA. Pág. 65.
AGUA		
EN8 Captación total de agua por fuentes.	ND	Dimensión Medioambiental de MAPFRE ARGENTINA: - Gestión del agua. Pág. 65. - Indicadores de desempeño medioambiental de MAPFRE ARGENTINA. Pág. 67.
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	NA	
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	NA	

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
BIODIVERSIDAD		
EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	✓	NT. Todas las instalaciones de MAPFRE en ARGENTINA, están ubicadas en suelo urbano o industrial y no están próximas a espacios naturales protegidos, por lo que no se generan impactos directos sobre la biodiversidad.
EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	✓	
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	✓	
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	✓	
EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitat se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	✓	
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	ND	MAPFRE ARGENTINA se ha incorporado al "Plan Estratégico Medioambiental para Entidades Internacionales", creado por MAPFRE en 2010. Para implantar dicho plan y la Política Medioambiental y Energética de MAPFRE en MAPFRE ARGENTINA se ha creado un área de medioambiente, dependiente de la Gerencia de Seguridad de la Información y Medio Ambiente. Para la consulta de la política ver www.mapfre.com.ar
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	ND	
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	ND	
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	ND	
EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	NA	
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	NA	
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	✓	- Dimensión Medioambiental de MAPFRE ARGENTINA: - Gestión de residuos. Pág. 66.

III. Indicadores de Desempeño Medioambiental

Leyenda:

✓: DISPONIBLE NA: NO APLICA ND: NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	✓	NT: No tenemos constancia de que se hayan producido en 2010 derrames significativos en los establecimientos e instalaciones gestionadas por MAPFRE en Argentina, ni de que se hayan activado, por tanto, planes de actuación de emergencia ambiental en dicho sentido.
EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	NA	
EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	✓	NT: Todas las instalaciones de MAPFRE en Argentina, están ubicadas en suelo urbano o industrial y no están próximas a espacios naturales protegidos, por lo que no se generan impactos directos sobre la biodiversidad.
PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	✓	- Dimensión Medioambiental de MAPFRE ARGENTINA. Pág. 65.
EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	NA	
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	✓	NT. No tenemos constancia de que se encuentren pendientes de tramitación multas o sanciones significativas asociadas a incumplimientos relativos a la normativa ambiental, por parte de MAPFRE en Argentina, durante el ejercicio 2010.
TRANSPORTE		
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	ND	
GENERAL		
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	ND	

IV. Indicadores de Desempeño Social

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
EMPLEO		
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Estructura de la plantilla. Pág. 39.
LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	✓	
LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Política de retribuciones y compensaciones. Pág. 44.
RELACIONES EMPRESA / TRABAJADORES		
LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: Comunicación con los empleados y relación empresa-trabajadores: Representantes de los trabajadores. Pág. 45.
LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	✓	NT: Se aplica lo dispuesto en la legislación laboral vigente del país.
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA6 Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Salud y Seguridad en el trabajo. Pág. 46. ▶ Promoción de la Salud. Pág. 47. No existe un Comité de Seguridad y Salud.
LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Salud y Seguridad en el trabajo. Pág. 46.
LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Salud y Seguridad en el trabajo. Pág. 46. ▶ Promoción de la Salud. Pág. 47.
LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Salud y Seguridad en el trabajo. Pág. 46. DEPENDE DEL INDICADOR La6
LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Formación: cuadros. Pág. 42.
LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Evaluación y desarrollo profesional. Pág. 41. ▶ Formación. Pág. 42.

IV. Indicadores de Desempeño Social

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: » Evaluación y desarrollo profesional. Pág. 41.
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	✓	MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: » Estructura de la plantilla. Pág. 39. » Empleados con discapacidad. Pág. 40. » Selección. Pág. 40. » Movilidad y promoción interna. Pág. 41. » Igualdad de oportunidades y conciliación de la vida familiar y laboral: igualdad de oportunidades. Pág. 44.
LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	ND	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: » Política de retribuciones y compensaciones. Pág. 44.
PRACTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO		
HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	0/G	- Política de RS principio 1. Pág. 22. - Código Ético y de Conducta. (www.mapfre.com - Art. 3.2.3) de aplicación en todo el Grupo. - MAPFRE y la Responsabilidad Social: Riesgos ESG. Pág. 32.
HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	✓	
HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: » Formación y desarrollo profesional: cuadros. Pág. 42. » Acoso moral y sexual en el trabajo. En el taller de Inducción Emprender (8 hs) se destina una hora para tratar el Código de Buen Gobierno del Grupo MAPFRE, hacer referencia a la adhesión, por parte de la compañía al Pacto Global de las Naciones Unidas, como así también a los derechos del empleado. Durante 2010, se destinaron 210 horas de formación. El porcentaje de empleados del total de la dotación al 31 de diciembre de 2010 es del 11%, ya que pertenece a los empleados que han asistido a dicho taller a lo largo de 2010.
NO DISCRIMINACIÓN		
HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	✓	- Durante el 2010 no se produjeron incidentes de discriminación.

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS		
HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	✓	- Código Ético y de Conducta de MAPFRE: Apartado .3.1: relaciones con y entre los empleados (www.mapfre.com). - MAPFRE y la Responsabilidad Social: » Política de Responsabilidad Social. Pág. 22. » Riesgos ESG. Pág. 32.
HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: » Comunicación con los empleados y relación empresa-trabajadores: Representantes de los trabajadores. Págs. 45 a 46.
TRABAJOS FORZADOS		
HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	✓	NT No se han identificado operaciones que conllevan un riesgo significativo de episodios de trabajo forzado o no consentido. - MAPFRE y la Responsabilidad Social: » Política de Responsabilidad Social. Pág. 22. » Riesgos ESG. Pág. 32. - MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: » Introducción. Código Ético y de Conducta. Pág. 39.
PRACTICAS DE SEGURIDAD		
HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	NA	El personal de seguridad de MAPFRE ARGENTINA es tercerizado.
DERECHOS DE LOS INDIGENAS		
HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	✓	NT No se tiene constancia de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.

IV. Indicadores de Desempeño Social

Leyenda:

✓: DISPONIBLE NA: NO APLICA ND: NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
COMUNIDAD		
S01 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	NA	- MAPFRE y la Responsabilidad Social: - Política de Responsabilidad Social. Pág. 22. - Riesgos ESG. Pág. 32.
S02 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	✓	En MAPFRE ARGENTINA HOLDING, cada Director de Unidad de Negocio es responsable por la Prevención de Lavado de Activos y la Lucha Contra el Fraude Externo e Interno: - Lucha contra el fraude (LCF) y prevención del blanqueo de capitales. Págs. 29 a 31.
S03 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	✓	210 empleados de la Compañía han recibido formación sobre Prevención de Blanqueo de Capitales (10,82% de la plantilla).
S04 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	✓	- No se ha producido ningún incidente significativo de corrupción.
POLITICA PUBLICA		
S05 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	✓	- Código de Buen Gobierno de MAPFRE publicado en la Web corporativa. www.mapfre.com. - Código Ético y de Conducta
S06 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	0	
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL		
S07 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	NA	
S08 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	✓	Se produjo un incidente en MAPFRE VIDA debido a un error de procedimiento que nos impidió operar durante cinco días y que se resolvió cumplido dicho plazo.
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	NA	Los productos y servicios aseguradores de MAPFRE ARGENTINA no afectan a la salud y seguridad de los clientes. El ciclo de vida de la póliza de seguros, depende del cliente y de la entidad aseguradora, quedando regulados todos los aspectos en el contrato que suscriben ambas partes.
PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	NA	

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	✓	MAPFRE ARGENTINA aplica lo dispuesto en la Ley y demás normativa aplicable. Además, aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. - MAPFRE y la Responsabilidad Social: - Política de Responsabilidad Social. Pág. 22. - Riesgos ESG. Pág. 32. - MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: - Los empleados para MAPFRE ARGENTINA. Pág. 39. - Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).
PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	✓	No tenemos constancia de que se hayan producido demandas por incumplimiento en la aplicación de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus clientes: - Calidad de servicio. Pág. 49.
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	✓	Respecto a las Regulaciones con las que se debe proceder en Argentina se debe considerar las siguientes leyes: - Ley de Habeas Data (AMDIA) - Ley de Protección de Datos Personales. Ley 25.326 - Registro no llame AMBA y San Luis - Ley de Defensa del Consumidor - Ley de Juego [Lotería Nacional Argentina, para sorteos] - Regulaciones el cuanto al Uso y Pago de Premios y Defensa de la Propiedad Intelectual. Además, La Gerencia de Marketing se rige y hace cumplir los lineamientos y pautas establecidas en el Manual de Normas de Uso y Aplicación de la Marca, como también la Guía de estilos, provistos por MAPFRE ESPAÑA.
PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	✓	- No tenemos constancia de que se hayan producido demandas significativas por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, publicidad, la promoción y el patrocinio.

IV. Indicadores de Desempeño Social

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
PRIVACIDAD DEL CLIENTE		
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	✓	Durante el año 2010 no se han producido reclamaciones de este tipo.
CUMPLIMIENTO NORMATIVO		
PR9 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	✓	En 2010 no se han producido multas significativas.

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS		
FS1 Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	✓	- Carta del Presidente. Pág. 6. - MAPFRE y la Responsabilidad Social: » Política de responsabilidad social. Pág. 22. (disponible también en la web: www.mapfre.com.ar) - Dimensión Medioambiental de MAPFRE: » Política Medioambiental. (disponible en la web: www.mapfre.com.ar)
FS2 Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	✓	- MAPFRE y la Responsabilidad Social: » Riesgo ESG. Pág. 32. - Dimensión Medioambiental de MAPFRE: » Gestión ambiental y energética. Pág. 65.
FS3 Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	✓	
FS4 Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: » Evaluación y desarrollo profesional. Formación. Pág. 41. - Dimensión Medioambiental de MAPFRE: » Empleados. Pág. 66.
FS5 Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	✓	Interacciones con clientes: - MAPFRE ARGENTINA y sus clientes: » Canales de atención al cliente. Pág. 48.
CARTERA DE PRODUCTO		
FS6 Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PYME, microempresa) y sector.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus clientes. Pág. 48.
FS7 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	ND	
FS8 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	ND	
AUDITORÍA		
FS9 Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	✓	Evaluación de riesgos: - MAPFRE y a la Responsabilidad Social: Riesgo ESG. Pág. 32.

Indicadores GRI Suplemento Financiero

Leyenda:

✓: DISPONIBLE NA: NO APLICA ND: NO DISPONIBLE

Indicador GRI	Disponibilidad del indicador	Localización en el Informe/ Comentarios
GESTIÓN ACTIVA DE LA PROPIEDAD		
FS10 Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	ND	
FS11 Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	NA	
FS12 Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.	NA	
COMUNIDAD		
FS13 Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	✓	- Información general. Pág. 9.
FS14 Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus clientes: ▶ Canales de atención al cliente. Pág. 48.
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
FS15 Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	✓	- MAPFRE ARGENTINA aplica los Principios Institucionales y empresariales que establece el Código de Buen Gobierno y que son de obligado cumplimiento para el Grupo. - MAPFRE y la Responsabilidad Social: ▶ Política de Responsabilidad Social. Pág. 22. - MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: ▶ Código Ético y de Conducta. ▶ Código de Buen Gobierno (www.mapfre.com).
COMUNICACIONES DE MARKETING		
FS16 Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario.	✓	- MAPFRE ARGENTINA y sus empleados: Formación. Pág. 41. - Informe anual de FUNDACION MAPFRE Delegación Argentina. Pág. 87.

0 8 ñ l l A 8 J # m * S B k 9 π j
te 5 ñ 4 z 6 3 A A 4 o ⊕ S s Π e fi 7 w

6.3. Principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo del Milenio

La siguiente tabla muestra la correlación entre Principios del Pacto Mundial, indicadores de desempeño del GRI V3 y Objetivos de Desarrollo del Milenio según la Memoria Responsabilidad Social de MAPFRE

ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3*	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
DERECHOS HUMANOS	1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 ·No discriminación: HR4 ·Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6, ·Trabajos forzados: HR7 ·Prácticas de seguridad: HR8 ·Derechos de los indígenas: HR9 ·Relación Empresa/Trabajadores: LA4 ·Salud y seguridad en el trabajo: LA6-LA9 ·Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 ·Política Pública: S05 ·Salud y seguridad del cliente: PR1, PR2, ·Privacidad del cliente: PR8. <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC5</p>	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p>Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil</p> <p>Objetivo 5: Fomentar la salud materna</p> <p>Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>
	2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 ·No discriminación: HR4 ·Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5, HR6, ·Trabajos forzados: HR7 ·Prácticas de seguridad: HR8 ·Derechos de los indígenas: HR9 <p>Política Pública: So5</p>	
DERECHOS LABORALES	3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Relación Empresa/Trabajadores: LA4-LA5 ·Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 ·Libertad de asociación y convenios colectivos: HR5 <p>Política Pública: So5</p>	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>
	4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 ·Trabajos forzados: HR7 <p>Política Pública: So5</p>	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil</p>
	5. Erradicar el trabajo infantil	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 ·Libertad de asociación y convenios colectivos: HR6 <p>Política Pública: So5</p>	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p>
	6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	<p>DESEMPEÑO SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Empleo: LA2 ·Diversidad e igualdad de oportunidades: LA13, LA14 ·Prácticas de inversión y abastecimiento: HR1-HR3 ·No discriminación: HR4 ·Política Pública: S05 <p>DESEMPEÑO ECONÓMICO: Ec7</p>	<p>Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre</p> <p>Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal</p> <p>Objetivo 3: Promover la Igualdad entre Géneros y la Autonomía de la Mujer</p> <p>Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo</p>

ÁREAS	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI 3*	OBJETIVO DE DESARROLLO DEL MILENIO
MEDIO AMBIENTE	7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	DESEMPEÑO ECONÓMICO: EC2 DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL -Emisiones, vertidos y residuos: EN18 -Productos y servicios: EN26 -General: EN30, DESEMPEÑO SOCIAL Política Pública: So5	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
	8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL -Materiales: EN1, EN2 -Energía: EN3-EN7 -Agua: EN8-EN10 -Biodiversidad: EN11-EN15 -Emisiones, vertidos y residuos: EN16-EN25 -Productos y servicios: EN26, EN27 -Cumplimiento normativo: EN28 -Transporte: EN29 -General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL -Política Pública: S05 Etiquetado de productos y servicios: PR3, Pr4.	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 4: Reducir la Mortalidad Infantil Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio Ambiente
	9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente.	DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL -Materiales: EN2 -Energía: EN5-EN7 -Agua: EN10 -Emisiones, vertidos y residuos: EN18 -Productos y servicios: EN26, EN27 -General: EN30 DESEMPEÑO SOCIAL Política Pública: So5	Objetivo 7: Garantizar la Sostenibilidad del Medio
ANTICORRUPCIÓN	10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	DESEMPEÑO SOCIAL -Comunidad: S02-S04 Política Pública: S05-S06	Objetivo 1: Erradicar la Pobreza Extrema y el Hambre Objetivo 2: Lograr la Enseñanza Primaria Universal Objetivo 8: Fomentar una Asociación Mundial para el Desarrollo

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



A	m	*	R	f	L	†	p	S	b	r	k	5	w	M	æ	q	F	©	p	T	¿	d	°	ñ
/	s	3	↑	V	o	Δ	*	#	x	5	Y	h	Z	q	æ	β	r	i	4	!	A	τ	ñ	
†	‡	+		+	A	H	j	ℓ		&	h		q		R		⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	
‡	/			/	J		o	S	b	↑	L	5	Υ	©	â	l	ℓ	⊗	⊗	⊗	!	⊗	⊗	
⊗		A			Υ	H	↳	6		‡	o	⊗	S	s	m	e		7	m		g	‡	o	
A	ð	s	/	m	π	†		7	r	w		æ	‡	@	‡	⊗		⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	
V	q	↳	6	↳	H		q	S	2	m	↳		j	↳	q		Q	i		!	°		ñ	
A	τ	R	T	π	⊗	‡	R	Υ	D	↑	J	8	Y	h	o	↓	↳		æ	i	z	ℓ	æ	
τ	⊗	‡	H	°	⊗	H	f		5	⊗	r	5	≡	ℓ		↳		≡	r	‡	‡		8	
Δ	↳	≡	8	‡	‡	≡	Υ	T	8		5	K	y	↳	ℓ		4	*	&	B	°	3	J	
b	R	⊗	7	m	b		J	α	h	↳	x	5	↑	h	w	q		ñ	9	e	9	8	S	
⊗	D		⊗	J			W	b	Q		z		h	w	X	o	R	Q	i	&	W	@	8	
‡	s	A	h	ñ	4	↳	↳	=	3	↳	Υ	-	7	q	F	d		‡	æ		‡	‡		
6	l	A	‡	J	m	m	*	S	b	‡	π	j	*	↑	r	f	Q	i	9		°	S	ñ	
D	≡	6	α	A	4	o	⊗	S	s	m	f	7	w	q	F	g	T	a	b	!	Υ	⊗	↑	
A	p	‡		‡	A	‡	æ	b	j	‡	o	2	X		F	R	Q		!	*	W	h		
⊗		D	4	↑	L	⊗	o	f	Z	r		5	Υ	w	®	r		&	!	€	8	Z		
↳	τ	z	m	u	D	4	o	S	b	=	4	k	‡	w	F	y	8	X	%	v	°	π		
Δ	p		3	D	6	↳	‡	‡	‡	6	A	5		o		R	Q	i	l	r	!	8		
Δ	l	H	5	J	‡	↳			‡	r	w		B		↳	‡	l	z	6	r	8	ñ		
	S	T	‡	B					=	r	5		*			9		l	&	!	°	8		
6	m		‡	‡	Δ	↳		=	6	f		m			R	‡	‡	&	7	‡		ñ		
6	r	t		J		o	S	b	T	↳		↑			↳	3	Q	l	&	o	°	8		
6	‡	‡	‡	J	↳	*	8	e	Υ	r	‡	x	3		‡	#	R	i	&	A	y	‡		
6	↳			J	↳	↳				9	5	Y	S	‡	‡		Z	Q	i	f	T			
6	↳	‡	‡	‡	‡	‡	‡	8	#	y	z	b		↳	q	F	A	Q	i	&	W	‡	Δ	

6.4. Informe de verificación externa

Y © à 1 œ R Q ñ !
\$ s ñ e fi 7 w g
H ð ⊕ S 2 x Ø F R
j ÿ q ☞ ☹ Q i ☞ Y
Y h Ø ↓ ☞ R ⊗ ñ ε R
≡ ☞ w ☞ f R ı ☹ & ☞
K y 9 ð ě R 4 x & E
Y h ☞ q ☞ ñ ☞ e 9 8
☞ h ☞ X ☞ R ☞ i & W
Y * 7 q E d m ☞ æ ☞
j * ☞ ↑ E fi ☞ i 9 A
fi 7 w q F g E a b ☞
S 2 x Ø F R ☞ A ☞ !
☞ ⊕ ⊕ q ® r Q 4 & E
k ☞ w ☞ F y 8 X % v
Y ☞ v q R Q ☞ l r
Y B l Σ B % ☞ i ☞ 6
h ↑ * q b 9 i * !
Y ☞ C æ F R m ☞ & ☞
☞ b w q ☞ 3 Q ☞ & o
x 3 ñ ☞ # R ñ & A
Y S ÿ ☞ ☞ Z Q ☞ & f
b ☞ q F A ☞ i & W

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2010

A la Dirección de MAPFRE, S.A.

Alcance del trabajo:

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Social 2010 de MAPFRE, a nivel global, a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3) y el suplemento sectorial financiero.

Asimismo, hemos revisado la información incluida en el Informe Anual de Responsabilidad Social 2010 para las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE.

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

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

Las revisiones efectuadas se refieren al ejercicio 2010, habiéndose cotejado asimismo la coincidencia de los datos relativos a los indicadores centrales del ejercicio anterior con el Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2009.

Los procedimientos efectuados han sido los siguientes:

- Reuniones con responsables de MAPFRE para obtener la información sobre las actividades realizadas y los sistemas de recopilación de información utilizados.
- Revisión de las actas emitidas por los Comités relacionados con los diferentes aspectos de la Responsabilidad Social y del Consejo de Administración.
- Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe de Responsabilidad Social a los estándares del GRI.
- Análisis, en su caso, de los sistemas de información y metodología utilizada para la compilación de los datos cuantitativos correspondientes a los indicadores centrales y sectoriales de MAPFRE.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores centrales y específicos del suplemento financiero incluidos en el Informe Anual de Responsabilidad Social 2010 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por

las fuentes de información para las actividades de MAPFRE realizadas en España, Argentina, Brasil, Colombia, Méjico, Puerto Rico, Chile y EE.UU., que suponen en su conjunto aproximadamente un 80,1% del volumen de negocio.

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

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

El alcance de esta revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe Anual de Responsabilidad Social Corporativa 2010 de MAPFRE.

Independencia

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

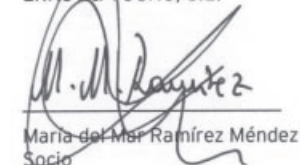
Conclusiones

Como consecuencia de nuestra revisión no se han puesto de manifiesto aspectos de interés en relación al análisis de:

- La concordancia de la estructura del Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2010 con los principios y directrices de los estándares GRI.
- La información y datos correspondientes a los indicadores centrales y sectoriales para las actividades desarrolladas por las entidades aseguradoras de MAPFRE que operan en España, Argentina, Brasil, Colombia, Méjico, Puerto Rico, Chile y EE.UU., que suponen en su conjunto aproximadamente un 80,1 % del volumen de negocio.

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

ERNST & YOUNG, S.L.



María del Mar Ramírez Méndez
Socio

Madrid, 1 de febrero de 2011

INDICADORES DE ARGENTINA					
ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.	ASPECTO	IND.
INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO		INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL		SOCIEDAD	
Desempeño económico	EC1	PRACTICAS LABORABLES Y TRABAJO DECENTE		Corrupción	SO2
	EC2	Empleo	LA1		SO3
	EC3		LA2		SO4
	EC4		LA3	Política Pública	SO5
Presencia del mercado	EC5	Relación Empresa Trabajadores	LA4		SO6
	EC6		LA5	Comportamiento Competencia Desleal	SO7
	EC7	Salud y Seguridad en el Trabajo	LA6	Cumplimiento Normativo	SO8
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL			LA7	RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO	
Materiales	EN1		LA8	Etiquetado de Productos y Servicios	PR3
Energía	EN3		LA9		PR4
	EN4	Formación y Educación	LA10		PR5
Agua	EN8		LA11	Comunicaciones de Marketing	PR6
	EN11		LA12		PR7
Biodiversidad	EN12	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	LA13	Privacidad del Cliente	PR8
	EN13	DERECHOS HUMANOS		Cumplimiento Normativo	PR9
	EN14	Prácticas de Inversión y Absentismo	HR1	SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR FINANCIERO	
	EN15		HR2	ÁMBITO SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL	
EN22	HR3		Impacto de Productos y Servicios	FS1	
Emisiones, Vertidos y Residuos	EN23	No Discriminación		HR4	FS2
	EN25	Libertad de Asociación y Convenios Colectivos		HR5	FS3
	Cumplimiento Normativo	EN28		Explotación Infantil	HR6
		Trabajos Forzados		HR7	FS5
		Prácticas de Seguridad	HR8	Cartera de Producto	FS6
		Derechos de los Indígenas	HR9		FS7
				Auditoría	FS9
				Comunidad	FS13
					FS14
				Salud y Seguridad del Cliente	FS15
				Comunicaciones de Marketing	FS16



4 * R j L i p S b i k s * M æ q Æ © p T z u ° 3
\$ s 3 k V * o A * † x 5 Y = 8 æ ß r i q i ° 6
A R + J + A H j 8 = r & B h w q F R # S & A ° π
4 R \$ Z j R H S R † L i W © ä l œ 8 Q i u i ° 8
Y H R † Y H b 6 A 9 † q # i * S D k 9 π j S k o
ð s z † u † y 9 r w † Æ A † o ⊕ S s T e M ° s v
q k a ~ H a i Γ † W k x l v 2 q k † Q i † ! " 8
7 R T † † k R Y D † J 8 Y h O † k R ⊗ i ° ! 8 5
u † H † † H Γ R S H i e ≡ H w k f u r † & † 8
k s 8 Z = ± 2 Y T 8 6 5 K y 9 k k R 4 x & B ° S
R W 7 q b M 9 S h b x 5 T v w q W ñ 9 e 9 8 S 4
D † u j m † u W b Q 9 z † h w 8 † v † Q i & W @ v
m s A h b † k f b = 3 * Y w 7 q k † m † æ m * †
l A † q # i * S 9 k i o π j * 8 † † H H Q i 9 † ° S
z 6 v A A † o ⊕ S s m e m 7 m q F g † a b 9 Y 8
p 7 v † † A A æ † m † ⊕ † 2 z O † R † A 2 ! ° W
6 D 4 † L i o f Z m m † Y † e w q ® r Q 4 æ † € 8
z é m u D 6 † & b = 4 5 k h w † F y 8 X % v ° 8
† † * † B * e † † 6 i 5 Y v v q F R Q i l r i 8
l H 5 † † X S b † r w Y h l Σ F † P l z 6 i 8
b A T W B 4 o B † e e 5 h † * q © 9 3 l & ! ° 8
u M u W † u Δ λ B = 6 f æ x C æ F R l † & 7 3 8
6 w * † † † o † † T r 5 Y b w q F 3 Q l & o ° 8
8 A † † † λ * † e = r i x 3 l † # R Q i & A y e
λ A † Z † † † b c r 5 3 8 i q † Z Q i & f T u

7

Informe Anual FUNDACIÓN MAPFRE Delegación Argentina 2010

FUNDACIÓN MAPFRE



Introducción

La preocupación social ha sido consustancial con la actuación de MAPFRE desde hace muchos años, y forma parte de los principios institucionales definidos en su Código de Buen Gobierno. En cumplimiento de ese principio, MAPFRE ha dedicado desde 1975 una parte de sus ingresos anuales a promover y financiar actividades no lucrativas de interés general a través de diversas fundaciones privadas, integradas desde el 1 de enero de 2006 en FUNDACIÓN MAPFRE, que desarrolla actividades orientadas a los siguientes fines fundacionales:

- Seguridad de las personas y de sus patrimonios, con especial atención a la Seguridad Vial, la Medicina y la Salud.
- Mejora de la calidad de vida y del Medio Ambiente.
- Difusión de la Cultura, las Artes y las Letras.
- Formación e investigación en materias relacionadas con el Seguro y la Gerencia de Riesgos.
- Investigación y divulgación de conocimientos en relación con la historia común de España, Portugal y los países vinculados a ellos.
- Mejora de las condiciones económicas, sociales y culturales de las personas y sectores menos favorecidos de la sociedad.

FUNDACIÓN MAPFRE es propietaria de la mayoría de las acciones de MAPFRE S.A., respecto de la cual ejerce los derechos que le corresponden como accionista mayoritario, y vela por su buen gobierno corporativo. Sin embargo, no interviene en su gestión, que se lleva a cabo por sus órganos de gobierno.

Desde 2008 FUNDACIÓN MAPFRE edita la revista bimestral "La Fundación", con la finalidad de dar a conocer a la sociedad el conjunto de sus actividades en España y en otros países, y también difunde artículos, reportajes y entrevistas sobre temas relacionados con sus áreas de gestión.

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

- Concesión de ayudas a la investigación.
- Creación y sostenimiento de centros de carácter docente y de investigación.
- Concesión de becas para estudios en instituciones docentes públicas y privadas.
- Organización de exposiciones artísticas.

- Realización de conferencias, simposios, seminarios y coloquios.
- Organización de campañas de prevención de accidentes, directamente o en colaboración con entidades públicas o privadas.
- Edición y difusión de publicaciones, periódicas o unitarias.
- Concesión de becas o ayudas para la rehabilitación física o profesional de minusválidos y organización de actividades que contribuyan a tal fin.
- Promoción y apoyo de actividades y programas para la educación sanitaria y el fomento de la salud.
- Otorgamiento de ayudas económicas o de otro tipo a las personas o colectivos menos favorecidos de la sociedad.

Las actividades de la Fundación se desarrollan a través de cinco institutos especializados:

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

Órganos de Gobierno

PRESIDENTE DE HONOR	Julio Castelo Matrán
----------------------------	----------------------

PATRONATO

PRESIDENTE	José Manuel Martínez Martínez
VICEPRESIDENTE PRIMERO	Filomeno Mira Candel
VICEPRESIDENTE SEGUNDO	Francisco Ruiz Risueño
VICEPRESIDENTE TERCERO	Alberto Manzano Martos

VOCALES	Ángel Alonso Batres
	Ignacio Baeza Gómez
	María Jesús Fernández Antón
	Rafael Galarraga Solores
	Santiago Gayarre Bermejo
	Luis Hernando de Larramendi Martínez
	Sebastián Homet Duprá
	Antonio Huertas Mejías
	Andrés Jiménez Herradón
	Rafael Marquez Osorio
	Antonio Miguel-Romero de Olano
	Alfonso Rebuella Badías
	Domingo Sugranyes Bickel

SECRETARIO	Ángel Luis Dávila Bermejo
------------	---------------------------

VICESECRETARIO	Claudio Ramos Rodríguez
----------------	-------------------------

DIRECTOR	José Luis Catalinas Calleja
----------	-----------------------------

COMISION DE CONTROL INSTITUCIONAL

PRESIDENTE	Alberto Manzano Martos
VICEPRESIDENTE SEGUNDO	Francisco Ruiz Risueño
VICEPRESIDENTE TERCERO	Filomeno Mira Candel

VOCALES	Luis Hernando de Larramendi Martínez
	Andrés Jiménez Herradón
	Rafael Márquez Osorio
	Antonio Miguel-Romero de Olano
	Alfonso Rebuella Badías
	Domingo Sugranyes Bickel

SECRETARIO	Ángel Luis Dávila Bermejo
------------	---------------------------

VICESECRETARIO	Claudio Ramos Rodríguez
----------------	-------------------------

COMISIÓN DIRECTIVA

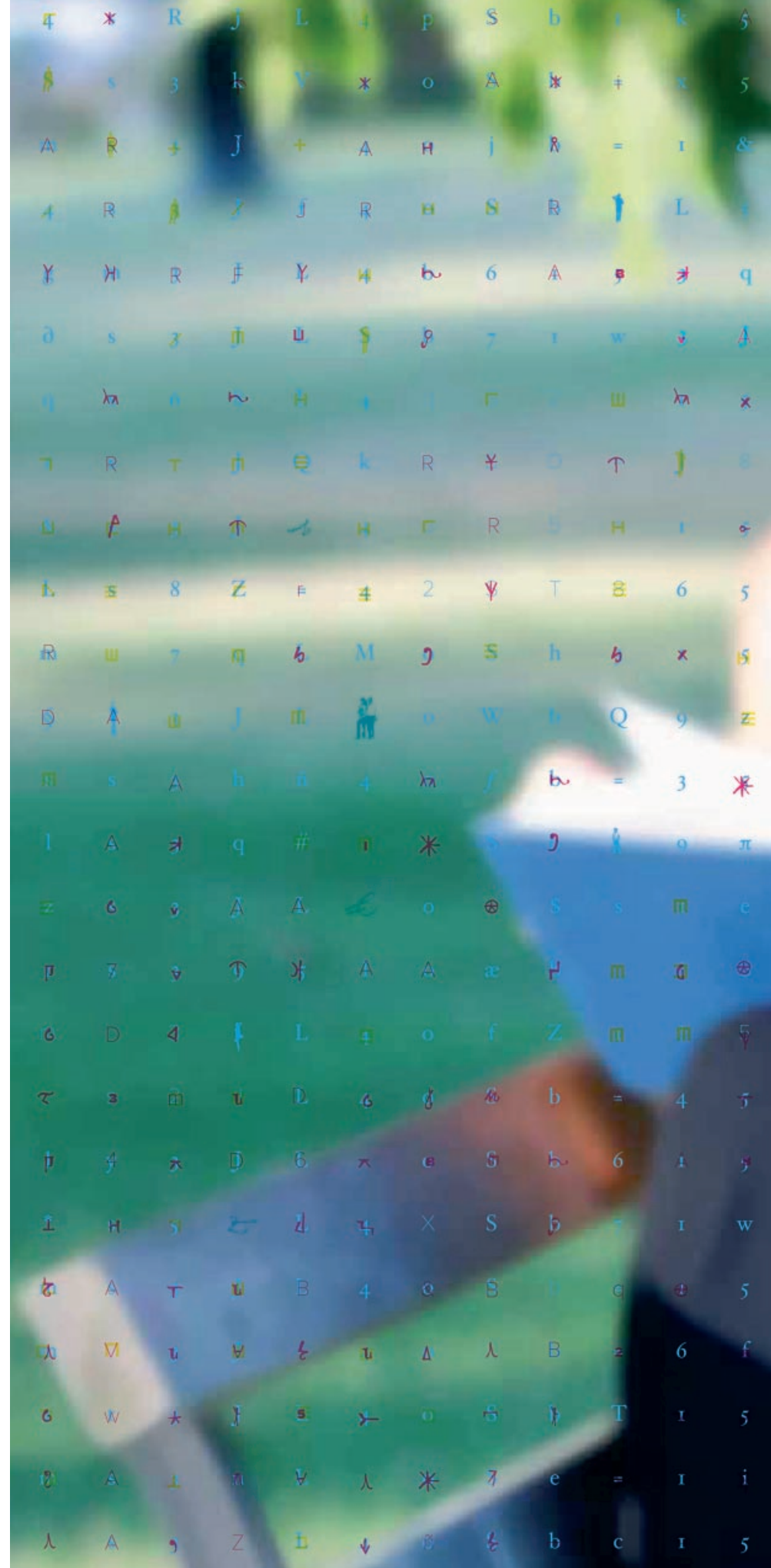
PRESIDENTE	Filomeno Mira Candel
VICEPRESIDENTE PRIMERO	Alberto Manzano Martos
VICEPRESIDENTE SEGUNDO	Francisco Ruiz Risueño

VOCALES	Carlos Álvarez Jiménez
	José Luis Catalinas Calleja
	Rafael Galarraga Solores
	Luis Hernando de Larramendi Martínez
	Antonio Huertas Mejías
	Andrés Jiménez Herradón

SECRETARIO	Ángel Luis Dávila Bermejo
------------	---------------------------

VICESECRETARIO	Claudio Ramos Rodríguez
----------------	-------------------------

INSTITUTOS	
Acción Social	
PRESIDENTE	José Manuel Martínez Martínez
VICEPRESIDENTE	Juan José Almagro García
DIRECTOR GENERAL	Fernando Garrido Tomé
Ciencias del Seguro	
PRESIDENTE	Filomeno Mira Candel
VICEPRESIDENTE	José Luis Catalinas Calleja
DIRECTORA GENERAL	Mercedes Sanz Septién
Cultura	
PRESIDENTE	Alberto Manzano Martos
DIRECTOR GENERAL	Pablo Jiménez Burillo
Prevención, Salud y Medio Ambiente	
PRESIDENTE	Carlos Álvarez Jiménez
DIRECTOR GENERAL	Antonio Guzmán Córdoba
Seguridad Vial	
DIRECTOR GENERAL	Julio Laria del Vas



FUNDACIÓN MAPFRE - Delegación Argentina

En 1984 la FUNDACIÓN MAPFRE comienza a contactarse con algunas instituciones argentinas, planificándose una serie de actividades conjuntas que marcaron el inicio de las relaciones del Sistema MAPFRE en el área de seguridad en nuestro país.

En 1991 queda establecida la FUNDACIÓN MAPFRE, Delegación Argentina. Desde entonces trabaja en todo el país desarrollando una intensa actividad en las áreas de formación, investigación, desarrollo social y promoción de la seguridad, siempre desde una posición de apertura a la colaboración con otras entidades públicas, privadas y de la sociedad civil, empresas y profesionales, teniendo como referencia permanente al hombre y su bienestar.

AUTORIDADES	
REPRESENTANTE	Diego Sobrini
COORDINADORA GENERAL	Rosario Fraguío
APODERADO	Julio Bresso
MIEMBROS TITULARES DEL COMITÉ	Diego Sobrini
	Rosario Fraguío
	Julio Bresso
	Alberto Ávila
	Pablo Pescie
	Jorge Flores
EQUIPO DE GESTIÓN	Julián Mendoza
	Paula Patanó
	Mauricio Riba

► Comité de Fundación

El Comité de Fundación está formado por empleados de la compañía, la Coordinadora General de la Fundación y su presidente y máxima autoridad, Diego Sobrini.

Se reúne tres veces por año y tiene por objeto realizar la planificación anual de la Fundación y marcar los lineamientos generales de las actividades. Sus miembros fiscalizan y evalúan el alcance y cumplimiento de los objetivos, como así también la obtención de los resultados esperados.



Información Económica a Nivel Mundial

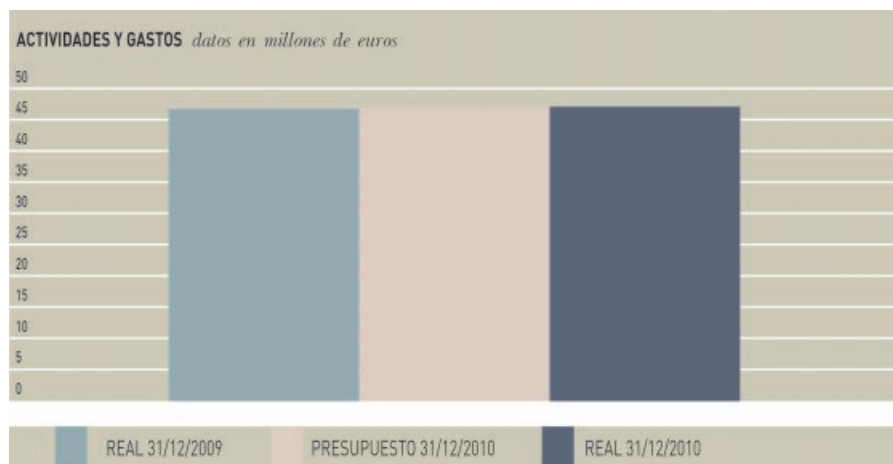
En el ejercicio 2010, los ingresos de FUNDACIÓN MAPFRE han ascendido a 53,6 millones de euros, cifra que representa un decremento del 42,6 % respecto del ejercicio anterior, como consecuencia de los rendimientos extraordinarios del patrimonio, que se destinaron en 2009 a la adquisición y acondicionamiento del edificio del Paseo de Recoletos 23 de Madrid, sede de la Fundación.

Las cantidades empleadas en la realización de actividades fundacionales (incluyendo los gastos de administración) han alcanzado 47,2 millones de euros, con incremento del 1,3 % respecto del ejercicio anterior.

Dichas cantidades se han destinado principalmente a las obras relacionadas con la Cultura (37,3 %), la Acción Social (18,5 %), la Seguridad Vial (16,9 %), la Prevención, la Salud y el Medio Ambiente (16,7 %), y las Ciencias del Seguro y la Gerencia de Riesgos (10,6 %).

El excedente del ejercicio 2010 asciende a 6,4 millones de euros.

A 31 de diciembre de 2010, el patrimonio de la Fundación se elevaba a 2.710,5 millones de euros.



Información Económica - Delegación Argentina

En el ejercicio 2010, la Delegación Argentina ha recibido \$ 3.709.607 en concepto de donaciones para fines generales por parte de FUNDACIÓN MAPFRE ESPAÑA, que representa una disminución del 4% respecto del ejercicio anterior.

El monto empleado en la realización de actividades fundacionales en Argentina (incluyendo los gastos de administración), fue de \$ 3.717.237, lo que implica un 5% de disminución respecto al ejercicio 2009.

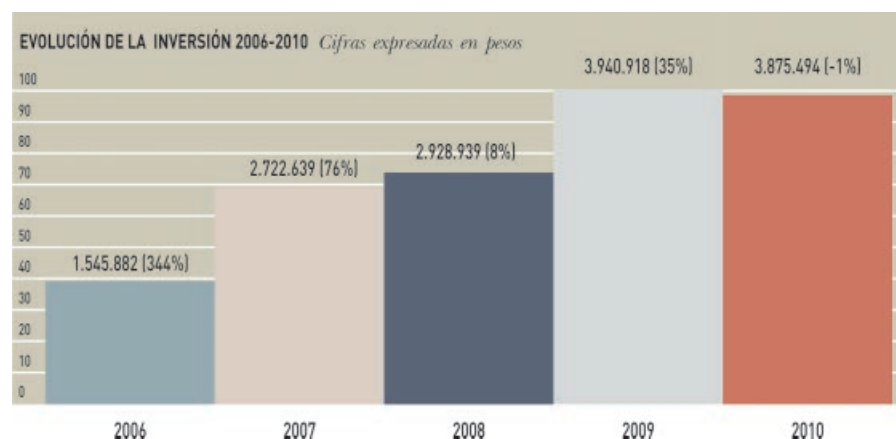
Asimismo, cabe aclarar que un total de \$ 158.257 han sido transferidos directamente desde FUNDACION MAPFRE España al centro Comunitario Jesús María en Tres Isletas, Chaco, para la realización de dos proyectos de desarrollo local. Si se consideran estos montos gestionados directamente desde España, el monto total empleado en la realización de actividades fundacionales en Argentina, ha alcanzado los \$ 3.875.494, lo que implica un 1.35% menos respecto al ejercicio 2009.

Gastos Incurridos según su Naturaleza

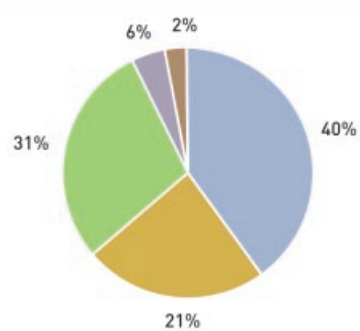
1. AMORTIZACIONES DE BIENES DE USO	
Amortizaciones:	1.150
2. GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN:	
Gastos de librería:	10.059
Impuestos:	32.780
Gastos bancarios:	16.726
Honorarios:	80.092
Otros gastos específicos	3.210
Viático y movilidad	46.811
Franqueo y mensajería	11.621
Otros gastos generales	300
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:	201.599
3. GASTOS ESPECÍFICOS DE LA ACTIVIDAD	
Gastos de organización de actividades:	2.041.471
Donaciones:	1.260.152
Gastos de difusión (otros):	180.519
Premios:	32.346
TOTAL GASTOS ESPECÍFICOS DE LA ACTIVIDAD:	3.514.488



Evolución de la Inversión 2006-2010



Aplicación de Fondos por Instituto



INSTITUTO DE PREVENCIÓN, SALUD Y MEDIO AMBIENTE	\$ 1.219.984
INSTITUTO DE SEGURIDAD VIAL	\$ 802.039
INSTITUTO DE ACCIÓN SOCIAL	\$ 1.552.470
INSTITUTO DE CIENCIAS DEL SEGURO	\$ 86.413
INSTITUTO DE CULTURA	\$ 214.589
TOTAL FUNDACIÓN MAPFRE - DELEGACIÓN ARGENTINA 2010	\$ 3.875.494

Balance General

	2010	2009
ACTIVO CORRIENTE		
Caja y bancos	201.043	758.408
Créditos	281.674	9.147
Total del activo corriente	482.717	767.555
ACTIVO NO CORRIENTE		
Bienes de uso - Anexo I	21.840	-
Total del activo no corriente	21.840	-
TOTAL DEL ACTIVO	504.557	767.555
PASIVO CORRIENTE		
Deudas	384.139	627.375
Previsiones	58.849	70.000
Total del pasivo corriente	442.988	697.375
TOTAL DEL PASIVO	442.988	697.375
PATRIMONIO NETO - Según estado respectivo	61.569	70.180
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	504.557	767.555

CIFRAS EXPRESADAS EN PESOS

Estado de Recursos y Gastos

	2010	2009
RESULTADOS ORDINARIOS		
RECURSOS		
Para fines generales - Donaciones	3.709.607	3.730.177
TOTAL RECURSOS ORDINARIOS	3.709.607	3.730.177
GASTOS		
Amortizaciones bienes de uso - Anexo I	(1.150)	(159)
Generales de administración - Anexo II	(201.599)	(162.977)
Específicos de la actividad - Anexo III	(3.514.488)	(3.777.782)
Subtotal gastos ordinarios	(3.717.237)	(3.940.918)
Resultados financieros y por tenencia	(981)	-
DEFICIT DEL EJERCICIO	(8.611)	(210.741)

CIFRAS EXPRESADAS EN PESOS

ANEXO I - EVOLUCIÓN DE BIENES DE USO

CUENTA PRINCIPAL	VALORES AL INICIO DEL EJERCICIO	AUMENTOS	DISMINUCIONES	VALORES AL CIERRE DEL EJERCICIO
Equipos de laboratorio	113.681	-	113.681	-
Muebles y útiles	28.845	22.990	-	51.835
Equipos de computación	44.814	-	44.814	-
TOTALES 2010	187.340	22.990	158.495	51.835
TOTALES 2009	187.340	-	-	187.340

CIFRAS EXPRESADAS EN PESOS

ANEXO II - GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

CONCEPTO	2010	2009
Honorarios	80.092	85.308
Viático y movilidad	46.811	10.501
Impuestos	32.780	42.891
Gastos bancarios	16.726	12.644
Franqueo y mensajería	11.621	8.863
Gastos de librería	10.059	2.770
Otros gastos específicos	3.210	-
Otros gastos generales	300	-
	201.599	162.977

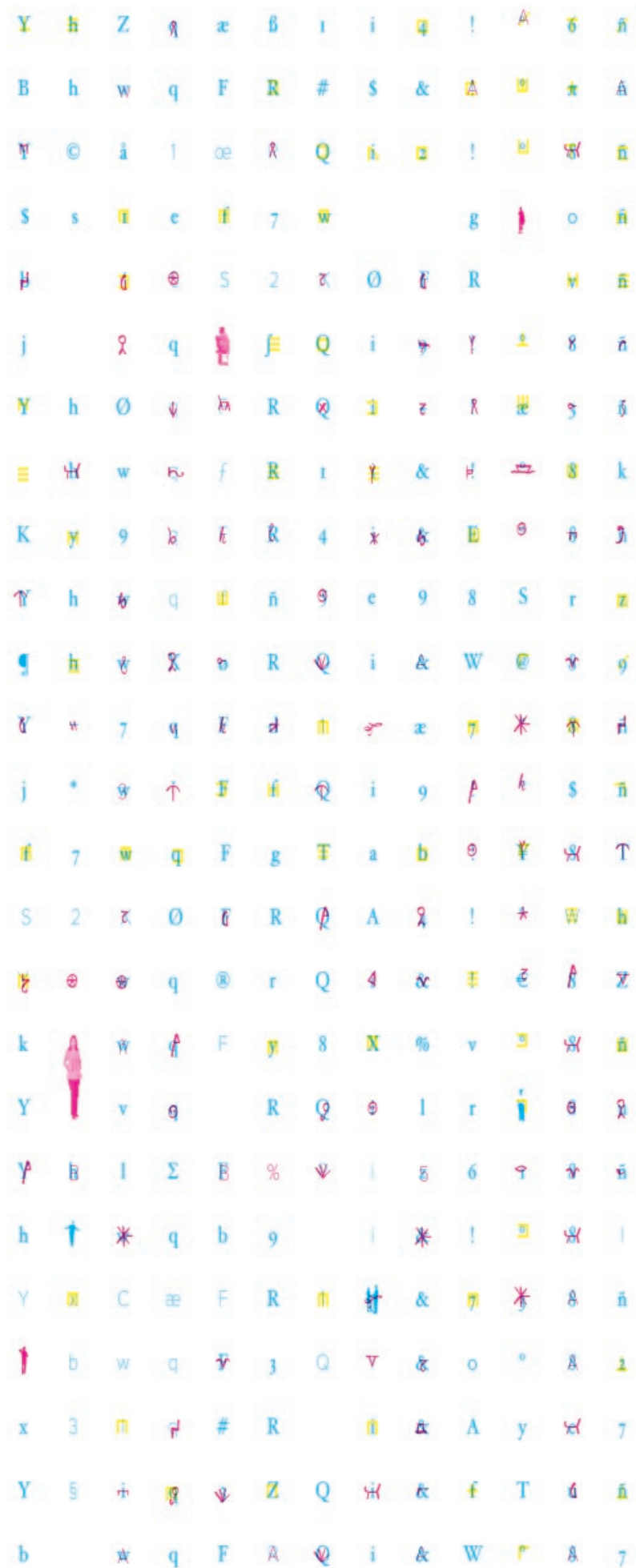
CIFRAS EXPRESADAS EN PESOS

ANEXO III - GASTOS ESPECÍFICOS DE LA ACTIVIDAD

CONCEPTO	2010	2009
Gastos de organización de actividades	2.041.471	1.440.890
Donaciones	1.260.152	2.043.991
Gastos de difusión (Otros)	180.519	203.420
Premios	32.346	89.481
	3.514.488	3.777.782

CIFRAS EXPRESADAS EN PESOS

"Información extraída de los estados contables de FUNDACION MAPFRE al 31 de diciembre de 2010, auditados por Pistrelli, Henry Martin y Asociados S. R. L., firma miembro de Ernest & Young Global".





Instituto de Acción Social

El Instituto de Acción Social tiene como objetivo general contribuir al progreso de la sociedad mediante acciones destinadas a mejorar las condiciones de vida de las personas y grupos más desfavorecidos. Sus actividades se centran fundamentalmente en dos grandes líneas de actuación:

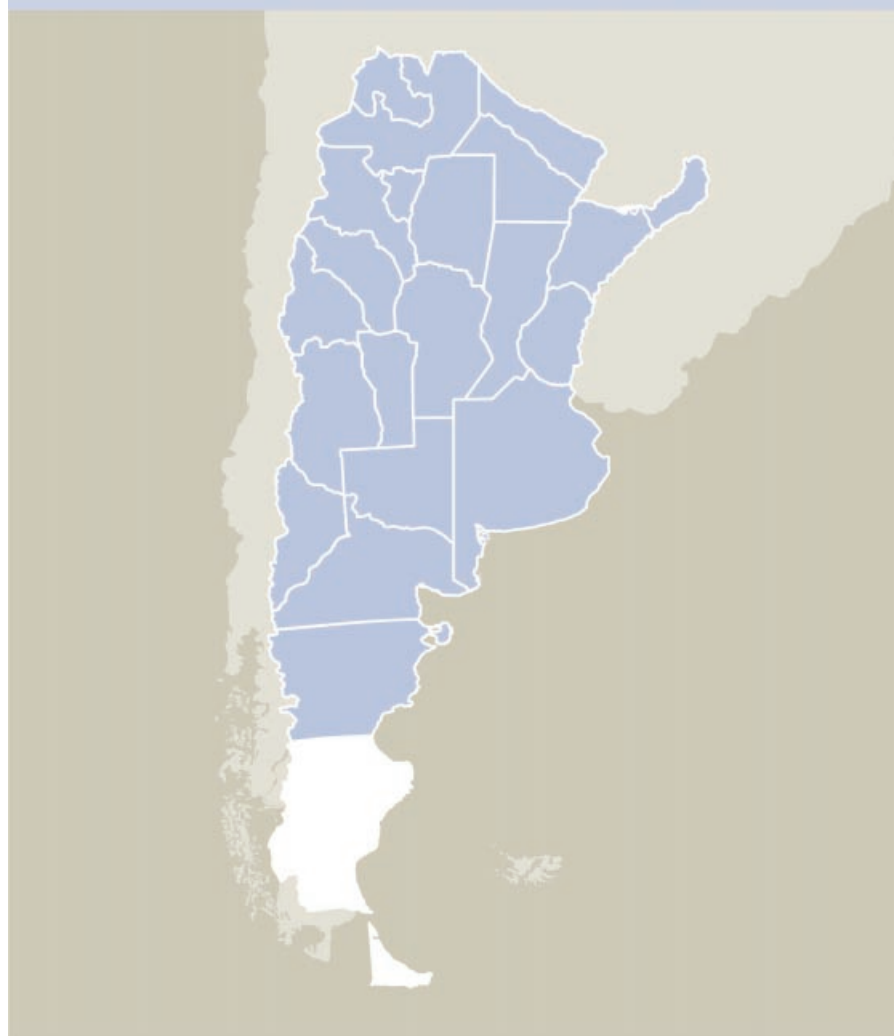
- En España, se dirigen a impulsar la integración social y laboral de las personas con discapacidad. Ocio, formación y empleo son las líneas básicas de estas actividades, con atención también a los familiares y a su entorno.
- En el ámbito internacional, especialmente en América Latina, su objetivo es apoyar la educación integral de los niños y jóvenes con menos recursos. Para ello se ha diseñado el programa "Formando Comunidad", en el que se integran los proyectos de los distintos países.

Además de estas actividades, el Instituto promueve el voluntariado en sus proyectos sociales entre los empleados de MAPFRE y sus familiares.

Las actividades en Argentina se centran principalmente en la organización, asistencia y apoyo de proyectos relacionados con la educación integral de los niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad, en favor de su integración social.

Para el Instituto de Acción Social, el año 2010 ha significado la consolidación de sus principales líneas de actuación a nivel nacional.

ALCANCE ACTIVIDADES SOCIALES



► Alianza estratégica

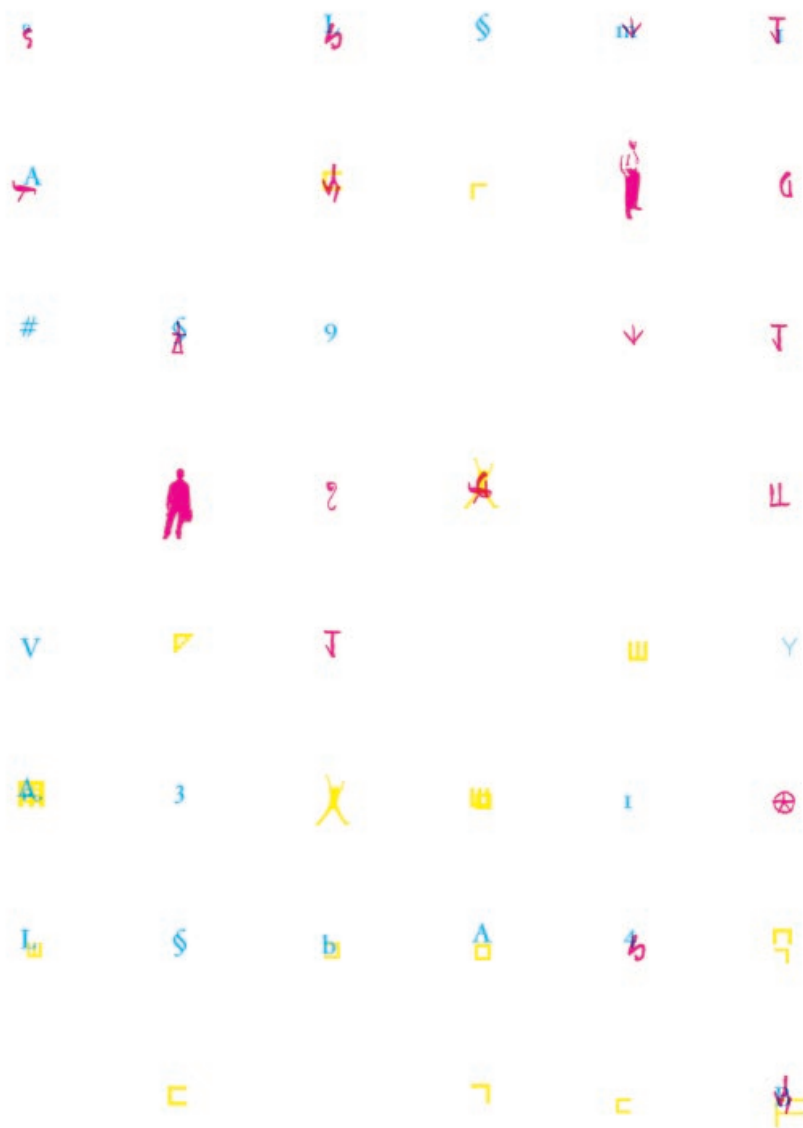
En total se acompañaron a 123 organizaciones:

- Desarrollo comunitario: 1 organización
- "Comunidades FUNDACIÓN MAPFRE": 27 organizaciones
- "Proyectos educativos de largo plazo": 22 organizaciones
- "Proyectos de ayuda inmediata": 1 organización
- Programa de Voluntarios: 63 organizaciones
- Suscripciones y colaboraciones: 9 organizaciones

► Beneficiarios

En total se beneficiaron a 50.130 personas en situación de vulnerabilidad:

- Rehabilitación: Órtesis y prótesis: 230 personas
- Asistencia médica especializada: 243 personas
- Actividad deportiva y esparcimiento: 250 personas
- Construcción de espacios de trabajo: 6.000 personas
- "Comunidades FUNDACIÓN MAPFRE": 18.595 personas
- "Proyectos educativos de largo plazo": 16.987 personas
- "Proyectos de ayuda inmediata": 2.000 personas
- Programa de Voluntarios: 5.825 personas





Actividades 2010

PROGRAMAS:

DESARROLLO COMUNITARIO - ORTESIS Y PRÓTESIS	
Región	- Tres Isletas y pueblos aledaños, provincia de Chaco (Región Noreste).
Alianza	- Centro Comunitario Jesús María. - MAPFRE ARGENTINA ART S.A. - Daniel Suárez, técnico en Órtesis y Prótesis.
Objetivo/s	- Brindar asistencia traumatológica a personas con discapacidad motora, suministrándoles equipos de órtesis y prótesis en forma gratuita. - Realizar el mantenimiento y adaptación de dichos equipos.
Dinámica	- Un grupo de médicos traumatólogos de MAPFRE, junto a un protesista y médicos residentes, realizan visitas voluntarias cuatrimestrales para atender a la población de Tres Isletas y alrededores y así brindar servicios médicos especializados. - Desde hace 9 años se forma y capacita a un grupo de pobladores locales para que sean ellos mismos quienes confeccionen y realicen el mantenimiento de las órtesis y prótesis que sean necesarias para cubrir la demanda local.
Realización	- 1ra Visita: 19, 20 y 21 de abril. - 2da Visita: 20, 21 y 22 de septiembre.
Beneficiarios	- 230 personas recibieron asistencia en las dos visitas. - 1 organización.



DESARROLLO COMUNITARIO - ASISTENCIA MÉDICA ESPECIALIZADA	
Región	- Tres Isletas y pueblos aledaños, provincia de Chaco (Región Noreste).
Alianza	- Centro Comunitario Jesús María. - ONG SOS Aborigen.
Objetivo/s	- Brindar asistencia odontológica en forma gratuita a niños y adultos de Tres Isletas y zonas aledañas. - Instruir a niños y adultos en técnicas de higiene para prevenir futuras caries y problemas bucales.
Dinámica	- Un grupo de odontólogos de la provincia de Córdoba realiza, en forma voluntaria, visitas a la población de Tres Isletas y alrededores para brindar servicios médicos especializados.
Realización	- 2, 3 y 4 de septiembre de 2010.
Beneficiarios	- 243 personas recibieron asistencia en una visita. - De ellos, 243, hay 186 niños bajo seguimiento desde hace 6 años. Éstos son instruidos en técnicas de higiene y se les realizan trabajos de topicación con flúor, inactivación de caries y colocación de selladores. Es importante mencionar que en este período se ha logrado que el 99,5% de los chicos no tuvieran caries nuevas. - Asimismo se responde a la demanda espontánea de adolescentes y jóvenes adultos. A través de estas consultas se eliminan en promedio 100 focos sépticos por viaje. - 1 organización.

DESARROLLO COMUNITARIO - ACTIVIDAD DEPORTIVA Y ESPARCIMIENTO

Región	- Tres Isletas y pueblos aledaños, provincia de Chaco (Región Noreste).
Alianza	- Centro Comunitario Jesús María.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Continuar con el proceso educativo y la estimulación de los niños que ya han egresado del jardín de infantes, generando un espacio de educación no formal de socialización y nuevos aprendizajes, habilidades, destrezas y capacidades. - Contribuir con la educación de los niños, adolescentes y jóvenes de un sector con grandes necesidades, por medio del desarrollo de actividades físicas, deportivas y recreativas como herramienta de contención social. - Fomentar la socialización e inserción comunitaria a través de la participación en actividades grupales de intercambio con sus pares. - Fomentar valores sociales y actitudes positivas de pertenencia a un grupo como el respeto, la solidaridad, la comunicación positiva.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Se brindan clases semanales a 150 niños de 8 a 13 años para que aprendan básquet, voley, gimnasia deportiva y aeróbica. - Se dictan clases semanales de danzas folclóricas a 100 niños y adolescentes de 4 a 18 años. - Se realizan viajes de intercambio en la región.
Realización	- Marzo a diciembre 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 250 niños y adolescentes de 4 a 18 años. - 1 organización.

DESARROLLO COMUNITARIO - CONSTRUCCIÓN DE ESPACIOS DE TRABAJO

Región	- Barrio Alianza y alrededores, Tres Isletas, provincia de Chaco (Región Noreste).
Alianza	- Centro Comunitario Jesús María.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - General: colaborar anualmente con la construcción, ampliación, remodelación y adecuación de los espacios de trabajo del Centro Comunitario, para acompañar así el constante crecimiento y evolución en respuesta a las demandas y necesidades de la población de Tres Isletas y sus alrededores. - Ejercicio 2010: Equipamiento del Centro de Salud Jesús María para garantizar la continuidad y mejora de la atención sanitaria de los habitantes de Tres Isletas.
Dinámica	- Se equipó el nuevo centro de salud para su correcto funcionamiento. Se garantizó la continuidad y mejora de la atención sanitaria de los habitantes de una de las regiones más pobres de la Argentina. Es una acción además integrada a una propuesta más abarcadora de inclusión social de una comunidad por medio de la educación y el trabajo, que ya cuenta con el compromiso y la participación del Hospital local.
Realización	- Marzo a diciembre 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 6.000 personas. Todos los habitantes del Barrio Alianza y alrededores. - 1 organización.





COMUNIDADES FUNDACIÓN MAPFRE	
Región	- Todo el territorio nacional (salvo la provincia de Santa Cruz).
Alianza	- 27 organizaciones sin fines de lucro apoyadas en todo el país.
Objetivo/s	- Promover la asistencia continuada a niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad, basado en la "Educación Integral". - Identificar y apoyar proyectos comunitarios para llevar adelante acciones humanitarias que promuevan procesos de desarrollo más equitativos e inclusivos para los sectores más desfavorecidos.
Dinámica	- Por segundo año consecutivo, se realizó un concurso mediante el cual se aportaron recursos financieros para llevar adelante proyectos concretos, propuestos y gestionados por organizaciones sin fines de lucro en todo el territorio de la Argentina, que trabajan en las temáticas de salud, nutrición y/o educación. - En total se recibieron 345 proyectos de todo el país, de los cuales se seleccionaron 27 (salvo la provincia de Santa Cruz). Se distribuyeron \$ 850.000. - Categorías: - General: Se eligió un proyecto en Capital Federal, el Conurbano Bonaerense y en veintidós provincias argentinas. Cada proyecto recibió una donación de \$ 30.000 para su implementación. - Mención especial: De todos los proyectos evaluados se destacaron a dos, y recibieron cada uno la donación de \$ 50.000. para implementar el proyecto presentado.
Realización	- Junio 2010 mayo 2011 inclusive.
Beneficiarios	- 18.595 niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad (3 a 20 años). - 27 organizaciones.



PROVINCIA	ORGANIZACIÓN	PROYECTO	MONTO
Buenos Aires (Interior)	Asociación Amigos del Menor y la Familia de Tres Arroyos	"Saberes y Sabores para una buena Nutrición"	\$ 30.000
Gran Buenos Aires	Asociación Civil El Arca	"Te tengo presente"	\$ 30.000
CABA	Fundación Uniendo Caminos	"Centro Educativo"	\$ 30.000
Catamarca	Fundación Mediapila País	"Centro de Capacitación en oficios textiles"	\$ 30.000
Chaco	La Higuera ONG	"Abordaje de la enfermedad de Chagas en el marco del proyecto Pediatría Ambulatoria itinerante para comunidades rurales aisladas"	\$ 30.000
Chubut	Fundación Crecer	"Una mirada que potencia la rehabilitación"	\$ 30.000
Córdoba	INCIDE	"Los chicos y chicas dicen de qué se trata"	\$ 30.000
	SERVIPROH	"Educar para Educar".	\$ 30.000
Corrientes	Instituto Superior de Formación Técnica U.O.C.R.A.	"Una oportunidad llamada escuela II"	\$ 30.000
	Escuela profesional "Valentín Virasoro"	"Estableciendo redes de contención"	\$ 50.000
Entre Ríos	Paranin Red CONIN Paraná	"Erradicación desnutrición infantil en Paraná. Prevención de debilidad mental asociada a una mal nutrición en la primera infancia."	\$ 30.000
Formosa	Asociación Civil Ecoclub	"Centro Cultural, Educativo y Social expresARTE"	\$ 30.000
Jujuy	INPRODES	"Construcción de herramientas para el ejercicio responsable, sano y placentero de la sexualidad"	\$ 30.000
La Pampa	I.Pa.De.S.	"Proyecto Puente"	\$ 30.000
La Rioja	Fundación Nueva Generación	"Educaditos"	\$ 30.000
Mendoza	Asociación Redes Nueva Frontera	"Red Joven de Salud Sexual y Reproductiva"	\$ 30.000
	Escuela N° 4-211 "Ángel Oscar Funes"	"Todos los proyectos en uno"	\$ 50.000
Misiones	Asociación Civil Escuela de la Familia Agrícola "San José Freinademetz"	"Formación Integral y Desarrollo del Medio"	\$ 30.000
Neuquén	Fundación de Estudios Patagónicos	"Cuidate...vos elegís"	\$ 30.000
Río Negro	Fundación Gente Nueva	"Infancia y cultura"	\$ 30.000
Salta	Asociación Civil Manos Jóvenes	"Taller de Salud e Higiene Ambiental"	\$ 30.000
San Juan	Asociación Civil Retamo	"Democratizando las prácticas educativas"	\$ 30.000
San Luis	Servicio "Jean Piaget" perteneciente al Centro Educativo N° 21 "Puerta de Cuyo"	"Ver para creer, tocar para aprender..."	\$ 30.000
Santa Fe	Asociación Rosarina de Ayuda Solidaria (A.R.A.S.)	"Salud, nutrición y educación para niños y jóvenes"	\$ 30.000
Santa Cruz	Vacante		
Santiago del Estero	Haciendo Camino A.C.	"Santiago del Estero sin desnutrición"	\$ 30.000
Tierra del Fuego	Fundación Nicolasa Eugenie Póseman	"Los pequeños genios de la alimentación"	\$ 30.000
Tucumán	A.T.A.F. "Casa del Niño- Yerba Buena"	"Promoción de oportunidades para el desarrollo e inserción social de niños y adolescentes"	\$ 30.000
TOTAL			\$ 850.000

PROYECTOS EDUCATIVOS DE LARGO PLAZO

Región	- Provincias de Chaco, Salta, Buenos Aires y Santa Fe, y Ciudad Autónoma de Bs. As.
Alianza	- Alianza con 4 Organizaciones sin fines de lucro: - IIFE UNESCO, provincia de Chaco. - Asociación Conciencia, provincia de Salta. - Fundación Los Grobo, provincias de Buenos Aires y Santa Fe. - Parroquia Santa Catalina de Siena, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Objetivo/s	- Participar en proyectos educativos en distintas regiones del país en asociación con otras organizaciones. - Trabajar en conjunto con redes de trabajo conformadas por diferentes organizaciones a nivel comunitario.
Dinámica	- Evaluar y seleccionar proyectos de educación que trabajen con niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad en el país, a través de redes de trabajo.
Realización	- Año 2010.
Beneficiarios	- 16.987 personas en total. - 22 organizaciones: - IIFE UNESCO: 1.198 niños en edad escolar / 2 escuelas. - Asociación Conciencia: 650 niños en pre-escolar / 10 jardines de infantes. - Fundación Los Grobo: 13.139 personas / 5 organizaciones. - Parroquia Santa Catalina de Siena: 2.000 personas / 1 organización.



PROYECTOS DE AYUDA INMEDIATA

Región	- El Impenetrable, provincia de Chaco.
Alianza	- Organización apoyada: - Fundación Misión Esperanza: Proyecto "Viaje del Camión Sanitario a El Impenetrable, Chaco"
Objetivo/s	- Brindar ayuda en forma inmediata a organizaciones o poblaciones vulnerables que atraviesen situación crítica o de catástrofe natural en el país.
Dinámica	- Ante situaciones críticas generar ayuda inmediata y concreta a través de donaciones en especies de primera necesidad o bien acompañar alguna organización local que ofrezca asistencia a la población afectada.
Realización	- Julio 2010.
Beneficiarios	- 2.000 personas en situación de vulnerabilidad. - 1 organización.



PROGRAMA DE VOLUNTARIOS	
Región	- Todo el territorio argentino, salvo las provincias de Formosa, Santa Cruz y Tierra del Fuego donde no hay empleados de MAPFRE.
Alianza	- 63 organizaciones sin fines de lucro apoyadas.
Objetivo/s	- Generar un espacio en el cual los empleados de la compañía puedan canalizar su espíritu solidario. - Apoyar iniciativas sociales en las que participen o quieran participar empleados y productores delegados de la empresa. - Fomentar las actividades de la FUNDACIÓN MAPFRE en Argentina procurando beneficiar a la mayor cantidad de personas de la mejor manera posible.
Dinámica	- Generar actividades recreativas y lúdicas para brindarle a personas de bajos recursos días en que puedan divertirse y disfrutar, haciendo que se convierta en un momento especial e inolvidable para todos. - Organizar y coordinar campañas nacionales sobre diferentes temáticas para colaborar con organizaciones locales que trabajen con comunidades desfavorecidas. - Colaborar con las actividades que desarrolla la FUNDACION MAPFRE y/o con instituciones sociales vinculadas a ella. - Diseñar y gestionar proyectos sociales en conjunto con organizaciones locales, referidos a las temáticas de educación integral dirigidas a niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad.
Voluntarios inscriptos	- 310 voluntarios inscriptos al Programa 2010 (17% de los empleados de la empresa son voluntarios).
Actividades realizadas	- En total se realizaron 65 actividades:: - 1 Rincón de Libros y Juegos (participaron 6 voluntarios). - 4 Rincones Verdes (participaron 17 voluntarios). - 34 Campañas de Ropa / Juguetes / Alimentos (participaron 85 voluntarios). - 25 Festejos "Un Día Feliz" (participaron 139 voluntarios). - 1 Nochebuena para todos (71 familias recibieron cajas de Navidad). - Se llevaron a cabo 11 jornadas de capacitación de las cuales formaron parte 253 voluntarios de todo el país. - Se sumaron 64 voluntarios, como monitores de los proyectos de "Comunidades FUNDACION MAPFRE"
Realización	- Todo el año 2010.
Beneficiarios	- 5.825 personas beneficiadas a través de las diferentes actividades realizadas. - 63 organizaciones.

SUSCRIPCIONES Y COLABORACIONES	
Alianza	- Organizaciones acompañadas: - Grupo de Fundaciones y Empresas. - Fundación Global. - AMACA. - APEF. - Fundación Leer. - Fundación Discar. - Fundación Reciduca. - Fundación Banco De Alimentos. - Centro de Apoyo Familiar Santa Clotilde.
Objetivo/s	- Suscripción a diferentes grupos y / o asociaciones afines a la temática del tercer sector. - Realizar pequeñas colaboraciones para eventos o actividades puntuales con distintas organizaciones que trabajen en el territorio argentino con niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad.
Realización	- Todo el año.
Beneficiarios	- 9 organizaciones.





Instituto de Ciencias del Seguro

El Instituto de Ciencias del Seguro tiene como objetivo contribuir al perfeccionamiento de la actividad aseguradora y a un mejor conocimiento de la misma por sus usuarios y por la sociedad, para lo que desarrolla las siguientes actividades:

- Programas de formación especializada de alto nivel en ciencias actuariales, seguros y gerencia de riesgos, tanto presencial como a distancia, en colaboración con la Universidad Pontificia de Salamanca.
- Jornadas y seminarios profesionales especializados, en colaboración con universidades y otras instituciones.
- Investigaciones y estudios sobre materias relacionadas con el Seguro y la Gerencia de Riesgos.
- Concesión de ayudas a la investigación, premios y becas de estudio; y utilización de Internet como medio preferente de apoyo a las actividades de formación a distancia, y como elemento de ayuda a la investigación, documentación, información y divulgación (Campus Virtual, Centro de Documentación, Museo Virtual del Seguro, publicaciones electrónicas y Diccionario MAPFRE de Seguros).

Además, el Instituto cuenta con un Centro de Documentación especializado en Seguros y Gerencia de Riesgos accesible gratuitamente a través de Internet, que presta servicios de información documental a los alumnos, investigadores y profesionales; y promueve publicaciones de interés general y especializado en las mencionadas materias, tanto en formato papel como en formato electrónico accesible en Internet.

Durante 2010, el Instituto de Ciencias del Seguro ha continuado su trabajo para ser un referente institucional en la generación de conocimiento en el ámbito del Seguro y de la Gerencia de Riesgos.

ALCANCE ACTIVIDADES DE CIENCIAS DEL SEGURO



► Alianza estratégica

En total se establecieron alianzas con 35 organizaciones:

- 6 universidades
- 26 compañías de seguro
- Superintendencia de Seguros de la Nación
- Asociación de Clínicas, Sanatorios y Hospitales Privados de la República Argentina
- Instituto para el Desarrollo Social Argentino

► Beneficiarios

En total se beneficiaron a 262 persona:

- Presentación "Informe del Mercado Asegurador Latinoamericano": 130 asistentes
- Ayudas a la Investigación de Becas al Estudio: 2 ganadores
- Premio Beca de Riesgo y Seguro - Presentación libro N°120: 25 asistentes
- BugaMAP (Business Game MAPFRE): 105 participantes



Actividades 2010

PROGRAMAS:

PRESENTACIÓN "INFORME DEL MERCADO ASEGURADOR LATINOAMERICANO"	
Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Alianza	- Superintendencia de Seguros de la Nación.
Objetivo/s	- Proporcionar una visión general de la situación actual del mercado asegurador en los países de América Latina, incluyendo un resumen del contexto económico en que se ha desarrollado la actividad aseguradora de cada uno de los países estudiados. Se analiza también la evolución del seguro a partir de información sectorial relativa a producción de seguros por ramos, siniestralidad, resultados, número de compañías y ranking de grupos aseguradores.
Dinámica	- Se realizó la presentación del Informe en el Hotel Alvear en una jornada de medio día con una participación de 130 invitados del mercado asegurador, periodistas y empleados. - La presentación estuvo a cargo de Mercedes Sanz Septién, directora del Instituto de Ciencias del Seguro de FUNDACIÓN MAPFRE (España), Diego Sobrini, presidente ejecutivo de MAPFRE ARGENTINA y Gustavo Medone, superintendente de Seguros de la Nación.
Realización	- 12 de marzo de 2010.
Beneficiarios	-130 asistentes, entre ellos directivos de compañías aseguradoras, brokers, productores, periodistas y empleados.



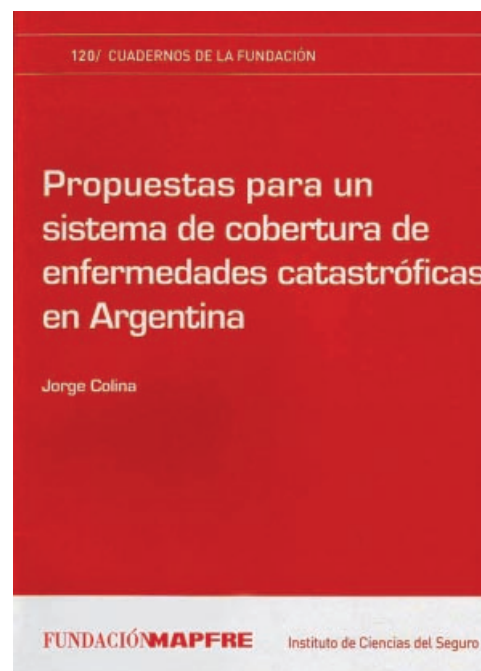
AYUDAS A LA INVESTIGACIÓN Y BECAS AL ESTUDIO

Región	- Todo el territorio argentino.
Objetivo/s	- Ayudas a la Investigación: - Facilitar apoyo económico para la realización de trabajos de investigación en las áreas de Riesgo y Seguro. - Dirigidas a titulados universitarios y profesionales del mundo del seguro, que deseen desarrollar programas de investigación. - Becas al Estudio: - Facilitar el acceso a períodos de formación durante un mes en España, relacionados con las áreas de interés del instituto.
Dinámica	- Difusión de las convocatorias a través de un plan integral de medios masivos electrónicos de junio a agosto. - Mailing a toda la base de datos nacional y a las oficinas comerciales de MAPFRE con la convocatoria anual de becas para los cursos de especialización en Seguros.
Realización	- Junio a agosto de 2010.
Beneficiarios	- Ayudas a la Investigación: 1 argentino. - Becas al Estudio: 1 argentino.



PREMIO BECA DE RIESGO Y SEGURO – PRESENTACIÓN LIBRO N° 120 "PROPUESTAS PARA UN SISTEMA DE COBERTURA DE ENFERMEDADES CATASTRÓFICAS"

Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Alianza	- Asociación de Clínicas, Sanatorios y Hospitales Privados de la República Argentina. - Instituto para el Desarrollo Social Argentino.
Objetivo/s	- Beca Riesgo y Seguro: - Facilitar apoyo económico para la realización de trabajos de investigación en las áreas de Riesgo y Seguro. - Dirigidas a titulados universitarios y profesionales del mundo del seguro, de cualquier nacionalidad, que deseen desarrollar programas de investigación. - Libro N° 120: - Propuesta de un sistema especial de cobertura para enfermedades catastróficas en Argentina, para asegurar la accesibilidad real a las prestaciones que las regulaciones establecen como derechos. Autor: Jorge Colina
Dinámica	- Beca Riesgo y Seguro: - Anualmente se realiza una convocatoria de becas destinadas a promover estudios monográficos en materia de Riesgo y Seguro. Incluye áreas temáticas relacionadas específicamente con el seguro iberoamericano. - Libro N° 120: - Presentación del libro a cargo de Nicolás Jasper, tutor del Sr. Colina y de Alejandro Canale, representante de FUNDACIÓN MAPFRE. Además, disertó Jorge Colina sobre la propuesta que se presenta en su libro en alianza con la Asociación de Clínicas, Sanatorios y Hospitales Privados de la República Argentina (ADECRA) y el Instituto para el Desarrollo Social Argentino (IDESA). La exposición fue ante 25 directivos de compañías de medicina prepaga y obras sociales. - Difusión del libro a través de una gacetilla de prensa en medios especializados.
Realización	- 9 de septiembre de 2010.
Beneficiarios	- 25 directivos de compañías de medicina prepaga y obras sociales.



BUGAMAP (BUSINESS GAME MAPFRE)	
Región	<ul style="list-style-type: none"> - Realizado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con asistentes de: <ul style="list-style-type: none"> - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. - Provincia de Buenos Aires. - Provincia de Mendoza. - Provincia de Tucumán. - Provincia de Corrientes. - Uruguay. - Paraguay.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - 6 universidades: <ul style="list-style-type: none"> - Universidad de Buenos Aires. - Universidad del Salvador. - Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. - Universidad Austral. - Universidad Católica Argentina. - Universidad Abierta Interamericana. - 26 compañías de seguro. - Superintendencia de Seguros de la Nación.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Difundir el conocimiento en materia de seguros a través de una aplicación práctica. - Transmitir una visión integrada de las distintas áreas de gestión de una compañía de seguros. - Fomentar el trabajo en equipo, la toma de decisiones y el intercambio de ideas. - Potenciar el afianzamiento de contenidos teóricos.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Para este juego de estrategia empresarial se desarrollaron cuatro jornadas gratuitas de 8 horas cada una, en las Instalaciones de MAPFRE ARGENTINA. - La primera jornada se llevó a cabo con 6 Universidades, la segunda con 25 compañías de seguros, la tercera con personal de la Superintendencia de Seguros de la Nación y la última con empleados de MAPFRE ARGENTINA, URUGUAY, PARAGUAY, MAPFRE RE e IBEROASISTENCIA.
Realización	<ul style="list-style-type: none"> - 25, 26, 28 y 29 de octubre.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 105 asistentes en total. - 33 organizaciones: <ul style="list-style-type: none"> - 6 universidades. - 26 compañías de seguros. - Superintendencia de Seguros de la Nación.



Instituto de Cultura

El Instituto de Cultura tiene como objetivo general contribuir a la promoción y difusión de la Cultura, las Artes y las Letras, para lo que desarrolla las siguientes actividades:

- Organización de exposiciones (pinturas, esculturas, dibujos, fotografías, grabados) en las salas de la sede de la Fundación con obras de diferentes orígenes (incluye las propias colecciones) y en colaboración con instituciones culturales y museos europeos, americanos y ocasionalmente de otras procedencias.
- Organización de cursos, conferencias y talleres de iniciación a los diferentes aspectos de la cultura contemporánea.
- Concesión de premios al dibujo como expresión artística, al periodismo de calidad literaria y a la creación cinematográfica; y de ayudas a la preservación y estudio del patrimonio cultural y documental.
- Programa editorial, que incluye las publicaciones que acompañan las exposiciones, y otras importantes colecciones autónomas, tanto en torno al arte español contemporáneo como a la historia reciente de España y América.
- Actividades on-line de carácter informativo en torno a los proyectos llevados a cabo por el Instituto, así como de contenidos pedagógicos para profesores, alumnos y familias.
- Actividades pedagógicas en torno a las exposiciones y de fomento de la lectura.

2010 ha sido un año intenso y novedoso en las actividades de nuestro Instituto de Cultura.



ALCANCE ACTIVIDADES CULTURALES





► Alianza estratégica

En total se establecieron alianzas con 10 organizaciones:

- Colección Editorial "América Latina en la Historia Contemporánea":
3 organizaciones
- Festival Cine "4 + 1": 8 organizaciones

► Beneficiarios

En total se beneficiaron a 2.040 persona:

- Colección Editorial "América Latina en la Historia Contemporánea":
200 asistentes
- Festival Cine "4 + 1": 1.840 asistentes en Argentina



Actividades 2010

PROGRAMAS:

COLECCIÓN EDITORIAL - AMÉRICA LATINA EN LA HISTORIA CONTEMPORÁNEA	
Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Alianza	- Editorial Santillana - Editorial Taurus - 425 especialistas en historia iberoamericana
Objetivo/s	- Reflexionar, a través de la palabra y de la imagen, sobre el papel que ha desempeñado América Latina durante los últimos doscientos años. - Articular y dar forma a la compleja estructura historiográfica de Latinoamérica. - Ir más allá de la historia local o nacional y descubrir o poner en valor los aspectos comunes de los diferentes países iberoamericanos.
Dinámica	- En Argentina: - Realización de dos conferencias de prensa, una en la sede de Santillana y la otra en el Hotel Four Seasons. - Desarrollo de un cóctel en la Mansión del Four Seasons, con motivo del lanzamiento de la Colección. - General: - Edición de un centenar de volúmenes realizados por prestigiosos historiadores que analizan el pasado de América Latina. - Realización de una docena de exposiciones que, en conjunto con la edición de libros de fotografía, recorren la historia de cada país a través de manuales iconográficos de la memoria visual latinoamericana.
Realización	- En Argentina: - 14 de septiembre de 2010
Beneficiarios	- 70 asistentes a la conferencia de prensa, en la sede de Santillana - 130 asistentes a la presentación y cocktail en el Hotel Four Seasons.



FESTIVAL DE CINE "4+1"	
Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Alianza	- En Argentina: - MALBA - Fundación Costantini - Costa Films - General: - Cinemateca Distrital de Bogotá / Cine Colombia (Bogotá) - Cine Palafox (Madrid) - Cineteca Cinemateca Nacional de México (México DF). - Cinemateca Brasileira (São Paulo) - Casa Malpensante - Cine Palafox
Objetivo/s	- Recuperar el cine de autor de calidad. - Recoger algunas de las mejores películas presentadas en los festivales internacionales más prestigiosos pero que no han llegado al circuito comercial.
Dinámica	- Conferencia de prensa previa al inicio del Festival. - Proyección de películas durante 4 días, divididas en dos categorías: las cintas a concurso y la sección especial. La primera categoría incluyó a las películas que compitieron por el premio. La segunda fue un recorrido por la obra del cineasta Apichatpong Weerasetakul, quien recientemente había ganado la palma de oro en Cannes 2010. - Master Class dirigida por el prestigioso director invitado durante el transcurso del Festival. - El premio, surgido de la votación del público, de € 20.000, fue entregado durante el cierre del Festival, en un acto dirigido por el Director del Instituto de Cultura de España.
Realización	- Del 11 al 14 de noviembre de 2010.
Beneficiarios	- En Argentina: - 120 periodistas asistieron a la conferencia de prensa. - 1.500 espectadores participaron en todas las proyecciones en Buenos Aires. - 220 asistentes a la Master Class. - General: - 7.000 espectadores en total.





Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente

El Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente tiene como objetivo ayudar a mejorar la calidad de vida de la sociedad a través de la prevención de los accidentes, la promoción de la salud y la mejora del medio ambiente, para lo que desarrolla las siguientes actividades:

- Concesión de ayudas, becas y premios para impulsar la investigación, la formación y la divulgación.
- Campañas de fomento de conductas seguras y responsables que ayudan a prevenir accidentes y enfermedades, sensibilizan sobre la conservación del medio ambiente e incentivan estilos de vida saludables.
- Publicaciones y acciones formativas para difundir conocimientos y avances técnicos y científicos relacionados con dichas materias.

En el ejercicio 2010, el Instituto ha continuado desarrollando acciones dirigidas a determinados grupos de la sociedad en colaboración con otras entidades.



► Alianza estratégica

En total se establecieron alianzas con 40 organizaciones:

- "Con Mayor Cuidado" / Encuesta Prevención de Riesgos: 2 organizaciones
- Prevención de incendios con escuelas: 4 organizaciones
- "I Jornada Iberoamericana de Valoración del Daño Corporal": 1 organización
- "47° Congreso Argentino de Ortopedia y Traumatología": 1 organización
- Revista "Trauma": 1 organización
- Colaboraciones Salud: 4 organizaciones
- Deshollinadores: Ahorro de agua con escuelas: 17 organizaciones
- Deshollinadores: Ahorro de agua con familias: 1 organización
- Subsidios a la investigación UCES: 1 organización
- Comedia musical "Deshollinadores": 2 organizaciones



► Beneficiarios

En total se beneficiaron a 25.300 personas:

- Con Mayor Cuidado: 1.260 mayores, profesionales y familiares
- Encuesta "Prevención de Riesgos en el Hogar": 700 mayores
- Prevención de incendios con escuelas: 5.109 escolares y docentes
- Libro "Ergonomía Práctica": 200 personas
- "Becas de Formación Especializada" – Prevención (España): 2 ganadores
- Jornadas "Traumatología en el deporte": 148 profesionales
- "I Jornada Iberoamericana de Valoración del Daño Corporal": 230 profesionales
- "47° Congreso Argentino de Ortopedia y Traumatología": 1.500 profesionales
- Revista "Trauma": 4.500 profesionales
- "Becas de Formación Especializada" – Salud (España): 12 argentinos ganadores
- "Premios FUNDACIÓN MAPFRE" – Salud (España): 1 argentino ganador
- Deshollinadores: Ahorro de agua con escuelas: 1.203 escolares y docentes
- Deshollinadores: Ahorro de agua con familias: 200 escolares y adultos
- Comedia musical "Deshollinadores" – Gira Uruguay: 5.000 espectadores
- Comedia musical "Deshollinadores" – Función en Ciudad Autónoma de Buenos Aires: 200 espectadores
- "Deshollinadores" – Libro y CD: 30 personas
- "Juegoteca de los Deshollinadores" – Kit de juegos: 5.000 alumnos
- Subsidios a la investigación UCES: 2 profesionales
- "Premio a la Gestión Ambiental" – FM. UCES – 2009: 1 ganador
- "Becas de Formación Especializada" – Medio Ambiente (España): 2 argentinos ganadores

En total se acompañaron a 44 organizaciones:

- "Con Mayor Cuidado": 2 Hogares de Ancianos
- Prevención de incendios con escuelas: 20 escuelas primarias
- Colaboraciones Salud: 4 organizaciones
- Deshollinadores: Ahorro de agua con escuelas: 16 escuelas
- Subsidios a la Investigación UCES: 2 centros de investigación

Actividades 2010

PROGRAMAS:

ÁREA - PREVENCIÓN	
CON MAYOR CUIDADO	
Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Alianza	- Subsecretaría de la Tercera Edad del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. - Sociedad Argentina de Gerontología y Geriatria.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - General: <ul style="list-style-type: none"> - Identificar los accidentes en el hogar que más sufren las personas mayores de 65 años, analizar sus causas y advertir aquellas actitudes para evitarlos. - Enseñar a este colectivo a actuar ante determinadas situaciones de emergencia. - Especificos: <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilizar a los adultos mayores sobre la importancia de adoptar ciertos hábitos preventivos que pueden evitar accidentes domésticos. - Concientizarlos sobre los cuidados de su salud, a fin de que el cuerpo responda de la mejor manera posible. - Para los profesionales y familiares: <ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar a profesionales y familiares un material actualizado y práctico que ayude a evitar esos accidentes.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación y edición de material diferenciado para personas mayores, sus familias y los profesionales encargados de su cuidado: <ul style="list-style-type: none"> - Para adultos mayores: Guía de prevención de riesgos domésticos entre las personas mayores. - Para profesionales y familiares: Guía de prevención de accidentes domésticos en personas mayores y video interactivo: 'Accidentes domésticos en personas mayores'. - Presencia con un stand propio en el XII Congreso Argentino de Geriatria organizado por la Sociedad Argentina de Gerontología y Geriatria en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Distribución y entrega gratuita del material de difusión. - Desarrollo de diversas charlas interactivas "Riesgo en el hogar entre personas mayores" dirigidas al público mayor y sus cuidadores, implementadas en conjunto con la Subsecretaría de la Tercera Edad del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y la Sociedad Argentina de Gerontología y Geriatria. Distribución y entrega gratuita del material de difusión.
Realización	- del 5 al 8 de junio, 25 de junio, 17 de septiembre y 8 de octubre de 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 230 mayores de 65 años. - 1.030 profesionales y familiares. - 2 Hogares de Ancianos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.





ÁREA - PREVENCIÓN	
ENCUESTA "PREVENCIÓN DE RIESGOS EN EL HOGAR"	
Región	- Todo el territorio argentino.
Alianza	- Sociedad Argentina de Gerontología y Geriatria.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar una visión general de la situación actual de los accidentes entre las personas mayores en el hogar en Argentina. - Determinar la prevalencia de caídas que se producen en el domicilio de la población mayor o igual a 65 años, así como sus factores asociados. - Conocer la frecuencia de accidentes en el hogar, identificar los factores dietéticos y de actividad física, conocer los distintos tipos de ayudas, las principales patologías y el número y tipo de fármacos consumidos afines a las caídas en la población argentina mayor a 65 años. - Despertar el interés de las instituciones, tanto públicas como privadas, y de la población en general, para que sean protagonistas de este problema de salud pública.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación y desarrollo de un estudio a través de un cuestionario telefónico a un total de 700 personas mayores de 65 años en todo el territorio nacional. - Durante el 2011 se realizará el análisis estadístico a través de un análisis descriptivo de todas las variables estudiadas.
Realización	- Noviembre y diciembre de 2010 – enero y febrero de 2011.
Beneficiarios	- 700 personas mayores de 65 años.

ÁREA - PREVENCIÓN	
PREVENCIÓN DE INCENDIOS CON ESCUELAS	
Región	<ul style="list-style-type: none"> - Patagonia Argentina: - Ciudad de Neuquén, provincia de Neuquén. - Ciudad de General Roca, provincia de Río Negro.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Bomberos de la Policía de Neuquén. - Municipalidad de Neuquén. - Asociación de Bomberos Voluntarios de General Roca. - Municipalidad de General Roca.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Crear conciencia en comunidad para evitar accidentes. - Generar conocimientos de auto protección. - Difundir información sobre prevención de incendios. - Identificar los riesgos en el hogar y en la escuela.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de 2 capacitaciones teórico – prácticas para bomberos voluntarios sobre "Seguridad e Higiene" y "Respuesta a Incendio Forestal y Estructural" a cargo de un bombero profesional N.F.P.A. - Desarrollo de 20 charlas interactivas a cargo de profesionales y bomberos voluntarios para concientizar y formar a escolares sobre la prevención de incendios en el hogar, en la escuela y espacios abiertos, así como también nociones básicas sobre primeros auxilios. - Desarrollo de 2 ferias en plazas públicas dirigidas a familias con juegos al aire libre, donde se trabajó la temática de la prevención de incendios, un concurso de dibujos y la presencia de los bomberos con sus autobombas.
Realización	- Noviembre de 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 4.829 niños de 6 a 12 años. - 280 docentes. - 20 escuela públicas.



ÁREA - SALUD

JORNADAS "TRAUMATOLOGÍA EN EL DEPORTE"

Región	- Ciudades de Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires. - Ciudad de Resistencia, provincia de Chaco.
Objetivo/s	- Fomentar el avance científico de la medicina. - Generar un espacio de debate e intercambio. - Trabajar en forma local sobre las últimas actualizaciones en patologías del deporte.
Dinámica	- Desarrollo de 2 jornadas con entrada libre y gratuita sobre actualización en patologías del deporte con exposiciones de un profesional español invitado y referentes locales sobre la temática. Participación de los presentes en un cocktail de cierre.
Realización	- 13 y 15 de julio de 2010.
Beneficiarios	- 148 profesionales de la salud.



ÁREA - SALUD

I JORNADA IBEROAMERICANA DE VALORACIÓN DEL DAÑO CORPORAL

Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Alianza	- Asociación de Magistrados y Funcionarios de la Argentina.
Objetivo/s	- Presentar los aspectos más novedosos de la valoración del daño corporal a nivel Iberoamérica, teniendo en cuenta las necesidades periciales y la mejora de los conocimientos teóricos y prácticos. - Revisar la situación actual en Argentina.
Dinámica	- Realización de una jornada gratuita de día completo, dirigida a: médicos laborales y legistas, abogados y especialistas en medicina legal y en valoración del daño corporal. - Dado que la valoración del daño no sólo se relaciona con el aspecto médico, se contó además con una visión legal y jurídica en las distintas mesas, dirigidas por especialistas que aportaron luz sobre la diferencia entre estos aspectos. - Los temas abordados por los prestigiosos disertantes argentinos, baremos, fraude y grandes inválidos, se complementaron con una visión de una valoración del daño corporal en España.
Realización	- 23 de septiembre de 2010.
Beneficiarios	- 230 profesionales.





ÁREA - SALUD	
PARTICIPACIÓN "47° CONGRESO ARGENTINO DE ORTOPEDIA Y TRAUMATOLOGÍA"	
Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Alianza	- Asociación Argentina de Ortopedia y Traumatología.
Objetivo/s	- Del Congreso: - Contribuir al progresod de la medicina en el campo de la ortopedia y la traumatología y realizar y fomentar en el país, el estudio de la patología del aparato locomotro en sus aspectos biológicos, experimentales, anatomopatológicos, clínicos, quirúrgicos y sociales. - De la Fundación: - Dar a conocer, a través de un stand propio en el congreso, las actividades del área de Salud, en especial la revista "Trauma".
Realización	- 29 de noviembre al 2 de diciembre de 2010.
Beneficiarios	- 1.500 profesionales visitaron el stand.

ÁREA - SALUD	
REVISTA "TRAUMA"	
Región	- Todo el territorio argentino, salvo las provincias de Formosa, Santa Cruz y Tierra del Fuego donde no hay empleados de MAPFRE.
Alianza	- Oficinas Comerciales de MAPFRE Argentina.
Objetivo/s	- Ser una revista científica multidisciplinar, con notas y artículos afines a la medicina preventiva e investigaciones para conocer, comprender, mejorar y ayudar a toda persona afectada por un accidente. - Publicar artículos originales, trabajos de investigación, trabajos de revisión, casos clínicos y cartas al director, relacionados con el aparato locomotor.
Dinámica	- General: - Publicación de periodicidad trimestral, que adicionalmente edita uno o varios suplementos especiales anuales. - Se distribuye en forma gratuita a todas aquellas personas que lo soliciten, previa suscripción. - En Argentina: - A través del Congreso de la AAOT se distribuyeron 3.640 revistas y se suscribieron a 495 profesionales. - A través de las Oficinas Comerciales de MAPFRE en todo el país, se distribuyeron 860 revistas en forma gratuita a profesionales afines.
Realización	- Noviembre y diciembre de 2010.
Beneficiarios	- 4.500 revistas entregadas a asistentes del congreso de la AAOT y profesionales de la salud en todo el país.



ÁREA - SALUD	
COLABORACIONES SALUD	
Región	- Todo el territorio argentino.
Alianza	- Sociedad Argentina de Medicina y Cirugía del Trauma. - Sociedad Argentina de Medicina. - Sociedad de Medicina Interna de Buenos Aires. - Ministerio de Salud Pública, provincia de Salta .
Objetivo/s	- Colaborar con diferentes organizaciones científicas y médicas del país para potenciar el alcance de sus actividades y desarrollo.
Realización	- Todo 2010.
Beneficiarios	- 4 (cuatro) organizaciones médicas.



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA.

ÁREA - MEDIO AMBIENTE	
DESHOLLINADORES: AHORRO DE AGUA CON ESCUELAS. CARPETA Y TALLERES	
Región	- Noreste y Litoral Argentino: - Provincia de Chaco. - Provincia de Misiones. - Provincia de Corrientes. - Provincia de Entre Ríos.
Alianza	- 16 escuelas públicas de las provincias de Misiones, Chaco, Corrientes y Entre Ríos. - Fundación Andreani.
Objetivo/s	- Colaborar con las instituciones educativas y sus cuerpos docentes para fomentar la educación medioambiental, facilitándoles todos los elementos necesarios para su implantación. - Destacar la figura de la familia y de los educadores para convertirlos en auténticos modelos de comportamiento para sus hijos/alumnos. - Reflexionar junto a los niños sobre la importancia fundamental del agua, relacionar la naturaleza y su cuidado, el ahorro del recurso y el uso. - Promover comportamientos y actitudes responsables y cívicas de los escolares en relación con el cuidado del medio ambiente, y en especial el agua. - Sensibilizar acerca de las principales causas de contaminación, derroche y mal uso del agua. - Transmitir la importancia y responsabilidad que tiene cada ciudadano en el cuidado del agua y el medio ambiente, fomentando su uso racional y responsable.
Dinámica	- Carpeta: -Adaptación de material de España para crear una carpeta de educación medioambiental sobre la temática agua para el 4to y 5to grado de la escuela primaria. La programación está diseñada para incluirse en el proyecto educativo de las escuelas e insertarse dentro del Diseño Curricular de cada grado. -Entrega de 450 kits en escuelas primarias de la región del Noreste y litoral argentino en marzo del 2011, en alianza con la Fundación Andreani (empresa de correo y logística) quien realiza la entrega de un kit por escuela en forma gratuita. - Talleres Lúdico-Formativos: - Realización en 16 escuelas públicas de Talleres lúdico-formativos sobre el cuidado del medio ambiente y en especial del elemento agua, para capacitar, a través de un taller con teoría y puesta en práctica de lo aprendido, a todos los alumnos de 4to grado de la primaria y el cuerpo docente. - Se trabajó a través del juego y de la interacción activa de los niños y los docentes con los formadores.
Realización	- Octubre de 2010.
Beneficiarios	- 1.121 niños de 9 y 10 años [4to y 5to grado]. - 82 docentes. - 16 escuelas primarias públicas.



ÁREA - MEDIO AMBIENTE	
DESHOLLINADORES: AHORRO DE AGUA CON FAMILIAS	
Región	- Ciudad de Trenque Lauquen, provincia de Buenos Aires.
Alianza	- Municipalidad de Trenque Lauquen.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Promover en los niños y sus familias acciones positivas en el cuidado del medio ambiente a través de una experiencia lúdico - educativa. - Sensibilizar acerca de la problemática de la contaminación, mal uso del agua y las formas de colaborar para su cuidado, ahorro y consumo responsable. - Incentivar a los ciudadanos a realizar acciones positivas en relación al agua.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de una jornada familiar recreativa y educativa en torno al elemento agua en el Anfiteatro Municipal de la Ciudad de Trenque Lauquen. - La jornada, animada por un personaje llamado "Jarri Water", se organizó en torno a la competencia por equipos coordinados por profesores. Los equipos participaron de diferentes juegos, luego de los cuales se desarrolló un momento de síntesis y reflexión sobre los temas trabajados a modo de promover el anclaje cognitivo grupal. - Hacia el final, las familias apreciaron la inauguración de una escultura hidráulica construida con elementos reciclados, cuya función es recoger agua de lluvia para poder ser utilizada y contribuir con el ahorro, la reutilización y el reciclado del agua natural. - Al finalizar la jornada, cada participante recibió un tríptico con información sobre el cuidado del agua, una bolsa ecológica y un refrigerio.
Realización	- 11 de diciembre de 2010.
Beneficiarios	- 200 niños y adultos de la comunidad de Trenque Lauquen.



ÁREA - MEDIO AMBIENTE	
COMEDIA MUSICAL "DESHOLLINADORES"	
Región	- Uruguay: departamentos de Paysandú, Río Negro, Montevideo, Rocha, Lavalleja, Tacuarembó, Flores y Canelones.
Alianza	- Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. - MAPFRE URUGUAY.
Objetivo/s	- Llevar a través de la música y el baile un mensaje de concientización y optimismo del rol que cada uno puede tomar para cuidar el planeta. La obra está dirigida a chicos de 5 a 10 años. - Facilitar y generar la replicabilidad local de la obra en escuelas y municipios a través de la entrega gratuita del libro "Deshollinadores", el cual contiene el guión y la música de la obra.
Dinámica	- Realización de 10 funciones en forma gratuita en 9 ciudades de Uruguay: Paysandú, Fray Bentos, Montevideo, Rocha, Minas, Tala, Paso de los Toros y Trinidad. - La organización de las funciones corrió a cargo de las oficinas comerciales y delegadas de MAPFRE en cada Departamento con ayuda de la oficina central de MAPFRE URUGUAY. - Durante las funciones se distribuyeron más de 420 libros de la obra para su reproducción local.
Realización	- Abril de 2010.
Beneficiarios	- 5.000 espectadores en 10 funciones gratuitas.



ÁREA - MEDIO AMBIENTE	
SUBSIDIOS A LA INVESTIGACIÓN UCES - CONVOCATORIA 2009	
Región	- Ciudad de La Plata, provincia de Buenos Aires. - Departamento de Junín, provincia de Mendoza.
Alianza	- Instituto de Estudios e Investigaciones Ambientales de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.
Objetivo/s	- Promover y apoyar la investigación en las áreas de la problemática ambiental de la empresa y urbana, a través de la subvención de dos trabajos de investigación anuales en el ámbito nacional.
Dinámica	- Los subsidios tienen una duración de 10 meses, contados a partir de la fecha de iniciación del trabajo: 1ª de marzo de 2010. - El importe de cada uno es de 3.000 euros, distribuidos en 10 asignaciones mensuales de 300 euros. Dicho importe se abona en pesos al tipo de cambio vendedor del Banco Nación del día anterior al pago.
Realización	- Marzo a diciembre de 2010.
Beneficiarios	- 2 investigadores: - Investigadora: Dra. Erika Alejandra Wolski: "Biodegradación de fenoles y sus derivado clonados por hongos no patógenos" - Investigador: Lic. Rodolfo José Moya: "Cambio climático y sus impactos en los proyectos de inversión vitivinícola: Peligros, vulnerabilidad y riesgos en el Departamento de Junín". - 2 centros de la investigación: - Grupo de Ingeniería Bioquímica, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Mar del Plata - Unidad de Historia Ambiental - IANIGLA [Instituto Argentino de Nivología, Glaciología y Ciencias Ambientales] - CCT (Centro Científico Tecnológico).





Instituto de Seguridad Vial

El Instituto de Seguridad Vial tiene como objetivo básico:

- Colaborar activamente en la reducción de los siniestros accidentes de tránsito y de sus consecuencias. Para esto, se desarrollan actividades dirigidas a concientizar a la sociedad sobre la necesidad de adoptar pautas de comportamiento más prudentes y solidarias en los desplazamientos.
- Promover hábitos sociales que contribuyan a la reducción de las cifras de accidentalidad.

Sus acciones inciden sobre los tres factores fundamentales de la Seguridad Vial: el factor humano, al que se dedican la mayor parte de las actividades del Instituto, impulsando la educación vial mediante cursos de formación para escolares, jóvenes, tercera edad y empresas; la vía, mediante la realización de trabajos de investigación sobre la infraestructura (trazado, características geométricas, conservación y señalización); y el vehículo, mediante campañas permanentes sobre los elementos de seguridad activa y pasiva, y su correcta utilización.

Sus acciones y programas se dirigen a los distintos grupos de riesgo, desde los escolares hasta los mayores. El Instituto está presente en los centros de enseñanza con acciones educativas para escolares y jóvenes, así como en las empresas con acciones preventivas y cursos de formación on-line sobre seguridad vial para trabajadores y profesionales dedicados a las tareas de prevención. En cuanto a los mayores, los programas no solo se centran en la formación de este colectivo, sino que además se trabaja con los familiares y los profesionales a su cargo.

En el ejercicio 2010, el Instituto de Seguridad Vial ha continuado su actuación en Argentina orientada a la reducción de los accidentes de tráfico y a la educación vial en colaboración con entidades públicas y centros escolares. Prestó una especial atención a los niños y jóvenes, colectivo en el que los siniestros accidentes de tránsito son la primera causa de mortalidad.

ALCANCE ACTIVIDADES DE SEGURIDAD VIAL



► Alianza estratégica

En total se establecieron alianzas con 68 organizaciones:

- "Creciendo Seguros" / "Parque Temático": 6 organizaciones
- Comedia musical infantil "Payasos en Peligro": 2 organizaciones
- Talleres lúdicos – formativos sobre Educación Vial: 40 organizaciones
- Kit educativo para escuelas primarias: 1 organización
- Revista infantil "Circulando": 1 organización
- Portal on-line "Médicos por la Seguridad Vial": 6 organizaciones
- Campaña de prevención vial "Unidad de Diagnóstico Móvil": 2 organizaciones
- Seminario de auditorías de Seguridad Vial: 3 organizaciones
- "II Congreso Iberoamericano de Seguridad Vial": 3 organizaciones
- DVD "Conducción segura de motocicletas": 4 organizaciones

► Beneficiarios

En total se beneficiaron a 169.010 personas:

- "Creciendo Seguros": 3.498 escolares y docentes
- "VII Concurso Nacional de Educación Vial": 2.000 escolares
- Parque temático: 7.500 escolares
- Talleres lúdicos – formativos sobre Educación Vial: 11.223 escolares y docentes
- Kit educativo para escuelas primarias: 90.000 escolares
- Comedia musical infantil "Payasos en Peligro": 3.000 personas
- "Payasos en Peligro" - Libro y CD: 30 personas
- Revista infantil "Circulando": 1.800 escolares
- Campaña "El fin de semana vos decidís": 44.850 jóvenes y adultos
- DVD "Conducción Segura de Motocicletas": 1.750 jóvenes y adultos
- Portal on-line "Médicos por la Seguridad Vial": 160 adultos profesionales
- Campaña de prevención vial "Unidad de Diagnóstico Móvil": 900 jóvenes y adultos
- Seminario de Auditorías de Seguridad Vial: 62 adultos profesionales
- "II Congreso Iberoamericano de Seguridad Vial": 2.237 adultos profesionales

En total se acompañaron a 525 organizaciones:

- Creciendo Seguros: 28 escuelas
- Talleres lúdicos – formativos sobre Educación Vial: 40 escuelas
- Kit educativo para escuelas primarias: 450 escuelas
- Portal on-line "Médicos por la Seguridad Vial": 3 colegios médicos
- DVD "Conducción segura de motocicletas": 4 organizaciones





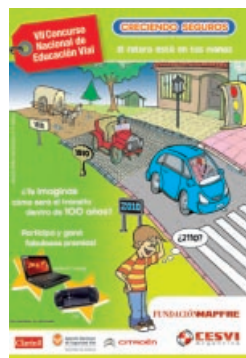
Actividades 2010

PROGRAMAS:

CRECIENDO SEGUROS	
Región	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. - Provincia de Buenos Aires. - Provincia de Santa Fe.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - CESVI. - Agencia Nacional de Seguridad Vial. - Diario Clarín. - Citroen. - Michelin.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Demostrar con hechos concretos que la educación vial es la herramienta de prevención que permite reducir la elevada tasa de siniestralidad en Argentina. - Comenzar a trabajar en la creación de un "Nuevo Tránsito" en la ciudad, más seguro y más humano, a partir de los niños como conductores del mañana, inculcándoles adecuados hábitos y comportamientos para que sean un grupo modelo y el ejemplo a seguir en materia de prevención vial.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de un Programa de Educación Vial a largo plazo con un grupo de niños para que éstos adquieran, en un periodo de 12 años, todos los hábitos de manejo adecuados para desempeñarse en forma segura y defensiva en el escenario vial de nuestro país. - La modalidad de enseñanza es constructiva, donde se valora todo el aprendizaje que el niño trae incorporado de su hogar para construir contenidos acordes a la etapa psicoevolutiva del alumno, a sus necesidades y a las del docente involucrado. - Los alumnos cuentan con un manual de actividades acordes a su etapa madurativa y a los contenidos previamente hablados y planificados con el calendario de cada docente. - El 2010 ha sido el 9º año de ejecución del programa.
Realización	<ul style="list-style-type: none"> - Julio a noviembre de 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 3.264 niños de entre 13 y 14 años. - 234 docentes. - 28 escuelas.



CRECIENDO SEGUROS - "VII CONCURSO NACIONAL DE EDUCACIÓN VIAL"	
Región	<ul style="list-style-type: none"> - Todo el territorio argentino, salvo las provincias de Formosa, Santa Cruz y Tierra del Fuego donde no hay empleados de MAPFRE.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - CESVI. - Agencia Nacional de Seguridad Vial. - Diario Clarín. - Citroen. - Michelin. - Oficinas Comerciales de MAPFRE Argentina.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Propiciar la reflexión sobre los cambios permanentes que existen en el tránsito de la Argentina, analizando las diferencias clave del tránsito actual respecto del de hace 200 años atrás e imaginar cómo será la convivencia vial en el 2110.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - La temática del concurso de dibujo fue "El futuro en tus manos". La consigna consistió en que los participantes de 6 a 17 años ilustrasen cómo imaginaban el tránsito dentro de 100 años, incluyendo mejoras y modificaciones. La propuesta también debía ser acompañada del por qué de los cambios y qué se quería transmitir a través del dibujo realizado. - Los participantes fueron divididos en dos categorías: Infantil (6 a 12 años) y Juvenil (13 a 17 años). Los ganadores recibieron un premio por su trabajo.
Realización	<ul style="list-style-type: none"> - Octubre a diciembre de 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 2.000 niños y adolescentes de 6 a 17 años.





PARQUE TEMÁTICO DE EDUCACIÓN VIAL "REPÚBLICA DE LOS NIÑOS"

Región	- Ciudad de La Plata, provincia de Buenos Aires.
Alianza	- CESVI. - Chicco.
Objetivo/s	- Lograr que los niños aprendan todo lo referente a la Seguridad Vial, para que puedan experimentar el tránsito en una ciudad concreta en miniatura. - Insertar la educación vial como parte de la formación ciudadana, creando así hábitos y actitudes positivas para una mejor convivencia en el tránsito, y de esta manera bajar los accidentes a largo plazo. - Fomentar la práctica de las normas de tránsito como pautas para el desarrollo personal de los niños, sustentado en la obediencia y el respeto por las autoridades que reglamentan el tránsito.
Dinámica	- Se recreó la circulación en calles, avenidas y pasos nivel para lograr el respeto por las normas de tránsito, semáforos, señalización vertical y horizontal y lugares de sobrepaso. - Se buscó generar respeto por las pautas de convivencia en el entorno vial. - El carácter de la República es de tipo público y, en particular, el parque temático es de acceso libre y gratuito. - El parque está abierto todo el año, con picos de asistencia en las vacaciones de invierno y el día del niño.
Realización	- Todo el año.
Beneficiarios	- 7.500 niños de 6 a 12 años.



TALLERES LÚDICOS - FORMATIVOS SOBRE EDUCACIÓN VIAL

Región	- Región de Cuyo: - Provincia de Mendoza. - Provincia de San Juan. - Provincia de Catamarca. - Provincia de La Rioja.
Alianza	- 40 escuelas públicas primarias de las provincias alcanzadas.
Objetivo/s	- Promover comportamientos y actitudes responsables y cívicas de los escolares en relación con el tránsito, en su papel de peatones, viajeros y conductores de bicicletas. - Colaborar con las instituciones educativas y sus cuerpos docentes para fomentar la Educación Vial, facilitándoles todos los elementos necesarios para su implementación. - Crear conciencia sobre la importancia de los roles dentro de las Normas de Tránsito. - Prevenir y disminuir los siniestros de tránsito. - Sensibilizar acerca de las principales causas de los accidentes de tránsito. - Transmitir la importancia y responsabilidad que tiene el peatón. - Fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte.
Dinámica	- Realización de talleres lúdicos - formativos en 40 escuelas públicas para capacitar a través de un taller con teoría y puesta en práctica de lo aprendido, a todos los alumnos de la primaria y el cuerpo docente.
Realización	- Septiembre a diciembre de 2010.
Beneficiarios	- 10.663 niños de 6 a 11 años. - 560 docentes aprox. - 40 escuelas primarias.

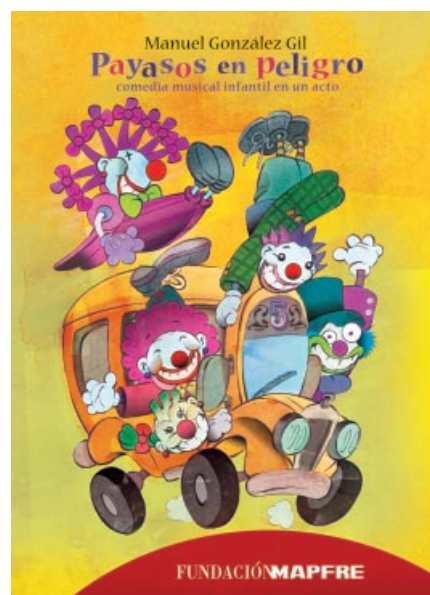


KIT EDUCATIVO PARA ESCUELAS PRIMARIAS

Región	<ul style="list-style-type: none"> - Región de Cuyo: <ul style="list-style-type: none"> - Provincia de Mendoza. - Provincia de San Juan. - Provincia de Catamarca. - Provincia de La Rioja.
Alianza	- Fundación Andreani.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Colaborar con las instituciones educativas y sus cuerpos docentes para fomentar la Educación Vial, facilitándoles todos los elementos necesarios para su implantación. - Promover comportamientos y actitudes responsables y cívicas de los escolares en relación con el tráfico tránsito, en su papel de peatones, viajeros y conductores de bicicletas. - Lograr que el niño adquiera, durante toda la etapa primaria, hábitos necesarios para comportarse apropiadamente en la vía pública. - Destacar la figura de la familia y de los educadores para convertirlos en auténticos modelos de comportamiento para sus hijos/alumnos.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptación del Kit de Educación Vial desarrollado por España para Argentina. La programación está diseñada para incluirse en el proyecto educativo de las escuelas e insertarse dentro del Diseño Curricular de cada uno de los ciclos. - Entrega de 450 kits en escuelas primarias de la Región de Cuyo, en alianza con la Fundación Andreani (empresa de Correo y Logística) quien realiza la entrega de un kit por escuela en forma gratuita: <ul style="list-style-type: none"> - Provincia de Mendoza: 181 escuelas (todas las escuelas de 14 regiones de la provincia). - Provincia de San Juan: 146 escuelas (todas las escuelas de la provincia). - Provincia de La Rioja: 69 escuelas (todas las escuelas de la provincia). - Provincia de Catamarca: 54 escuelas (todas las escuelas de la provincia).
Realización	- Diciembre de 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 450 escuelas primarias de las provincias alcanzadas. - 90.000 alumnos aproximadamente (un promedio de 200 alumnos por escuela). - 23 instituciones provinciales de educación, seguridad vial y administración pública.

COMEDIA MUSICAL INFANTIL "PAYASOS EN PELIGRO"

Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. - U.O.C.R.A. Cultura.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar a través de la música y el baile un mensaje de cuidado responsable respecto al modo de vivir de grandes y chicos. - La obra de Educación Vial está dirigida a chicos de 2 a 8 años.
Dinámica	- Realización de 20 funciones en forma gratuita durante las vacaciones de invierno en asociación con U.O.C.R.A. Cultura, quien cede su sala de teatro.
Realización	- Julio y agosto de 2010.
Beneficiarios	- 3.000 espectadores en 20 funciones gratuitas.



REVISTA INFANTIL "CIRCULANDO"	
Región	- Todo el territorio argentino, salvo las provincias de Formosa, Santa Cruz y Tierra del Fuego donde no hay empleados de MAPFRE.
Alianza	- MAPFRE ARGENTINA.
Objetivo/s	- Acercarles a niños de 5 a 13 años material de lectura sobre Seguridad Vial y Prevención a través de la adaptación y recopilación de la Revista Española "Circulando", para fomentar conductas responsables y solidarias. - Inculcar en los niños hábitos y comportamientos adecuados de seguridad, movilidad y solidaridad para que sean ejemplo a seguir en materia de prevención vial. - Llegar con el mensaje de prevención vial al seno familiar para contribuir al mejoramiento del tránsito actual, contando con los niños como agente de transmisión hacia sus padres y hermanos.
Dinámica	- Recopilación y adaptación de artículos, juegos, cómics y trivias de la Revista Española "Circulando" para armar un primer número local de la publicación sobre "la bicicleta". - Conjuntamente con la revista se distribuyó un juego para participar de un sorteo de dos bicicletas con sus equipos de seguridad. - La revista fue distribuida entre todos los empleados de la empresa en Argentina para que sea entregado a los hijos o familiares en edad escolar.
Realización	- Marzo de 2010.
Beneficiarios	- 1.800 niños de 5 a 13 años.



CAMPAÑA "EL FIN DE SEMANA VOS DECIDÍS"	
Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires. - Gran Buenos Aires.
Objetivo/s	- Sensibilizar sobre los riesgos de la conducción imprudente a los jóvenes y al público en general para que tomen conciencia de las consecuencias de conducir bajo los efectos del alcohol, las drogas o utilizando el teléfono celular, ya que en la República Argentina mueren 23 jóvenes y 375 resultan heridos a causa de un accidente de tránsito cada fin de semana.
Dinámica	- Recorrida de varias zonas de ocio nocturno y de gran afluencia de estudiantes con una grúa portando un automóvil siniestrado, conjuntamente con la distribución de un tríptico informativo sobre los siniestros viales de los jóvenes durante los fines de semana. - La campaña se realizó durante los días jueves, viernes, sábados, domingos y feriados, y se basó en tres conceptos fundamentales: las medidas de prevención ante la conducción durante el fin de semana; la importancia de las normas de seguridad; y las graves consecuencias que conllevan los accidentes de tránsito como fallecimientos y lesiones irreversibles medulares y cerebrales.
Realización	- Campaña I: del 8 de abril al 1 de mayo; 20 al 25 de mayo de 2010. - Campaña II: del 11 al 19 de diciembre de 2010.
Beneficiarios	- 44.850 personas, en su mayoría jóvenes de entre 15 a 34 años.





DVD "CONDUCCIÓN SEGURA DE MOTOCICLETAS"	
Región	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudad de Bariloche, provincia de Río Negro. - Ciudad de Pinamar, provincia de Buenos Aires - Ciudad de Villa María, provincia de Córdoba. - Ciudad de San Luis, provincia de San Luis.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección de Tránsito de Bariloche. - Municipalidad de Pinamar. - Municipalidad de Villa María. - Universidad Nacional de San Luis.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Reducir los altos índices de siniestralidad en el ámbito de la motocicleta y ciclomotor por medio de la edición de un material audiovisual. - Crear material audiovisual sobre técnicas de conducción segura para este sector. - Distribuir este material y obtener una gran repercusión entre este colectivo, para concientizar sobre la importancia del buen uso de este vehículo.
Dinámica	- Se establecieron alianzas estratégicas con diversas organizaciones públicas y/o privadas del país para distribuir el material localmente en forma gratuita.
Realización	- Marzo, julio y diciembre de 2010.
Beneficiarios	- 1.750 DVDs entregados en los cuatro acuerdos realizados.

PORTAL ON-LINE "MÉDICOS POR LA SEGURIDAD VIAL"	
Región	<ul style="list-style-type: none"> - Región Noroeste Argentino: - Provincia de Tucumán. - Provincia de Salta. - Provincia de Jujuy.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - Colegios de Médicos de Tucumán, Salta y Jujuy. - Municipalidad de Tucumán. - Ministerio de Salud Pública de Salta. - Municipalidad de Jujuy.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Transmitir la importancia que tiene el cuidado de la salud para la prevención de los accidentes de tránsito a través de la clase médica. - Convertir a los médicos en proscriptores de Seguridad Vial.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del programa en una jornada dirigida a médicos y profesionales de la salud en asociación con los Colegios de Médicos provinciales. - El desarrollo de estas conferencias consiste en una charla por parte de un referente local en relación a la situación vial local y un especialista médico de FUNDACIÓN MAPFRE sobre las distintas patologías relacionadas con la conducción y en una presentación de toda la campaña, con un cocktail de cierre.
Realización	- 24, 25 y 26 de agosto de 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 160 profesionales. - 3 Colegios de Médicos.



CAMPAÑA DE PREVENCIÓN VIAL "UNIDAD DE DIAGNOSIS MÓVIL"

Región	<ul style="list-style-type: none"> - Provincia de Córdoba. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. - Gran Buenos Aires.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno de la provincia de Córdoba. - Municipalidad de San Fernando, provincia de Buenos Aires.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar un servicio gratuito de diagnóstico vehicular para lograr una completa revisión de los elementos clave que hacen a la seguridad y a la prevención. - Detectar fallas técnicas para prevenir futuros accidentes de tránsito. - Concientizar a los conductores sobre los elementos de seguridad de los vehículos para el correcto funcionamiento y la prevención de accidentes viales.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de diagnósticos vehiculares gratuitos a cargo de un perito en diversas ciudades del país. - Se controlan: <ul style="list-style-type: none"> - Luces y batería. - Se verifican elementos de la seguridad activa del vehículo que comprenden amortiguadores, la columna de dirección, el freno de mano, el parabrisas y las escobillas. El estado del matafuego y de las balizas triangulares. - Neumáticos. - Estado de la carrocería.
Realización	<ul style="list-style-type: none"> - Campaña I Córdoba: del 22 de enero al 8 de marzo de 2010. - Campaña II Buenos Aires: del 16 al 22 de diciembre de 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 900 personas recibieron el servicio de diagnosis en forma gratuita.

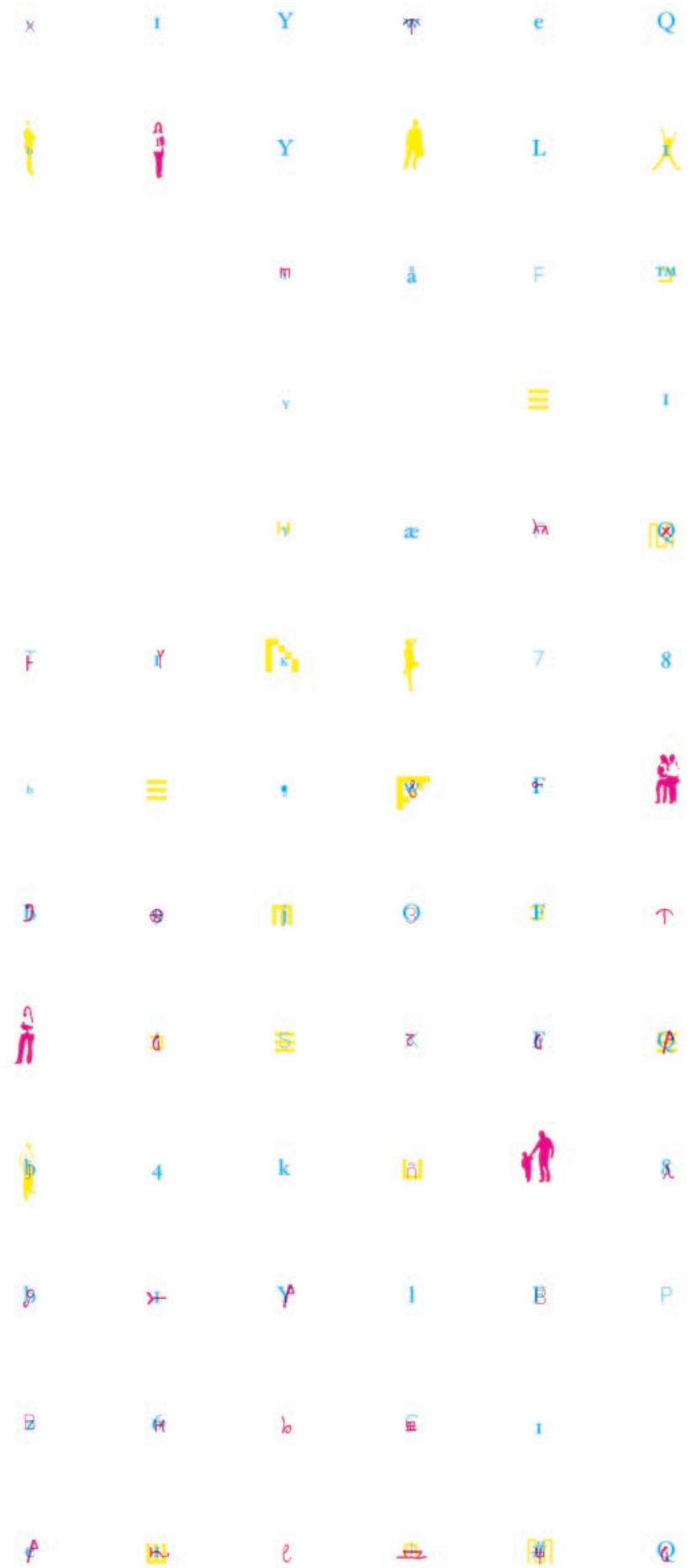


SEMINARIO DE ESPECIALIZACIÓN EN AUDITORIAS DE SEGURIDAD VIAL

Región	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Alianza	<ul style="list-style-type: none"> - Asociación Argentina de Carreteras. - Asociación Española de Carretera. - Centro Tecnológico de Transporte, Tránsito y Seguridad Vial - Universidad Tecnológica Nacional.
Objetivo/s	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer el estado a nivel mundial en cuanto a la aplicación de auditorías, con la Directiva Europea como referencia fundamental, y con las particularidades de los países de Latinoamérica como marco de trabajo. - Proporcionar nociones básicas a los participantes acerca de la utilización de auditorías de seguridad vial, tanto teóricas como prácticas. - Analizar las posibilidades de mejora de la seguridad vial que implica la realización de auditorías de seguridad vial en escenarios considerados "de riesgo", como los accidentes por salida de vía, entornos urbanos y travesías. - Profundizar en otras herramientas de utilidad en la gestión de la seguridad vial. - Servir de paso previo a la implantación de un programa de formación de auditores de seguridad vial.
Dinámica	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de un seminario de especialización de 22 horas cátedra, dividida en dos jornadas intensivas y conferencias en el marco del II CISEV (Congreso Iberoamericano de Seguridad Vial) - Disertaciones a cargo de un cuerpo docente referente en la temática de Iberoamérica, que contempló las distintas etapas en la vida de un camino para abordar la seguridad vial aplicada a la infraestructura carretera.
Realización	<ul style="list-style-type: none"> - 18 y 19 de octubre de 2010.
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> - 62 profesionales de distintas provincias de Argentina y diversos países de Iberoamérica.



II CONGRESO IBEROAMERICANO DE SEGURIDAD VIAL	
Región	- Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Alianza	- Agencia Nacional de Seguridad Vial. - Asociación Argentina de Carreteras. - Asociación Española de Carretera.
Objetivo/s	- Del Congreso: - Abordar reformas legislativas que permitan la puesta en marcha de políticas universales y coordinadas para la mejora sistemática de la seguridad del tránsito por carretera. - Poner en común de experiencias y conocimientos para un acercamiento de posturas y de búsqueda de soluciones consensuadas que puedan trasladarse a la esfera política y servir de base para el establecimiento de políticas de seguridad vial, coordinadas en el entorno de Ibero-América. - De la Fundación: - Dar a conocer las actividades y el material del instituto tanto a nivel local como internacional, a través de un stand propio en el CISEV. - Participar como disertantes en diversas exposiciones.
Realización	-20 al 22 de octubre de 2010.
Beneficiarios	- 237 profesionales de distintas provincias de Argentina y diversos países de Latinoamérica se suscribieron al newsletter de Seguridad Vial. - 2.000 profesionales visitaron el stand.



Principales Actividades y Resultados 2010

A continuación se detalla de forma numérica las actividades llevadas a cabo por la Delegación Argentina de FUNDACIÓN MAPFRE en 2010:

Total Actividades

- Becas, premios, subsidios: 19
- Eventos de Cultura: 4
- Acciones y campañas de Seguridad Vial: 101
- Acciones y campañas de Prevención: 29
- Acciones y campañas de Salud: 4
- Acciones y campañas de Medio Ambiente: 27
- Acciones y proyectos de Acción Social: 38
- Acciones y campañas de Voluntariado: 65
- Publicaciones: 10

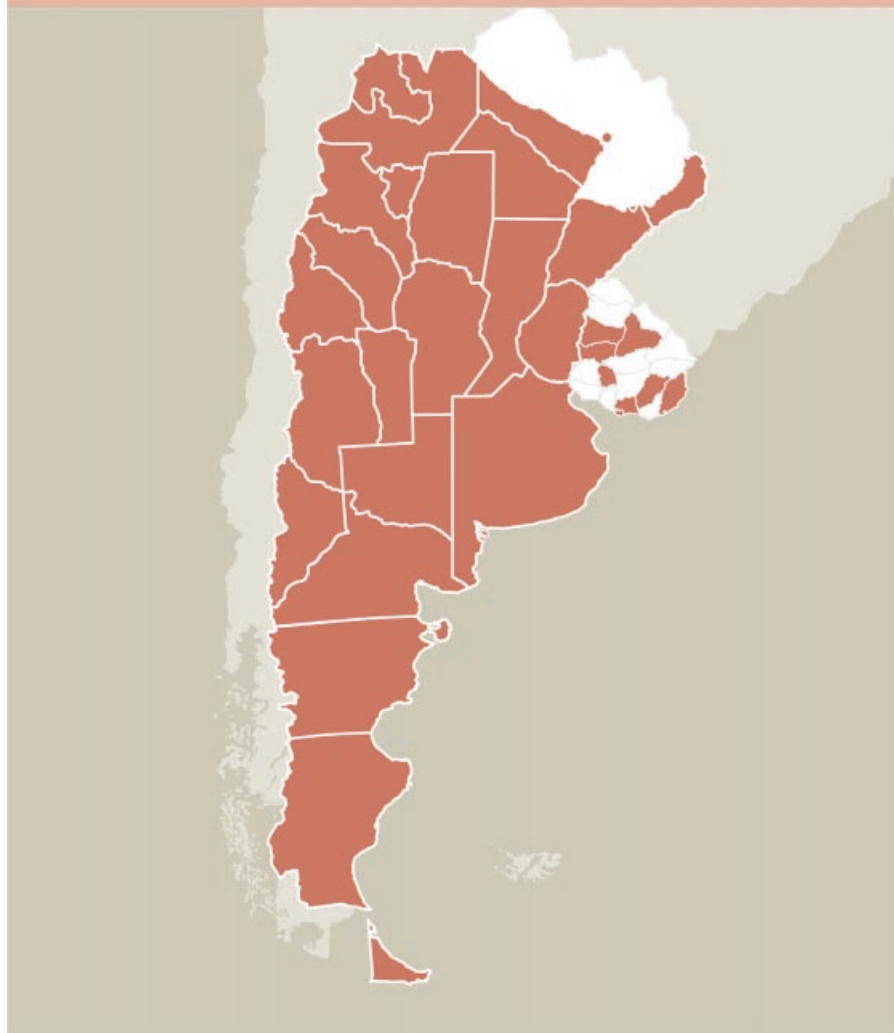
Total Alianzas Estratégicas

- 276 organizaciones

Total Beneficiarios

- 246.742 personas y 569 organizaciones

PRINCIPALES ACTIVIDADES Y RESULTADOS 2010



BENEFICIARIOS POR INSTITUTO	PROGRAMAS 2010	PROYECTOS Y ACTIVIDADES	BENEFICIARIOS
Instituto de Acción Social	Programa "Desarrollo Local" - Tres Isletas	"Rehabilitación, ortesis y prótesis"	230
		"Asistencia médica especializada"	243
		"Actividad deportiva y de esparcimiento"	250
		"Construcción de espacios de trabajo"	6.000
	Programa "Desarrollo Comunitario"	"Comunidades FUNDACION MAPFRE"	18.595
		"Educación a largo plazo"	16.987
	"Programa "Ayuda Inmediata"	"Ayuda Inmediata"	2.000
Programa de Voluntarios	Realización de actividades	5.825	
	SUB TOTAL		49.130
Instituto de Ciencias del Seguro	Difusión y Publicaciones	Presentación del "Informe del Mercado Asegurador"	130
		Presentación del libro "Cobertura Enfermedades Catastróficas"	25
	Formación en Ciencias del Seguro	"BugMap" - Business Game MAPFRE.	105
	Becas, Premios y Ayudas	"Ayudas a la investigación"	1
		"Becas al estudio"	1
	SUB TOTAL	SUB TOTAL	262
Instituto de Cultura	Publicaciones en Cultura	"América Latina en la Historia Contemporánea"	200
	Festival de Cine	"4+1" - Festival de cine	1.840
	SUB TOTAL		2.040
Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente	Programa para adultos mayores "Con Mayor Cuidado"	"Con Mayor Cuidado" - Cuadernillos y charlas	1.260
		"Prevención de Riesgos en el Hogar" - Encuesta	700
	Programa "Prevención de Incendios"	"Prevención de Incendios" - Charlas en escuelas - Difusión y Publicaciones en Prevención	5.109
	Difusión y Publicaciones	"Ergonomía Práctica" - Publicación libro	200
	Becas, Ayudas y Premios en Prevención	"Becas de Formación Especializada" - Prevención	2
	Programa de Formación para Profesionales en Salud	"Traumatología del Deporte" - Jornadas de formación - Difusión y Publicaciones en Salud	148
		"I Jornada de Valoración del Daño Corporal"	230
	Difusión y Publicaciones	"47º Congreso AAOT" - Stand	1.500
		"Revista Trauma" - Distribución	4.500
	Becas, Ayudas y Premios en Salud	"Becas de Formación Especializada" - Salud (España)	12
		"Premios FUNDACIÓN MAPFRE" - Salud (España)	1
	Programa Integral de Educación Ambiental Infantil "Deshollinadores"	"Deshollinadores del Agua" Carpeta y charlas escuelas	1.203
		"Deshollinadores del Agua" - Jornada con familias	200
		"Deshollinadores" - Comedia infantil - Gira Uruguay	5.000
		"Deshollinadores" - Comedia infantil - Ciudad Autónoma de Buenos Aires	200
		"Deshollinadores" - Libro y CD	30
		"Juegoteca de los Deshollinadores" - Kit de juegos	5.000
Becas, Ayudas y Premios en Medio Ambiente	"Subsidio a la Investigación" - FM - UCES	2	
	"Premio a la Gestión Ambiental" - FM. UCES -2009	1	
	"Becas de Formación Especializada" - Medio Ambiente	2	
	SUB TOTAL		25.300



Instituto de Seguridad Vial	Programa de Educación Vial Infantil "Circulando"	"Creciendo Seguros" - FM - CESVI	3.498
		"Creciendo Seguros - Concurso de Dibujo" - FM - CESVI	2.000
		"Parque Educación Vial" - FM - CESVI	7.500
		Talleres lúdicos - formativos sobre Educación Vial	11.223
		"Kit de Educación Vial" - Carpeta y charlas en escuelas	90.000
		"Payasos en Peligro" - Comedia musical infantil	3.000
		"Payasos en Peligro" - Libro y CD	30
		"Circulando" - Revista infantil	1.800
	Programa de Concientización Vial para Jóvenes	"El fin de semana, vos decidís" - Campaña concientización	44.850
	Programa de Formación para Adultos	"Conducción Segura de Motos" - DVD	1.750
		"Médicos por la Seguridad Vial" - Portal	160
		"Unidad de Diagnóstico Móvil" - Campaña Prevención Vial	900
	"Auditorías de Seguridad Vial" - Seminario de especialización	62	
	"II Congreso Iberoamericano de Seguridad Vial" - Stand difusión actividades	2.237	
SUB TOTAL		169.010	
TOTAL BENEFICIARIOS 2010		246.742	



FUNDACIÓN MAPFRE ESPAÑA

DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Paseo de Recoletos, 23
28004 MADRID

Tel.: 91 581 11 31
Fax: 91 581 17 95
E-mail: fundacion.informacion@mapfre.com

Instituto de Acción Social

Paseo de Recoletos, 23
28004 MADRID

Tel.: 91 581 61 35
Fax: 91 581 24 02
E-mail: fundacion.accionsocial@mapfre.com

Instituto de Ciencias del Seguro

Paseo de Recoletos, 23
28004 MADRID

Tel.: 91 581 20 08
Fax: 91 581 24 84
E-mail: fundacion.cienciasdelseguro@mapfre.com

Instituto de Cultura

Paseo de Recoletos, 23
28004 MADRID

Tel.: 91 581 95 96
Fax: 91 581 16 29
E-mail: fundacion.cultura@mapfre.com

Instituto de Prevención, Salud y Medio Ambiente

Paseo de Recoletos, 23
28004 MADRID

Área de Prevención y Medio Ambiente:
Tel.: 91 581 23 36
Fax: 91 581 60 70
E-mail: fundacion.prevencion@mapfre.com

Área de Salud:
Tel.: 91 581 64 19
Fax: 91 581 85 35
E-mail: fundacion.salud@mapfre.com

Instituto de Seguridad Vial

Paseo de Recoletos, 23
28004 MADRID

Tel.: 91 581 41 76
Fax: 91 581 24 84
E-mail: fundacion.seguridadvial@mapfre.com

WEB: www.fundacionmapfre.com.ar

FUNDACIÓN MAPFRE ARGENTINA

DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Av. Juana Manso 2050, 4to piso
C1107CBE Ciudad de Buenos Aires

Tel.: 54 11 4320 9450
Fax: 54 11 320 6700 int. 3100
E-mail: fundacion@mapfre.com.ar

WEB: www.fundacionmapfre.com.ar

w M æ q̄ Æ © p T é ð ° H ñ
Y h Z ʀ æ ß ı i ɸ ! ʌ ʊ ñ
B h w q F R # \$ & ʌ ʊ π ʌ
T © á ı œ ʀ Q h ɒ ! ʊ ʃ ñ
S s ɱ e fi 7 w g ʀ o ñ
H ʊ ⊕ S 2 ʂ 0 ʃ R w ʃ
j ʀ q ʀ ʃ Q i ʂ ʃ ʊ ʂ ñ
Y h 0 ʊ ʀ R ʃ i z ʀ ʃ ʃ
≡ ʃ w ʀ f R ı ʃ & ʃ ʃ ʃ k
K y 9 ʃ ʃ & 4 ʂ & ʃ ⊕ ʃ ʃ
T h ʂ q ʊ ñ 9 e 9 8 S r z
q h ʂ ʂ ʃ R ʃ i & W ⊕ ʂ ʃ
T w 7 q ʃ d ɱ ʂ æ ʃ * ʃ ʃ
j * ʂ ʃ ʃ ʃ ʃ ʃ i 9 ʃ ʃ ʃ ñ
fi 7 w q F g ʃ a b ⊕ ʃ ʃ T
S 2 ʂ 0 ʃ R ʃ ʌ ʀ ! * ʃ ʃ
ʃ ⊕ ʃ q ʃ r Q 4 & ʃ ʃ ʃ ʃ
k ʃ w ʃ ʃ F y 8 X % v ʃ ʃ ʃ
Y ʃ v q R ʃ ⊕ ı r ʃ ʃ ʃ
Y ʃ ı Σ B % ʃ ı ʃ 6 ʃ ʃ ʃ
h ʃ * q b 9 ı * ! ʃ ʃ ʃ
Y ʃ C æ F R ɱ ʃ & ʃ * ʃ ʃ ñ
ʃ ı b w q ʃ 3 0 ʃ & o ° ʃ ʃ 2
x 3 ɱ ʃ # R ʃ ʃ ʃ ʃ ʃ ʃ ʃ
Y ʃ ı ʃ ʃ ʃ Z Q ʃ & ʃ T ʃ ʃ
b ʃ ʃ q F A ʃ i & W ʃ ʃ ʃ 7

5 Y h w q F R R P
5 Y h w q F R R I
5 Y h w q F R R #
5 Y © à 1 F R R Q

 **MAPFRE** | ARGENTINA

x j h q E R R Q
Y h Ø q R R Q
5 g H w F R R
5 K y b E R R
5 Y h q f ñ ñ
Z Y h X F R R
* Y w 7 q E d d
E j * Y Y H H Q
e H 7 W q F g g E
S 2 x q E R R Q
Y H S S q F r r Q
T k h w F y y 8
5 Y h w q F R R Q
w Y B l q E % % V
5 h h * 9
E Y X C X
F Y b w q Y 3 3 Q
Y x h n F # R R Q
5 Y h + Y V Z Z Q



mapfre.com.ar