



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2010

1



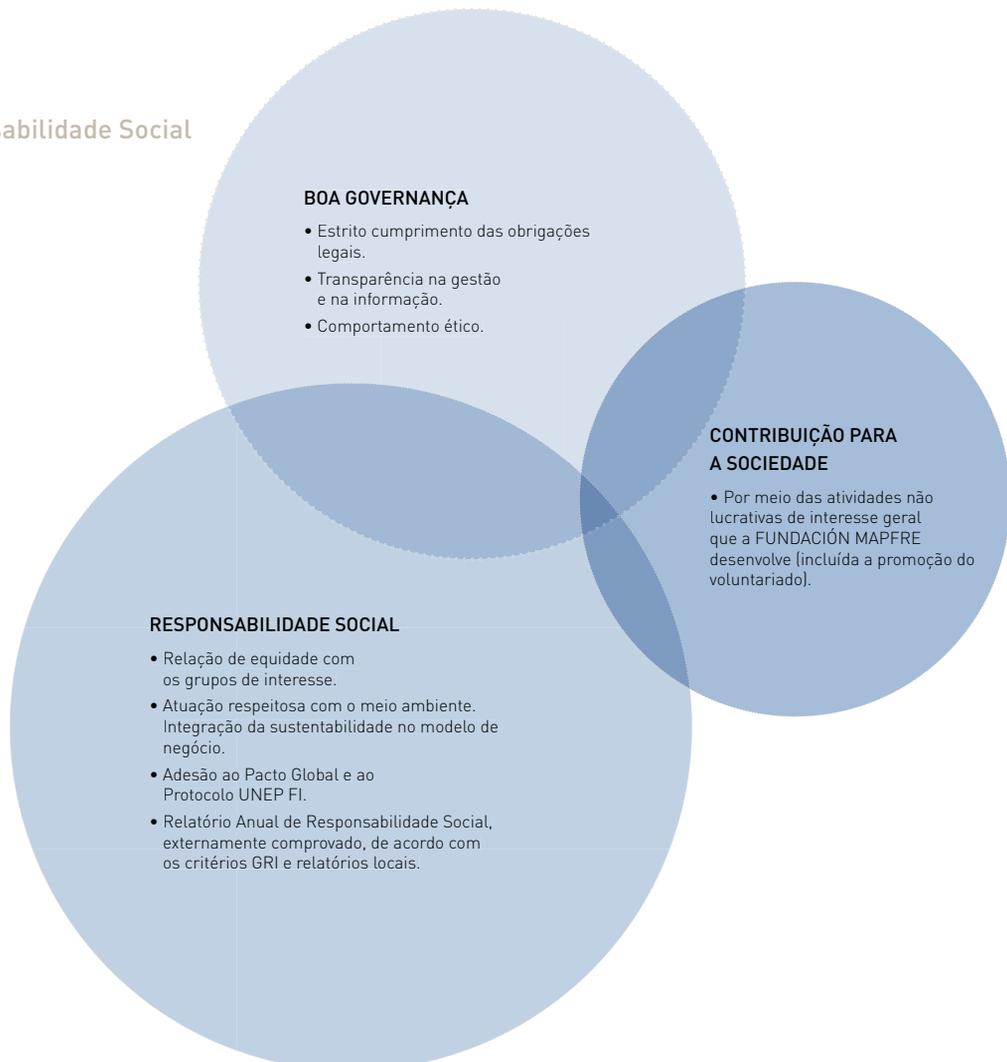
Política Internacional de Atuação em Responsabilidade Social

Princípios de atuação

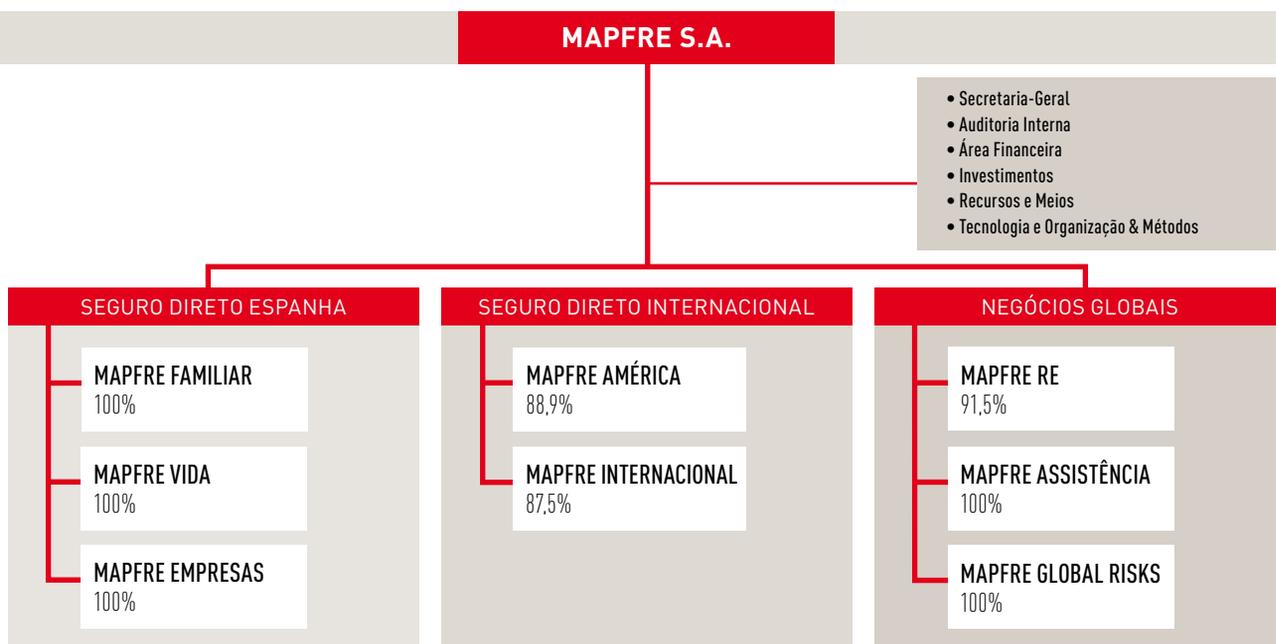
1. Cumprimento das leis e normas nacionais e internacionais vigentes em todos os países onde o Grupo opera, adotando normas e diretrizes internacionais onde não exista um desenvolvimento legal adequado e assumindo o respeito aos direitos reconhecidos na Declaração Universal de Direitos Humanos e nos dez princípios do Pacto Global.
2. Manutenção das práticas de governança corporativa, baseadas na transparência empresarial e na confiança mútua com acionistas e investidores, respeitando as regras de livre mercado e de livre concorrência, e rejeitando qualquer prática irregular para obter vantagens empresariais.
3. Respeito pela igualdade de oportunidades entre os empregados, sua privacidade e sua liberdade de opinião; equidade nas relações de trabalho; retribuição justa e estabilidade no emprego, evitando qualquer forma de perseguição, de abuso ou de discriminação; promoção da conciliação da vida pessoal e de trabalho; e repúdio expresso da exploração infantil e do trabalho escravo.
4. Inovação permanente de produtos de seguro e de serviços de prevenção e assistenciais que agreguem valor aos seus segurados e clientes; e prestação aos mesmos de um serviço acessível e de qualidade no prazo acordado, dando-lhes assessoria honesta, assegurando a confidencialidade de seus dados e resolvendo suas reclamações no menor prazo possível.

5. Desenvolvimento de práticas responsáveis na cadeia de valor, incentivando-as principalmente através dos processos de seleção e contratação dos fornecedores e parceiros, e tornando-os copartícipes na aplicação da política de Responsabilidade Social do Grupo.
6. Manutenção de uma atuação respeitosa com o Meio Ambiente, limitando no possível o impacto ecológico e no meio ambiente dos riscos derivados de sua atuação empresarial; e promoção dos valores de desenvolvimento sustentável e boas práticas de gestão ambiental da MAPFRE entre fornecedores de bens e serviços.
7. Comunicação e diálogo com todos os grupos de interesse, baseados na transparência, na veracidade e no compromisso.
8. Participação ativa em organismos e fóruns nacionais e internacionais onde se promova a responsabilidade social.
9. Elaboração e divulgação de um Relatório Anual de Responsabilidade Social da MAPFRE com informação relevante e veraz sobre as atividades realizadas nesse âmbito, submetendo-o aos oportunos processos de verificação internos e externos que garantam sua fiabilidade e sua contínua melhora.
10. Contribuição para o desenvolvimento das atividades não lucrativas de interesse geral que a FUNDACIÓN MAPFRE realiza, dentro dos limites previstos nos estatutos sociais.

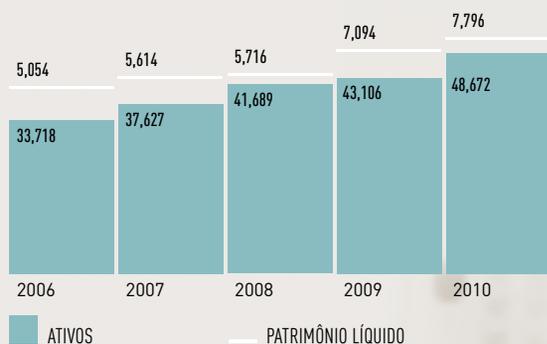
Modelo de Responsabilidade Social



Informação Geral – MAPFRE no Mundo



ATIVOS E PATRIMÔNIO LÍQUIDO dados em bilhões de euros



RECEITAS E RESULTADOS dados em bilhões de euros



IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO E DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA	2006	2007	2008	2009	2010
Número de países com presença	39	43	45	43	43
Número de empregados	28.006	30.615	34.603	35.225	36.744
Espanha	15.725	16.671	16.838	17.153	16.680
Outros países	12.281	13.944	17.765	18.072	20.064
Número de escritórios	4.712	5.458	5.789	5.806	5.351
Espanha	2.910	3.090	3.243	3.278	3.226
América – Seguro Direto	1.665	1.890	2.002	1.980	1.972
Outros países	137	478	544	548	153
Distribuição territorial do negócio por prêmios					
Espanha	65%	64%	55%	49%	41%
América – Seguro Direto	22%	24%	24%	26%	28%
Outros países	13%	12%	21%	25%	31%

Indicadores de Dimensão Social: MAPFRE e Seus Colaboradores

COMPOSIÇÃO DO QUADRO DE FUNCIONÁRIOS

ÁREAS GEOGRÁFICAS	HOMENS		MULHERES	
	Número	%	Número	%
ESPAÑA	6.109	36,6	10.571	63,4
AMÉRICA	8.022	45,3	9.683	54,7
DEMAIS PAÍSES (Europa, Ásia, África)	1.194	50,6	1.165	49,4
TOTAIS	15.325	41,7	21.419	58,3

Alcance: Grupo MAPFRE.

MÉDIA DE IDADE, MÉDIA DE ANTIGUIDADE

ÁREAS GEOGRÁFICAS	MÉDIA DE IDADE		MÉDIA DE ANTIGUIDADE	
	2009	2010	2009	2010
ESPAÑA	37,4	40,9	9,4	10,56
AMÉRICA	35,2	34,0	5,5	5,1
OUTROS PAÍSES (Europa, Ásia, África)	34,7	34,2	5,5	4,8
MÉDIA TOTAL	n.d.	37,1	n.d.	7,2

Alcance: Grupo MAPFRE.

INVESTIMENTO EM FORMAÇÃO: 8,4 milhões de euros
(cifra que representa 1,1% do valor das retribuições do Grupo MAPFRE).

CANAIS DE ATENÇÃO AO CLIENTE

A rede de distribuição do Grupo	<ul style="list-style-type: none"> — Integrada por 3.226 escritórios na Espanha e 2.125 nos demais países onde opera. — Facilitam um atendimento pessoal e direto. — Colaboração de um elevado número de representantes, agentes e corretores (22.326 na Espanha e 47.649 em outros países).
Escritórios bancários	<ul style="list-style-type: none"> — 4.923 na Espanha e 1.201 em outros países. — São entidades com as quais o Grupo possui alianças ou acordos estabelecidos para a comercialização de produtos de seguro.
Pessoal	<ul style="list-style-type: none"> — Altamente qualificado, dedicado aos segmentos de clientes que requerem uma atenção especializada (indústrias e grandes riscos industriais, setor agrícola, produtos de poupança, etc.), com o apoio de equipes dos Serviços Centrais com grande experiência, ampla formação e conhecimento dos mercados internacionais.
Plataformas telefônicas	<ul style="list-style-type: none"> — Proporcionam um atendimento permanente durante as 24 horas de todos os dias do ano, e permitem aos clientes realizarem consultas e gestões relacionadas com os seguros contratados, além da obtenção dos serviços a eles pertinentes.
Portal MAPFRE e Escritório MAPFRE Internet	<ul style="list-style-type: none"> — Oferecem ao cliente outra via de relacionamento com o Grupo, tanto na Espanha como em outros países, ainda que incluindo elementos diferenciadores de cada país para se adaptarem às particularidades do mercado e às diferentes redes de distribuição. Por meio do Escritório Internet, as apólices, os recibos e as operações realizadas podem ser consultados, bem como é possível notificar sinistros, mudar dados pessoais ou bancários, pedir cópia de documentos e verificar comunicações ou avisos de cobrança, entre outras ações.

MAPFRE e Seus Fornecedores

TIPOLOGIA	NÚMERO DE FORNECEDORES		
	Seguro Direto Espanha	Seguro Direto Internacional	Negócios Globais
Bens e serviços de caráter geral	2.088	10.221	319
Bens e serviços específicos	15.459	74.165	89.051
Bens e serviços tecnológicos	160	1.465	50

Alcance: Grupo MAPFRE.

Y

L



Ⓜ

Y

à



TM

Ⓜ

Y

w

I



MAPFRE
SEGUROS

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2010

Y

Ø

Ⓜ

Ⓜ

Ⓜ



7

8

6

1

Ⓜ

Ⓜ

F

o

Ⓜ

Ⓜ

w

Ⓜ

↑



o

Ⓜ

x

F

Ⓜ

Ⓜ

*

k

Ⓜ

Ⓜ



Ⓜ

Y

I



P

z

Ⓜ

Ⓜ

Ⓜ

I

Y

*



ℓ

Ⓜ

Ⓜ

Ⓜ

Ⓜ

λλ

Ⓜ

λλ

Ⓜ

Ⓜ

Ⓜ

Conteúdos

1. Mensagem da Administração	4
2. Informação Geral	7
2.1. MAPFRE no Mundo	7
2.2. MAPFRE no Brasil	9
2.3. Missão, Visão e Princípios Empresariais e Institucionais	10
2.4. Governança Corporativa	12
2.5. MAPFRE e Banco do Brasil – Uma Parceria para o Futuro	14
2.6. MAPFRE Serviços Financeiros – Atuação Direta e Independente	15
3. Dimensão Econômica	17
3.1. Estratégia	17
3.2. Perspectivas	17
3.3. Desempenho Operacional	18
3.4. Desempenho Econômico-Financeiro	22
3.5. Ativos Intangíveis	26
4. MAPFRE e Desenvolvimento Sustentável	31
4.1. Política de Responsabilidade Social	31
4.2. Modelo de Gestão da Sustentabilidade	33
4.3. Partes Interessadas: Mapa da Sustentabilidade	34
4.4. Atuação Ética e Socialmente Responsável	36
4.5. Gestão de Riscos	36
4.6. Sobre o Relatório	37
4.7. Prêmios e Reconhecimentos	38



5. Dimensão Social 41

5.1. MAPFRE e Seus Colaboradores	41
5.2. MAPFRE e Seus Clientes	44
5.3. MAPFRE e Seus Corretores e Parceiros de Negócio	45
5.4. MAPFRE e Seus Fornecedores	45
5.5. MAPFRE na Comunidade	46
5.6. MAPFRE na Sociedade	46

Dimensão Ambiental 49

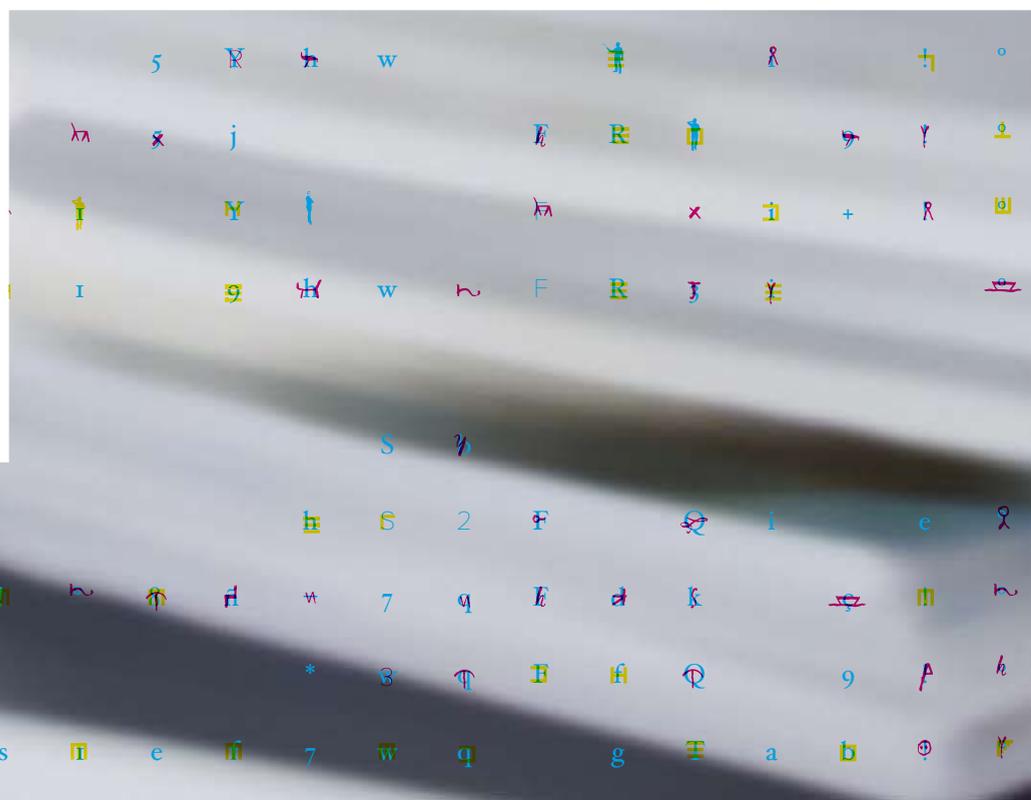
6.1. MAPFRE e o Meio Ambiente	49
6.2. Política Ambiental e Energética	50

Informações Complementares 53

7.1. Principais Associações	53
7.2. Índice de Indicadores GRI e Princípios do Pacto Global	56
7.3. Nível de Aplicação dos Indicadores GRI V3	60
7.4. Informe de Verificação Externa e Auditoria	61
7.5. Glossários	66
7.6. Informações Corporativas	68
7.7. Contatos	70
7.8. Créditos	70

FUNDACIÓN MAPFRE 73

1. INTRODUÇÃO	73
2. FUNDACIÓN MAPFRE	75



Mensagem da Administração

Prezado Leitor

Para a MAPFRE, 2010 foi um ano de avanços e conquistas. Em linha com a visão de futuro da Companhia, demos um passo importante para ampliar e fortalecer nossa atuação nacional e multicanal.

Mais do que o principal acontecimento do ano, acreditamos que o acordo de parceria firmado com o Banco do Brasil para a comercialização de produtos de seguros nos segmentos de pessoas e ramos elementares talvez tenha sido um dos fatos mais importantes da trajetória da MAPFRE na América. Com essa operação, ampliamos nossa capilaridade, garantindo ao mesmo tempo a complementaridade de canais, que será potencializada com estruturas de distribuição independentes e atuação especializada.

Nossa expectativa é de que essa multiplicidade da rede proporcione maior escala e melhores negociações com os prestadores de serviços. Durante o ano, enquanto aguardávamos a aprovação do acordo de parceria pelos órgãos competentes (CADE e SUSEP), formamos um comitê de transição, o COMET, que trabalhou de forma integrada, identificando sinergias e mantendo, ao mesmo tempo, o alinhamento estratégico de todas as estruturas da MAPFRE nesse período.

Além dessa importante operação, 2010 também foi um ano de superação e resultados positivos para a MAPFRE. Nossa receita totalizou R\$ 4,7 bilhões em prêmios e contribuições, um crescimento de 7,1% em relação a 2009, mesmo diante da descontinuidade das operações de MAPFRE Nossa Caixa, cujas vendas passaram a ser operacionalizadas pelo Banco do Brasil em boa parte do ano de 2010.



Nosso desempenho foi impulsionado, principalmente, pelo crescimento acima de 16% registrado pelas carteiras de automóvel e ramos elementares, em relação a 2009. Outros aspectos importantes para os resultados alcançados pela MAPFRE foram a expansão no número de distribuidores, com a inclusão de 840 novos corretores em 2010, e o aumento da produtividade média das corretoras atuais.

Avançamos ainda na qualidade da prestação de serviços a nossos clientes. O programa LUC (Leste Único Compartilhado), implantado em 2009 com esse objetivo, nos permitiu registrar resultados significativos: reduzimos o prazo médio para a emissão de apólices e melhoramos o tempo médio de atendimento ao segurado.

Este ano também foi importante pelo reconhecimento que conquistamos em relação a nossa gestão estratégica, que é fundamentada na utilização da ferramenta *Balanced Scorecard* (BSC). A MAPFRE recebeu o prêmio *Hall of Fame for Executing Strategy* 2010, concedido anualmente pelos criadores da metodologia BSC, e hoje somos uma das oito empresas no Brasil contempladas com essa premiação. O BSC permite mensurar inúmeros tipos de informação que são essenciais no planejamento de uma empresa, o que tem sido fundamental para o desenvolvimento diferenciado da MAPFRE ao longo dos últimos anos em um mercado tão competitivo.

A preocupação com a qualidade de vida e o bem-estar de nossos colaboradores também faz parte do posicionamento da MAPFRE, que incentiva a participação de seus profissionais na sustentabilidade do negócio e da Sociedade. Como resultado dos investimentos realizados em benefício de nossa cultura organizacional e de nossa equipe, nos classificamos, pela segunda vez, entre as 100 Melhores Empresas para Trabalhar no País, segundo o *Great Place to Work* Institute Brasil, conquistando o 19º lugar no *ranking*.

Na MAPFRE, acreditamos que o diálogo e a geração de valor com todos os públicos de interesse são fatores fundamentais para garantir a sustentabilidade do negócio. Por isso, pautamos nossa atuação buscando sempre o equilíbrio econômico, social e ambiental. **(GRI 1.1)**

Pelo quinto ano consecutivo, divulgamos nossos resultados em linha com as diretrizes internacionais da GRI (Global Reporting Initiative), cujo conteúdo foi submetido à verificação externa. Além disso, mantemos nosso compromisso com o Pacto Global, uma iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) de engajamento do setor privado na condução de seus negócios por meio de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. **(GRI 3.13)**

Manteremos nossa busca por excelência operacional e, em 2011, daremos foco à consolidação da parceria com o Banco do Brasil. Em 2010 nos tornamos maiores e em 2011 trabalharemos para sermos muito melhores do que já somos. Agradecemos a nossos acionistas, clientes e fornecedores pela confiança e apoio e, em especial, a nossos colaboradores pela contribuição e determinação dedicadas.

A ADMINISTRAÇÃO



2

Informação Geral

2.1. MAPFRE no Mundo

A MAPFRE (Mutualidad de la Agrupación de Proprietários de Fincas Rústicas de España) nasceu, há 77 anos, da união de um grupo de proprietários de pequenas áreas agrícolas com o objetivo de prestar assistência a trabalhadores acidentados. Hoje, mantém participação expressiva nos segmentos de seguros, resseguros, financeiro e de serviços em diversos países.

Ocupa posição de destaque em toda a Europa e na América Latina, onde é líder em volume de recursos, e mantém presença física em 21 países da América. Com sede localizada na Espanha, onde se evidencia como líder do mercado segurador, o Grupo MAPFRE destaca-se com um dos mais altos padrões pela Standard & Poor's (AA Very Strong).

A atuação do Grupo MAPFRE está focada em seu objetivo principal: o desenvolvimento de soluções que garantam mais qualidade de vida a seus clientes em todo o mundo. Em linha com seus princípios institucionais de globalidade da oferta, vocação multinacional, especialização e descentralização, o Grupo iniciou sua expansão internacional em 1984 e hoje atua em 43 países.

IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO E DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA	2006	2007	2008	2009	2010
Número de países com presença	39	43	45	43	43
Número de empregados	28.006	30.615	34.603	35.225	36.744
Espanha	15.725	16.671	16.838	17.153	16.680
Outros países	12.281	13.944	17.765	18.072	20.064
Número de escritórios	4.712	5.458	5.789	5.806	5.351
Espanha	2.910	3.090	3.243	3.278	3.226
América - Seguro Direto	1.665	1.890	2.002	1.980	1.972
Outros países	137	478	544	548	153
Distribuição territorial do negócio por prêmios					
Espanha	65%	64%	55%	49%	41%
América - Seguro Direto	22%	24%	24%	26%	28%
Outros países	13%	12%	21%	25%	31%

MAPA DO CLIENTE-SEGURADO DA MAPFRE

NEGÓCIO DE AUTOMÓVEIS**	Mais de 8,8 milhões de automóveis segurados	Quase 8,2 milhões de clientes
NEGÓCIO DE RESIDÊNCIA**	Mais de 4 milhões de lares segurados	Mais de 3,4 milhões de clientes
NEGÓCIO DE VIDA E INVESTIMENTO**	Mais de 17,9 milhões de apólices	Mais de 950 mil participantes em fundos de investimento e planos de pensão
NEGÓCIO DE SAÚDE**	Mais de 761 mil apólices de saúde	Quase 1,7 milhão de pessoas com seguro de saúde
NEGÓCIO DE ASSISTÊNCIA**	Cerca de 77 milhões de segurados	Quase 177 milhões de beneficiários
NEGÓCIO DE EMPRESAS**	Mais de 516 milempresas seguradas	Quase 690 mil apólices
NEGÓCIO DE GLOBAL RISKS**	Mais de 3 mil empresas seguradas	Mais de 6.600 apólices
NEGÓCIO DE CAUÇÃO E CRÉDITO*	4.370 empresas seguradas	2.200 apólices
NEGÓCIO DE RESSEGURO**	1.700 companhias cedentes de 104 países	

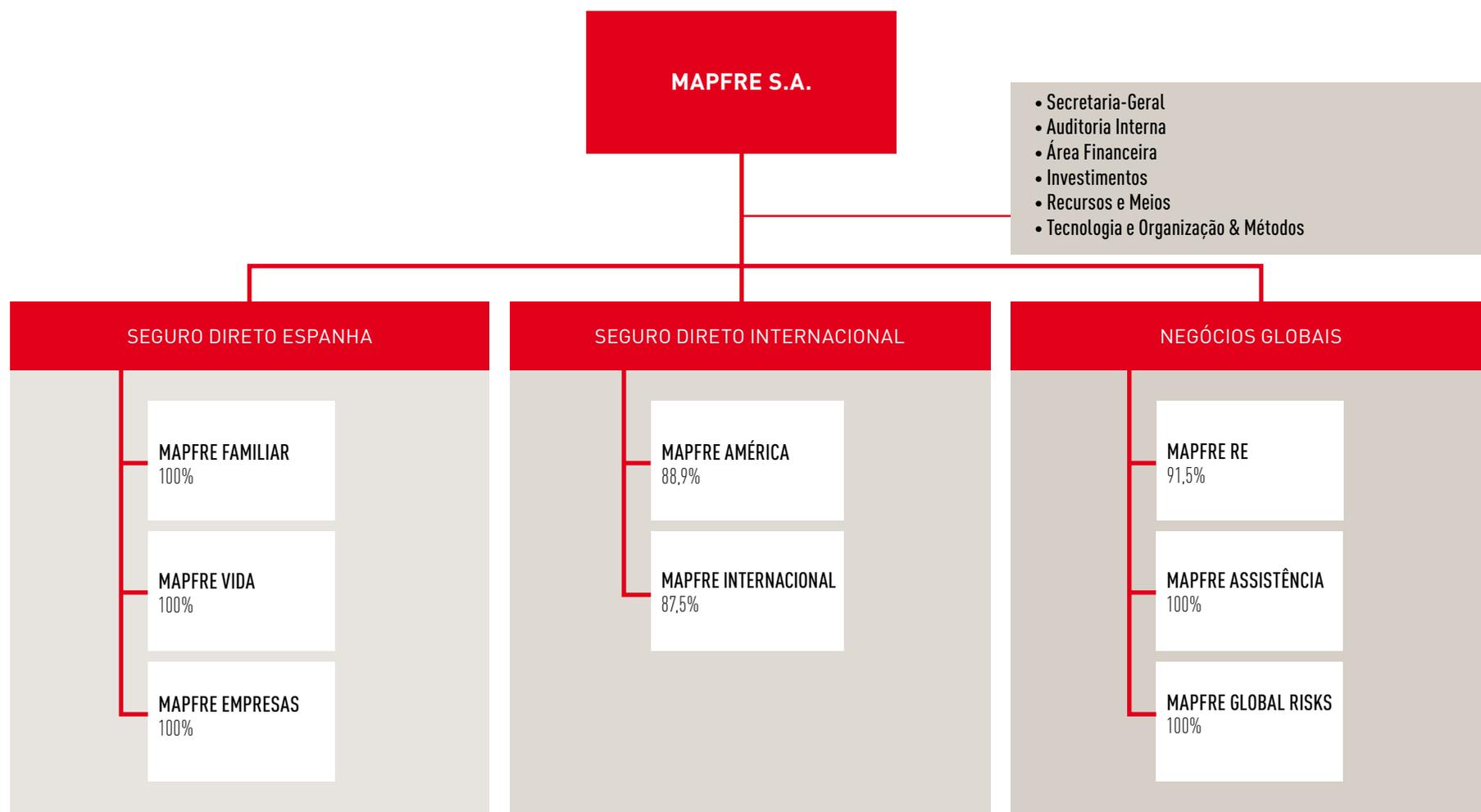
* ESPANHA / ** ESPANHA E INTERNACIONAL

Entre as conquistas da MAPFRE pelo mundo em 2010, destacam-se:

— Inclusão no rol de empresas que participam do índice Dow Jones Sustainability (DJSI), reconhecimento máximo em política socialmente responsável das empresas e instituições, que simboliza o respaldo internacional à Política de Responsabilidade Social da MAPFRE. Por fazer parte desse indicador, o Grupo será submetido a avaliações contínuas para confirmar se sua forma de atuação é coerente com os princípios e as políticas que regem sua atividade.

— Eleita, pelo quinto ano consecutivo, como a Melhor Companhia de Seguro Direto da América Latina, pela revista *Reactions*, do Grupo Euromoney.

— Conquista de 37 posições no *ranking* das 500 maiores empresas do mundo elaborado e publicado pela revista americana *Fortune*, passando do 394º para o 357º lugar.



2.2. MAPFRE no Brasil

Em 1992, a MAPFRE iniciou sua participação no segmento brasileiro de seguros ao adquirir a Vera Cruz Seguradora S.A. A sinergia na integração dos valores e das culturas de ambas as empresas foi essencial para o crescimento do Grupo, que hoje se destaca como um dos mais importantes do mercado brasileiro de seguros, ocupando a 8ª posição no *ranking* nacional de seguros (excluindo saúde e capitalização) e o 5º lugar no *ranking* nacional do mercado sem produtos de acumulação (PGBL, VGBL e produtos tradicionais de previdência complementar). **(GRI 2.1, 2.8)**

Com sede administrativa em São Paulo e presença em todos os Estados brasileiros, a MAPFRE destaca-se por adotar uma atuação regionalizada com seus clientes e corretores, priorizando o conhecimento das necessidades dos diferentes perfis e culturas do País. **(GRI 2.4, 2.5)**

Em maio de 2010, a MAPFRE deu mais um passo decisivo para garantir diferenciação e participação no mercado segurador, com o acordo de parceria firmado com o Banco do Brasil. A expectativa é de que as duas empresas atuem conjuntamente no desenvolvimento e na comercialização de produtos de seguros nos segmentos de pessoas e ramos elementares, incluindo habitacional, agrícola e veículos. **(GRI 2.9)**

O ano também foi marcado pela conquista de resultados significativos: o volume de prêmios e contribuições totalizou R\$ 4,7 bilhões (+7,1% em relação a 2009), com lucro antes de impostos e participações de R\$ 522,1 milhões, um salto de 43,3% em relação ao mesmo período de 2009. **(GRI 2.8)**

Com uma estrutura de negócios unificada – formada por unidades de atendimento, unidades comerciais, unidades de negócio, *back-office* e demais empresas –, a MAPFRE possui 124 sucursais e oferece mais de 80 soluções personalizadas em seguros, assistência, atividades financeiras e serviços, em sete segmentos de mercado: automóvel, vida e previdência, ramos elementares, garantias e crédito, produtos financeiros, capitalização e consórcio. **(GRI 2.3, 2.7)**

Sob a marca MAPFRE Seguros, conta com uma linha diversificada de produtos, entre eles: MAPFRE Automais, MAPFRE Automais Gold, MAPFRE Automais Frota, MAPFRE Duas Rodas, MAPFRE Duas Rodas Special, MAPFRE Residencial Multiflex, MAPFRE Aluguel Premiado, MAPFRE Aeronáutico, MAPFRE Náutico, MAPFRE Vida Você Multiflex, MAPFRE Vida Você Mulher, MAPFRE Vida Empresa, MAPFRE Previdência, MAPFRE Vida Você Special. **(GRI 2.2)**

No Brasil, é representada pelas seguintes empresas, que são divididas em sociedades anônimas (para as seguradoras e a DTVM ligadas ao Grupo), sociedades limitadas (não seguradoras) e uma fundação: **(GRI 2.6)**

– MAPFRE Vera Cruz Seguradora S.A. – especializada em ramos elementares;

– MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência S.A. – especializada em riscos pessoais e benefícios;

– MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S.A. – especializada em seguro garantia e seguro de crédito comercial;

– MAPFRE Seguradora de Crédito à Exportação S.A. – especializada em seguro de crédito comercial e riscos políticos para exportações brasileiras;

– MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A. – especializada na gestão de recursos financeiros;

– Brasil Assistência S.A. – operadora de assistência 24 horas;

– FUNDACIÓN MAPFRE – contribui com práticas de interesse geral para a Sociedade;

– MAPFRE RE Assessoria Ltda. – especializada em assessoria de resseguros*;

– ITSEMAP do Brasil Serviços Tecnológicos MAPFRE Ltda.*;

– Cesvi Brasil Centro de Experimentação e Segurança Viária Ltda.;

– Vera Cruz Consultoria Técnica e Administração de Fundos Ltda. – prestação de serviços e investimentos imobiliários;

– Detectar Desenvolvimento de Técnicas para Transferência e Administração de Riscos Ltda. – prestação de serviços e investimentos imobiliários;

– MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência S.A. – especializada em seguros de pessoas e planos de previdência;

– MAPFRE Capitalização S.A.;

– Mares MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S.A.;

– Vida Seguradora S.A.;

– Clube MAPFRE do Brasil Ltda.;

– GVH Participações e Empreendimentos S.A.;

– MAPFRE Participações Ltda.;

– MAPFRE Brasil Participações S.A.;

– MAPFRE Assistência S.A.;

– MAPFRE BB SH2 Participações S.A.;

– BB MAPFRE SH1 Participações S.A.

*Empresas com administração independente da MAPFRE Brasil.

2.3. Missão, Visão e Princípios Empresariais e Institucionais

Missão

O Grupo MAPFRE tem como missão principal prover, com excelência, soluções em seguros, produtos financeiros e serviços para preservar a estabilidade socioeconômica pessoal, familiar e empresarial de seus clientes. **(GRI 4.8)**

Visão de Futuro

Superaremos as expectativas de nossos clientes com produtos inovadores, processos e serviços de alta qualidade, preços justos, atendimento eficaz e personalizado e credibilidade.

Ampliaremos e fortaleceremos os resultados mútuos com nossos **corretores e parceiros de negócio**, difundindo nosso amplo portfólio de produtos, reforçando o relacionamento segmentado e mantendo atuação nacional e multicanal.

Nossos **colaboradores** manterão seu comprometimento com os valores e os princípios da MAPFRE. Continuaremos incentivando atitudes positivas que gerem clima de coesão, confiança, motivação, bem-estar e aumento da qualificação profissional, proporcionando capacitação, remuneração fundamentada em desempenho, reconhecimento e estímulo a uma cultura de alta performance.

Forneceremos notícias, publicidade e informações de forma criteriosa, transparente e ágil. Difundiremos a cultura da prevenção, da qualidade de vida e da responsabilidade social, de modo a despertar o interesse dos **veículos de comunicação** para esses aspectos de nossa ação empresarial, e contribuiremos, dessa maneira, para a formação da cultura de seguros e previdência.

No relacionamento com as **autoridades** dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, pautaremos nossa atuação pelo cumprimento das leis e normas e pela conduta ética e pontual.

Participaremos efetivamente das diversas **associações de classe**, de forma a permitir representatividade eficaz de nosso Grupo, absorvendo e disseminando conhecimentos, experiências e influenciando positivamente no desenvolvimento e na expansão das atividades securitárias e de previdência para a proteção de pessoas e bens.

Manteremos com os **resseguradores** parcerias duradouras e equitativas, no esforço de alcançarmos objetivos comuns que gerem crescimento e lucro sustentável.

Operaremos sempre com **fornecedores** de comprovada capacidade técnica, comprometidos com a satisfação de nossos clientes e que garantam a qualidade de serviços, o cumprimento dos prazos e preços justos.

Manteremos nosso compromisso de responsabilidade social para com a

comunidade, gerando empregos diretos e indiretos, promovendo a conscientização da prevenção de riscos, estimulando os colaboradores para o trabalho voluntário e dedicando esforços para ações sociais, culturais e educativas.

Todas essas ações e esforços visam assegurar as condições para que a **Empresa** supere os objetivos traçados por seus acionistas na busca do crescimento sustentado, da adequada lucratividade, da criação de valor econômico e do reconhecimento de nossas marcas. **(GRI 4.8)**

Princípios Empresariais

A atuação conjunta do Grupo MAPFRE e a gestão das empresas que o integram devem ser adequadas aos seguintes princípios:

- **Crescimento Empresarial e Patrimonial** – o desenvolvimento das atividades empresariais acarreta como objetivo necessário o maior incremento possível de sua dimensão e de seu valor econômico, em benefício de todos os seus acionistas e das possibilidades de promoção e progresso pessoal de quem participa ou colabora nas referidas atividades. Isso significa que: **(GRI 4.8)**
 - a. o planejamento das empresas que integram o Grupo MAPFRE deve ser centralizado na obtenção de benefícios regulares e em sua otimização a longo prazo;
 - b. a adoção de novos projetos de investimento deve basear-se na obtenção de um rendimento adequado em relação a seu custo de capital;
 - c. os recursos excedentes que não sejam necessários para novos projetos de investimento, ou para manter a solidez financeira do Grupo, devem reverter aos acionistas para que obtenham uma rentabilidade adequada a seu investimento.

A criação de valor não deve ser baseada na realização de operações especulativas, mas no esforço, na eficácia, no dinamismo e no aproveitamento adequado dos meios que o progresso tecnológico proporciona para melhorar de maneira permanente a gestão social; e deve ser conseguido respeitando-se as exigências derivadas dos demais princípios institucionais definidos neste Código, em especial o de atuação ética.

— **Globalidade e Inovação Permanente na Oferta**, com o objetivo de oferecer aos clientes uma gama completa de produtos e serviços para a prevenção e a cobertura de seus riscos, e de suas necessidades de poupança e previdência pessoal e familiar.

— **Vocação Multinacional** para conseguir um desenvolvimento contínuo e aumento da dimensão empresarial do Grupo, contribuindo ao mesmo tempo para o progresso econômico e social de outros países, mediante sua implantação em empresas cuja gestão seja baseada nos princípios institucionais e empresariais da MAPFRE.

— **Atuação Coordenada** na definição de objetivos e no desenvolvimento de políticas de atuação comuns, sob a supervisão dos órgãos de governo da MAPFRE.

respeito recíproco e por valores humanos como tolerância, cordialidade e solidariedade, de maneira que sua atividade seja desenvolvida em um clima interno de coesão, confiança e entusiasmo.

— **Rigorosa Separação entre as Atividades Empresariais do Grupo MAPFRE**, cujo objetivo é a criação de valor para todos os seus acionistas, e as atividades da FUNDACIÓN MAPFRE, cujos objetivos são de interesse geral e de caráter social e devem ser desenvolvidos sem ânimo de lucro. Isso significa:

a. estrita separação patrimonial e econômica entre o Grupo MAPFRE e a FUNDACIÓN MAPFRE e as entidades diretamente a ela vinculadas;

b. que a gestão das atividades empresariais seja realizada exclusivamente pelos órgãos de governo da MAPFRE, e a gestão das atividades da FUNDACIÓN MAPFRE exclusivamente pelos órgãos de administração e diretoria da FUNDACIÓN MAPFRE. Como consequência, a intervenção dos órgãos de governo da FUNDACIÓN na gestão do Grupo MAPFRE estará limitada a:

— exercer os direitos que correspondem à FUNDACIÓN em sua qualidade de acionista majoritária, em conformidade com a lei, os estatutos sociais e as normas do presente Código;

— zelar pelo bom governo do conjunto do Grupo MAPFRE.

2.4. Governança Corporativa

A atuação da MAPFRE é pautada por critérios de transparência, ética e respeito no relacionamento com todos os seus *stakeholders*. A Empresa sempre investiu na adoção de boas práticas de governança corporativa e de mecanismos de controle exigidos das empresas de capital aberto.

Todos os níveis hierárquicos estão envolvidos com os princípios de responsabilidade social corporativa, que permeiam o negócio e a estrutura de governança. A Empresa, que desde 2004, conta com um sistema de gerenciamento de desempenho, incorpora critérios de desempenho social e ambiental nas metas de seus colaboradores. [\(GRI 4.10, LA14\)](#)

As diretrizes de governança seguem o Código de Bom Governo, concebido e disseminado pela controladora espanhola a todas as suas operações em diferentes países. No Brasil, a MAPFRE distribui a todos os colaboradores o Código de Conduta, que é um manual de orientação para evitar conflitos de interesse e disseminar uma cultura interna que privilegia a ética em todos os processos. Também conta com uma Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes e Preservação de Sigilo. [\(GRI 4.6, 4.8\)](#)

Graças à ação de uma área de Controle Interno, associada a uma Auditoria Interna isenta e independente, a MAPFRE garante o princípio da precaução nos processos de gestão de riscos operacionais, nas atividades de controle, no mecanismo de comunicação com o público interno, no contínuo desenvolvimento de um ambiente de controle e no monitoramento periódico e sistemático da qualidade e da conformidade de cada um desses elementos. [\(GRI 4.11\)](#)

Modelo de Governança Corporativa MAPFRE

Na MAPFRE, o conhecimento, a gestão e o processo decisório são compartilhados, de forma que as decisões estratégicas são sempre colegiadas. O modelo de governança corporativa é dividido em duas estruturas interdependentes: a estrutura colegiada tem enfoque mais estratégico e a estrutura funcional um viés tático. O elo entre ambas é coordenado pelo Conselho de Administração e pela Diretoria. [\(GRI 4.1\)](#)

O Conselho de Administração é o órgão máximo de direção da MAPFRE e o Comitê de Direção Estratégica o órgão de interface entre o Conselho e os demais órgãos de administração. Cada unidade de negócio, inclusive a de atividades funcionais, conta com um comitê executivo próprio, que define sua estratégia de negócio, sob aprovação do Conselho de Administração e do Comitê de Direção Estratégica. [\(GRI 4.2\)](#)

A MAPFRE conta também com uma Diretoria de Auditoria Interna e de Controles Internos que, para garantir a independência de suas funções, não tem constituição estatutária e reporta-se ao Conselho de Administração, ao Comitê de Auditoria e à Direção Geral de Auditoria do Grupo MAPFRE, na Espanha. Cabe à Auditoria Interna avaliar o cumprimento do Código de Bom Governo, válido para todas as entidades MAPFRE no mundo, e do Código de Conduta e Bons Costumes, estabelecido para orientar o comportamento dos colaboradores da MAPFRE Brasil. [\(GRI 4.9\)](#)

Conselho de Administração

A MAPFRE mantém um Conselho de Administração, mesmo sendo uma sociedade por ações de capital fechado no Brasil. Principal órgão da estrutura colegiada, o Conselho é composto por oito membros, sendo seis conselheiros externos e dois internos, com prazo de mandato de três anos, sendo permitida a reeleição. Um é o colaborador com mais tempo de casa, com menos de 60 anos de idade, e o outro é o presidente da Diretoria. **(GRI 4.1, 4.2, 4.3)**

De acordo com o fórum central de decisão e definição da orientação geral dos negócios, nenhuma decisão que mude o planejamento estratégico do Grupo pode ser tomada pelas unidades de negócio sem a anuência do Conselho de Administração. As reuniões são bimestrais ou quando há convocação do presidente ou de qualquer conselheiro. Em 2010, foram promovidas seis reuniões. **(GRI 4.9)**

Diretoria

A Diretoria da MAPFRE é formada por um diretor presidente, cinco diretores vice-presidentes e cinco diretores sem designação especial. Entre suas principais atribuições estão promover harmonia nas atividades das unidades de negócio, garantir a aplicação em nível máximo dos princípios do Grupo e coordenar as atribuições dos comitês executivos.

As questões legais e institucionais com os acionistas na Espanha são submetidas e transmitidas ao Conselho de Administração e à Diretoria pela Secretaria-Geral, ocupada e exercida pelo diretor jurídico.

Comitês

O modelo de governança adotado pela MAPFRE também prioriza a eficiência administrativa e a profissionalização de seus gestores. Nessa estrutura, os comitês, cujas reuniões são realizadas mensalmente, têm papel fundamental na integração entre o Conselho de Administração e a Diretoria. **(GRI 4.4)**

— Comitê de Direção Estratégica

Formado por nove membros, com reporte direto ao Conselho de Administração, tem por objetivo alinhar as decisões do Conselho e as orientações dos acionistas com as atividades das unidades de negócio, que enviam relatórios mensais sobre seu desenvolvimento. **(GRI 4.7)**

— Comitês Executivos

Com funções semelhantes às do Comitê de Direção Estratégica, abrangem somente as respectivas unidades de negócio e são presididos pelos responsáveis máximos de cada unidade, que se reportam ao Comitê de Direção Estratégica.

— Comitês Funcionais

Estratégia Financeira – formado por membros internos e externos, é vinculado ao diretor vice-presidente de Tecnologia, Finanças e Administração.

Recursos Humanos – vinculado ao diretor presidente.

Estratégia de Canais – vinculado ao diretor presidente.

— Comitê de Auditoria

É formado por três membros, todos externos e com perfil diferenciado, com especialidades nas áreas de finanças, previdência, contabilidade de seguros, ciências atuariais e governança corporativa, os quais se reportam diretamente ao Conselho de Administração. **(GRI 4.7)**

MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência

Em razão da participação conjunta que tem na MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência, a MAPFRE mantém um acordo de acionistas com o Banco do Brasil (que incorporou o Banco Nossa Caixa em 2010), no qual a MAPFRE Vera Cruz Seguradora, por meio de sua controlada – a MAPFRE Participações Ltda. –, detém 51% do capital votante e o Banco do Brasil detém 49%.

O acordo de acionistas prevê:

- políticas de participação acionária e ações;
- política de investimentos na Companhia;
- forma e funcionamento das assembleias gerais, do Conselho de Administração, da Diretoria e do Conselho Fiscal;
- opção de compra e venda de ações;
- acordo de não concorrência;
- acordo de confidencialidade;
- política de distribuição de resultados.

Conselho Fiscal

Em atendimento ao acordo de acionistas, o Conselho Fiscal é mantido apenas na MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência. De caráter permanente, é formado por três conselheiros, eleitos para mandato de um ano. Compete ao órgão fiscalizar os atos dos administradores e verificar o cumprimento de seus deveres legais e estatutários; opinar sobre o relatório anual da Administração; analisar os balancetes e demais demonstrações financeiras elaboradas periodicamente pela Companhia; e examinar e opinar sobre as demonstrações financeiras do exercício social. Em 2010, o Conselho Fiscal reuniu-se 12 vezes. **(GRI 4.1)**

2.5. MAPFRE e Banco do Brasil – Uma Parceria para o Futuro

Uma nova seguradora para um novo país. A associação entre a MAPFRE Seguros e o Banco do Brasil marca um novo capítulo no mercado brasileiro de seguros, a partir da união de um dos mais importantes grupos seguradores do mundo com o maior banco do País.

O resultado dessa parceria é uma empresa preparada para o futuro, com capacidade para aproveitar as perspectivas de crescimento. Uma companhia que nasce a partir de um objetivo comum: a liderança no mercado de seguros.

Formado por empresas com posição de destaque no setor, o desafio do novo grupo segurador é manter e potencializar o sucesso já conquistado pela MAPFRE e o Banco do Brasil. A estimativa é de que esta aliança estratégica resulte na maior empresa de seguros da América Latina, líder no segmento de pessoas, com prêmios da ordem de R\$ 8,5 bilhões, mais de 4 mil colaboradores e 20 milhões de segurados.

O Caminho da Associação

Maio de 2005 – A MAPFRE e o Banco Nossa Caixa selam parceria para venda de seguros de vida e previdência nas agências do banco por um prazo de 20 anos.

Maio de 2008 – O Banco do Brasil e a Nossa Caixa anunciam o início das negociações para a transferência do controle acionário.

Janeiro a outubro de 2009 – Diante do sucesso da parceria com a Nossa Caixa, a MAPFRE vislumbra uma oportunidade de negócio e, junto com outros concorrentes, participa de um processo competitivo em busca da parceria com o Banco do Brasil.

Outubro de 2009 – A MAPFRE assina protocolo de intenções com o Banco do Brasil.

Maio de 2010 – É firmado o acordo de parceria entre a MAPFRE e o Banco do Brasil, que formam uma aliança estratégica para o desenvolvimento e a comercialização, no Brasil, de produtos de seguros nos segmentos de pessoas e ramos elementares, incluindo habitacional, agrícola e veículos.

Negócios Complementares

Pelo acordo, que tem prazo de 20 anos, foram criadas duas sociedades *holdings* (SHs):

- BB MAPFRE SH1 Participações S.A., com foco nos segmentos de pessoas, imobiliário e agrícola;
- MAPFRE BB SH2 Participações S.A., que desenvolverá atividades relacionadas a operações de seguros nos ramos elementares, incluindo veículos, industriais, seguros gerais e canais *affinity* (vida e ramos elementares).

Um dos principais destaques da parceria é a complementaridade de canais. A MAPFRE, que se destaca por sua ampla rede de distribuição, ampliará sua atuação no canal bancário, o que garante complementaridade ao negócio. Ao mesmo tempo, o conhecimento de canais bancários e a solidez da marca Banco do Brasil serão potencializados pela experiência internacional e pela tradição em operações com corretores e canais de afinidade da MAPFRE.

Na prática, a complementaridade de canais será potencializada com estruturas de distribuição independentes e atuação especializada nos diversos canais. Essa multiplicidade da rede proporcionará maior escala, garantindo melhores negociações com os prestadores de serviços e, conseqüentemente, custos menores ao segurado, com ganhos de qualidade e com a racionalização dos processos e melhorias tecnológicas.

As marcas MAPFRE e Banco do Brasil serão preservadas em seus canais de atuação.

Benefícios

Para os acionistas:

- mais resultados;
- maior exposição da marca;
- mais solidez;
- maior participação no mercado;
- mais dividendos.

Para os clientes:

- maior proximidade;
- mais serviços;
- mais produtos.

Para os colaboradores:

- maiores desafios;
- mais oportunidades;
- maiores conquistas.

2.6. MAPFRE Serviços Financeiros – Atuação Direta e Independente

Para os negócios que não integram o acordo de parceria com o Banco do Brasil, o Grupo MAPFRE manterá atuação direta e independente, com o objetivo de ampliar sua participação e atividades nos segmentos de previdência privada, gestão de recursos financeiros, capitalização, administração de consórcios, prestação de serviços técnicos na área de seguros e investimentos imobiliários. A este conjunto de atividades desenvolvidas por diversas empresas será mantida uma estrutura de governança corporativa, gestão administrativa, financeira e operacional independente, denominada MAPFRE Serviços Financeiros.

As atividades de resseguro, serviços de assistência e pesquisas no segmento automotivo também não fazem parte da associação com o Banco do Brasil. A expectativa para esses negócios é manter a trajetória de desenvolvimento observada nos últimos anos, aproveitando-se da capilaridade da rede de distribuição da MAPFRE com corretores, distribuidores e parceiros de negócio e da sinergia de *back-office* dessas atividades.

Os princípios de governança corporativa e de desenvolvimento sustentável serão mantidos e incentivados, contando com o apoio e ações da FUNDACIÓN MAPFRE no Brasil.

3

Dimensão Econômica

3.1. Estratégia

O planejamento estratégico da MAPFRE é baseado em cinco pilares principais: MOBILIZAR, TRANSFORMAR, MOTIVAR, ALINHAR e TRADUZIR.



A mobilização acontece por meio da liderança executiva, que é responsável por disseminar o planejamento, contribuindo para manter o processo sempre ativo na Organização. Para transformar a estratégia em processo contínuo são promovidas reuniões periódicas com foco na atualização do planejamento estratégico. A motivação se dá com ações de disseminação e capacitação, como cursos *e-learning*, além de mecanismos de incentivo e recompensas na remuneração. Assim, a consciência estratégica é desenvolvida e encarada como tarefa de todos.

Para alinhar a Organização com a estratégia, foi criado o Escritório de Gestão Estratégica, focado na definição dos fundamentos e no monitoramento diário das atividades. Além disso, o escritório promove uma reunião anual com gestores de todo o País para discutir a estratégia e sua aplicação. Com esse sistema de gerenciamento de desempenho, a tática atinge todos os níveis da Empresa.

E para traduzir a estratégia em termos operacionais foi criado um algoritmo, que é atualizado a cada ano e se desdobra para todo o Grupo em uma equação real e aplicável, que soma indicadores financeiros, de pessoas, de processos e de clientes. Sua disseminação é feita seguindo os princípios de gestão à vista, com a apresentação em locais diferentes da Empresa, a fim de mantê-lo vivo e incorporado aos processos cotidianos: nos cartões de visita, nos elevadores, nas áreas comuns e sempre que há oportunidade de sua comunicação.

A aplicação desses recursos e conceitos garante que qualquer colaborador da MAPFRE conheça a estratégia completa do Grupo e saiba exatamente como seu trabalho influencia na construção do resultado diário. Isso significa que todos são responsáveis pelo desenvolvimento contínuo de uma empresa sólida e de governança corporativa constante, o que se reverte em pessoas mais motivadas.

BSC

Para a construção do planejamento estratégico anual a MAPFRE utiliza, desde 2003, a metodologia *Balanced Scorecard* (BSC), como uma ferramenta de medição, gestão de desempenho e, principalmente, de disseminação da estratégia em todos os níveis da Empresa.

Em virtude desse posicionamento diferenciado, em 2010 a MAPFRE foi a primeira seguradora da América Latina a integrar o *Hall of Fame* do Palladium Group, por sua excelência em planejamento estratégico. O prêmio é concedido anualmente pelo Instituto de Robert S. Kaplan e David P. Norton, os criadores da metodologia BSC. Em dez anos de premiação, apenas oito grandes companhias brasileiras conquistaram esse reconhecimento.

O prêmio, que analisa o trabalho de grandes empresas das Américas, tem desdobramentos corporativos, sociais e acadêmicos. O *case* da MAPFRE Brasil terá ainda destaque na revista *Harvard Business Review*, publicação da Universidade de Harvard (EUA), e poderá servir de modelo para outras companhias que desejam aplicar a metodologia BSC.



Premiação do Hall of Fame do Palladium Group.

3.2. Perspectivas

O contexto econômico favorável de 2010 deve se repetir em 2011, com reflexo positivo no cenário nacional. As perspectivas em relação ao mercado são promissoras, principalmente em função dos investimentos em obras de infraestrutura relacionadas a grandes eventos, como Copa do Mundo, Olimpíadas, além do *boom* imobiliário e até mesmo dos programas governamentais.

Confiante na evolução do cenário brasileiro, a MAPFRE continuará focada na busca por seus principais objetivos estratégicos:

- buscar posição de liderança no mercado brasileiro nas linhas em que mantém atuação;



- ser referência no Brasil como uma organização sustentável e focada na responsabilidade empresarial;
- ser uma provedora global de produtos e serviços financeiros e deter uma rede potente de sucursais, delegadas e territoriais;
- aprimorar todos os processos que fazem parte do foco de atuação da MAPFRE Brasil;
- aperfeiçoar a qualidade do clima organizacional, de acordo com o fator Great Place to Work.

Em relação ao acordo de parceria com o Banco do Brasil, a previsão é iniciar, já em 2011, uma trajetória de crescimento, aproveitando a experiência e a especialização das redes comerciais da MAPFRE e do Banco do Brasil, maximizando as sinergias operacional e comercial das unidades de negócio e promovendo constantes melhorias nos níveis de serviços prestados aos clientes. Para as demais atividades não vinculadas à parceria com o Banco do Brasil, a MAPFRE envidará todos os esforços e recursos para garantir, com independência, a prestação de serviços de qualidade, com foco no cliente e diferenciais competitivos em produtos e tecnologia.

3.3. Desempenho Operacional

3.3.1. O Mercado Brasileiro de Seguros

Em 2010, o mercado brasileiro de seguros arrecadou R\$ 111,2 bilhões em prêmios e contribuições, um crescimento de 16,6% em comparação a 2009. Esse resultado foi impulsionado, principalmente, pelo desempenho do VGBL (Vida Gerador de Benefícios Livre), que registrou uma evolução de 21,8% sobre o mesmo período do ano anterior, encerrando 2010 com participação de 33,0% (R\$ 36,7 bilhões).

RAMOS	2010	PARTICIPAÇÃO NO MERCADO	2009	PARTICIPAÇÃO NO MERCADO	EVOLUÇÃO	EVOLUÇÃO EM R\$ MIL	EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO NO MERCADO
VGBL	36.704.259	33,01%	30.132.802	31,60%	21,81%	6.571.456	1,41%
Auto	22.785.400	20,49%	19.953.833	20,92%	14,19%	2.831.567	-0,43%
Vida	15.305.738	13,76%	13.304.848	13,95%	15,04%	2.000.890	-0,19%
Seguros gerais	13.458.284	12,10%	11.519.714	12,08%	16,83%	1.938.570	0,02%
Capitalização	11.780.949	10,59%	10.104.143	10,60%	16,60%	1.676.806	0,00%
PGBL	6.083.284	5,47%	5.201.848	5,45%	16,94%	881.435	0,02%
Previdência	3.260.340	2,93%	3.352.583	3,52%	-2,75%	-92.243	-0,58%
Garantia/crédito	1.133.347	1,02%	1.119.442	1,17%	1,24%	13.906	-0,15%
Demais	692.003	0,62%	675.662	0,71%	2,42%	16.341	-0,09%
SETOR	111.203.605	100,00%	95.364.876	100,00%	16,61%	15.838.729	0,00%

O segmento de automóvel ficou em segundo lugar no *ranking* geral, com participação de 20,5%. As vendas totalizaram R\$ 22,8 bilhões em 2010, sendo R\$ 19,9 bilhões em seguros de automóvel e R\$ 2,9 bilhões em DPVAT (Seguro Obrigatório de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre).

O terceiro maior faturamento do mercado foi conquistado pelos seguros de vida, cujas vendas somaram R\$ 15,3 bilhões no ano, um incremento de 15,0% em relação a 2009. Esse desempenho deve-se à mudança de cultura do segurado, que, diante da estabilidade econômica, passou a investir em garantias para sua família em caso de imprevistos, bem como ao crescimento das linhas de negócios relacionadas ao crédito interno, como os seguros prestamistas.

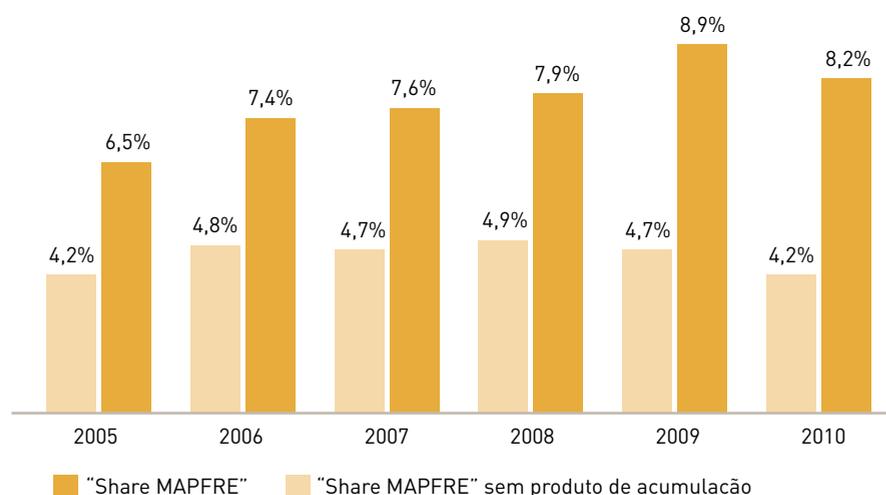
As vendas de seguros gerais (ramos elementares) totalizaram R\$ 13,4 bilhões em 2010, o que representa um crescimento de 16,8% sobre 2009.

Os produtos de acumulação (VGBL, PGBL e tradicionais) cresceram 19,07% em relação a 2009, encerrando 2010 com um montante de R\$ 46,0 bilhões (acumulado de janeiro a dezembro de 2010), sendo R\$ 36,7 bilhões em planos VGBL, R\$ 6,1 bilhões em PGBL (Plano Gerador de Benefícios Livres) e R\$ 3,3 bilhões em planos tradicionais.

O setor de garantias foi afetado pela redução nos prêmios de grandes obras públicas, que foram paralisadas principalmente no segundo semestre, em função das eleições. O ano também foi marcado pelo crescimento de uma nova modalidade muito operada pelas seguradoras, a garantia judicial, que foi uma das principais responsáveis pelo crescimento apresentado pelo setor em 2010.

3.3.2. MAPFRE – Desempenho em 2010

Em 2010, a MAPFRE consolidou sua posição no mercado como a 8ª maior seguradora do Brasil, com participação total de 4,2% no *ranking* nacional. Já no mercado brasileiro de seguros sem produtos de acumulação (PGBL, VGBL e produtos tradicionais), encerrou o ano com participação de 8,2%, o que garante à Empresa a 5ª posição no *ranking* do setor.



A MAPFRE ocupa posição de destaque nos diferentes ramos de seguro: 2ª posição no mercado de seguros gerais (9,1% de participação); 5ª colocação no mercado de vida (7,9% de participação); 4ª posição em seguros de automóvel (8,1% de participação) e no mercado de garantias e crédito (8,2% de participação).

Esse desempenho é resultado, principalmente, do posicionamento adotado pela Companhia, que direciona sua atuação para uma estratégia de multiprodutos e multicanais.

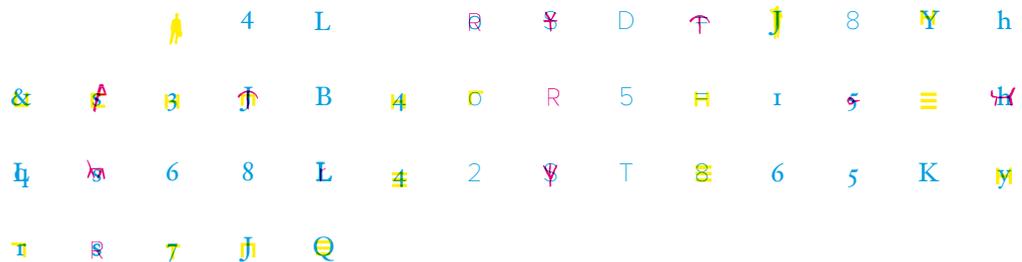
Os ramos de atuação da MAPFRE são agrupados da seguinte forma: **(GRI 2.2, 2.7)**

AUTOMÓVEL	<ul style="list-style-type: none"> – Auto – DPVAT
VIDA	<ul style="list-style-type: none"> – Acidentes Pessoais – Vida
PREVIDÊNCIA	<ul style="list-style-type: none"> – VGBL – Previdência – PGBL
RAMOS ELEMENTARES	<ul style="list-style-type: none"> – Riscos Industriais – Transportes – Aeronáutico – Rural – Hipotecário – Multiriscos – Garantia Estendida – Cascos Marítimos – Habitacional – Demais
GARANTIAS E CRÉDITO	<ul style="list-style-type: none"> – Seguro Garantia – Crédito à Exportação (Risco Político e Comercial) – Crédito Doméstico – Risco Comercial – Crédito Doméstico – Risco PF

3.3.3. Automóvel (GRI 2.2, 2.7)

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS – COM DPVAT (R\$ MILHÕES)				
2006	2007	2008	2009	2010
971,7	1.051,7	1.390,0	1.589,2	1.853,2

A performance da MAPFRE em 2010 no segmento de seguros de automóveis foi positiva, em linha com a tendência de crescimento verificada no mercado. A Companhia encerrou o ano com receita de R\$ 1,85 bilhão (incluindo DPVAT) em prêmios emitidos, um aumento de 16,6% em relação a 2009. Esse resultado destaca-se pela conquista na melhora de margem e por estar acima do orçamento anual previsto para 2010.



Durante o ano, foram lançados novos produtos, como o AutoMais Casa, que oferece assistência para residências nas apólices de seguro de automóveis, e um sistema de endosso para frotas de automóveis, que trouxe melhorias aos processos de cotação e emissão, reduzindo prazos e garantindo mais qualidade ao atendimento.

A Empresa também investiu na ampliação de centros automotivos denominados AutoMais, que envolve a oferta de serviços como *check-up*, vistoria de veículos sinistrados e liberação de carro-reserva nas sucursais. Durante o ano, esse conceito foi implantado em 20 sucursais (11 acima da meta prevista para o ano), totalizando 41 unidades.

Ciente de seu papel como agente disseminador de conceitos sustentáveis, a MAPFRE premiou os segurados cujos veículos foram aprovados na Inspeção Veicular Ambiental obrigatória (SP), devolvendo o dobro do valor da taxa de inspeção como crédito a ser abatido do valor do seguro.

MAPFRE e Banco do Brasil – Uma Parceria para o Futuro

No segmento de automóvel, a integração das operações da MAPFRE e do BANCO DO BRASIL vai resultar em uma frota inicial de 2,3 milhões de automóveis segurados. Como consequência, as operações serão estruturadas para garantir a qualidade no atendimento aos clientes, com economia de escala nos processos, ganho de sinergia e competitividade, que serão traduzidos em benefícios para os segurados.

3.3.4. Vida e Previdência (GRI 2.2, 2.7)

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS – CONSOLIDADO (R\$ MILHÕES)				
2006	2007	2008	2009	2010
1.112,2	1.377,0	1.501,5	1.691,9	1.489,8

A atuação da MAPFRE nos segmentos de vida e previdência é viabilizada a partir de três empresas distintas, com focos específicos: a MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência, que oferece seguros individuais comercializados exclusivamente no canal Banco Nossa Caixa, incorporado pelo Banco do Brasil em 2010; a MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência e a Vida Seguradora, que atuam nos demais canais, com ênfase para a distribuição de produtos coletivos.

MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência (sem DPVAT)

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS E CONTRIBUIÇÕES (R\$ MILHÕES)				
2006	2007	2008	2009	2010
202,2	371,2	430,1	525,9	254,7

Os resultados da MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência em 2010 foram afetados pela finalização do processo de integração do Banco Nossa Caixa pelo Banco do Brasil. A receita de R\$ 254,7 milhões registrada no ano – 51,6% inferior ao volume de 2009 – refere-se apenas à manutenção da carteira de clientes atuais.

MAPFRE e Banco do Brasil – Uma Parceria para o Futuro

Com a integração entre MAPFRE e BANCO DO BRASIL, as operações da MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência passam a ser geridas pela MAPFRE BANCO DO BRASIL SH2, nova empresa criada para administrar todo o portfólio de Vida das duas companhias, garantindo a complementaridade de canais e a especialização de produtos.

MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência e Vida Seguradora

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS E CONTRIBUIÇÕES (R\$ MILHÕES)				
2006	2007	2008	2009	2010
910,0	1.005,8	1.071,4	1.166,0	1.235,1

Em 2010, a MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência e a Vida Seguradora apresentaram desempenho positivo, com crescimento acima da média de mercado tanto no segmento de vida como no de previdência. O volume de prêmios emitidos e contribuições totalizou R\$ 1,23 bilhão, um incremento de 5,9% sobre 2009.

O destaque ficou para o segmento de previdência, que registrou volume recorde de contribuições no ano (R\$ 295 milhões), 30% superior ao do ano anterior.

Esse desempenho se deveu ao incremento significativo da carteira de planos individuais, que apresentaram taxa média de crescimento de 18% ao mês; à conquista de novos planos empresariais; à consistente performance de seus fundos previdenciários; ao lançamento de um novo fundo de investimentos, para planos individuais e empresariais, em parceria de gestão com a Crédit Suisse Hedging Griffo, além da gestão própria por meio da MAPFRE Investimentos; e à migração de planos antigos, com patrimônio de R\$ 40 milhões, para a modalidade PGBL, que oferece menores riscos atuariais e financeiros.

No segmento de vida, dentre as diversas ações desenvolvidas durante o ano, destaca-se o lançamento do benefício de apoio psicológico às famílias na utilização do serviço de decessos. Com mais de 800 casos registrados em 2010, o atendimento teve boa aceitação, fortalecendo a imagem da MAPFRE entre os segurados.

Os outros destaques em vida foram:

- foco em treinamento, com a realização de *workshops* do conhecimento para colaboradores técnicos e cursos de conhecimento em seguros para a equipe jurídica;
- reformulação dos produtos Vida Você Super Fácil e Vida Empresa Global, tornando-os mais competitivos, e melhorias nos produtos massificados;
- reforço nas soluções para os corretores, com o desenvolvimento de melhorias na ferramenta MAPFRE Connect e a implantação da captura eletrônica de sinistro de vida e de melhorias nos sistemas operacionais de vida;
- ampliação da carteira de produtos, com a implementação de novos contratos de *affinity* com grandes clientes (Telefônica, Carrefour, Banco Fibra e Jô Móveis) e o lançamento de um novo produto para a Casas Bahia (AP Odonto).



MAPFRE e Banco do Brasil – Uma Parceria para o Futuro

No segmento de vida, a integração entre MAPFRE e Banco do Brasil será decisiva para aumentar o volume de negócios, em decorrência da complementaridade de canais. O segmento de previdência não faz parte do acordo e continuará sob a gestão da MAPFRE.

3.3.5. Ramos Elementares (GRI 2.2, 2.7)

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS (R\$ MILHÕES)				
2006	2007	2008	2009	2010
509,7	524,8	713,8	1.057,5	1.233,3

No segmento de ramos elementares, a MAPFRE superou as metas de produção previstas para o ano. A receita da área ficou em R\$ 1,23 bilhão, montante 16,6% superior ao de 2009, em linha com o crescimento registrado pelo mercado.

O resultado foi afetado pela performance dos produtos de multirriscos, formados por seguros residenciais e empresariais de pequeno porte, que registraram crescimento significativo de sinistros relacionados a eventos climáticos, como as fortes chuvas que atingiram a Região Sudeste em 2010. Outro fator que contribuiu para esse desempenho foi o elevado número de ocorrências de incêndio envolvendo máquinas agrícolas, com destaque para as colheitadeiras e colhedoras de grãos.

Foram feitas, ao longo do ano, algumas intervenções técnicas, como o realinhamento de preços em busca de um maior equilíbrio da carteira, e revisão de critérios de aceitação nos seguros de máquinas agrícolas.

Esse trabalho, cujos reflexos são percebidos de forma plena somente 12 meses após a implementação das mudanças, já trouxe resultados positivos para o desempenho dessas carteiras nos últimos meses do ano.

Os seguros de transportes, que passaram por processo similar em 2009, apresentaram resultado positivo em 2010, com a mudança no perfil do segurado, que passou de transportador para embarcador.

Nos seguros aeronáuticos, o destaque ficou para a participação da MAPFRE como líder, junto com outras seguradoras, na oferta de seguros às grandes companhias aéreas brasileiras.

MAPFRE e Banco do Brasil – Uma Parceria para o Futuro

Em ramos elementares, o seguro de grandes riscos industriais será um dos mais beneficiados com a parceria entre MAPFRE e BANCO DO BRASIL, em virtude do grande potencial dos clientes do banco para esse tipo de produto. O segmento de transportes também apresenta capacidade expressiva de crescimento, inclusive pela sinergia com os produtos e serviços de financiamento já oferecidos pelo banco.

3.3.6. Garantias e Crédito (GRI 2.2, 2.7)

EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS (R\$ MILHÕES)				
2006	2007	2008	2009	2010
75,1	104,4	87,4	83,7	92,6

Em 2010, a MAPFRE começou a ocupar seu lugar no mercado de garantias, aumentando sua participação neste segmento, o que garantiu o equilíbrio entre os portfólios de garantias e crédito e compensou o baixo desempenho verificado em crédito interno.

Esse posicionamento permitiu à área de Garantias e Crédito encerrar o período com receita de R\$ 92,6 milhões, um incremento de 10,6% em relação a 2009. O objetivo é que as operações de garantia representem até 80% do volume de negócios da área.

Durante o ano, foram firmados contratos importantes de garantia para grandes obras públicas, como a reforma do Estádio do Maracanã (RJ), projetos de energia e projetos de transmissão. Um dos destaques foi o crescimento expressivo da operação de massificados (obras de menor porte, fornecimento de equipamentos e prestação de serviços), que sempre respondeu por 50% do volume total de garantias e, em 2010, passou a representar 70% da operação de garantias da MAPFRE.

MAPFRE e Banco do Brasil – Uma Parceria para o Futuro

Para 2011, a atuação da área de Garantias e Crédito estará focada nas sinergias a serem capturadas com a união das operações de MAPFRE e Banco do Brasil. A ideia é aproveitar ao máximo o potencial de crescimento que esse novo canal de vendas traz para o segmento de garantias, cujos produtos até então não eram ofertados nas agências do Banco do Brasil. Com o afastamento das consequências da crise financeira internacional, que afetou fortemente o mercado de seguro de crédito e exportação, busca-se nesta parceria com o Banco do Brasil um forte processo de recuperação para essas duas carteiras de seguros.

3.3.7. Canais (GRI 2.2, 2.7)

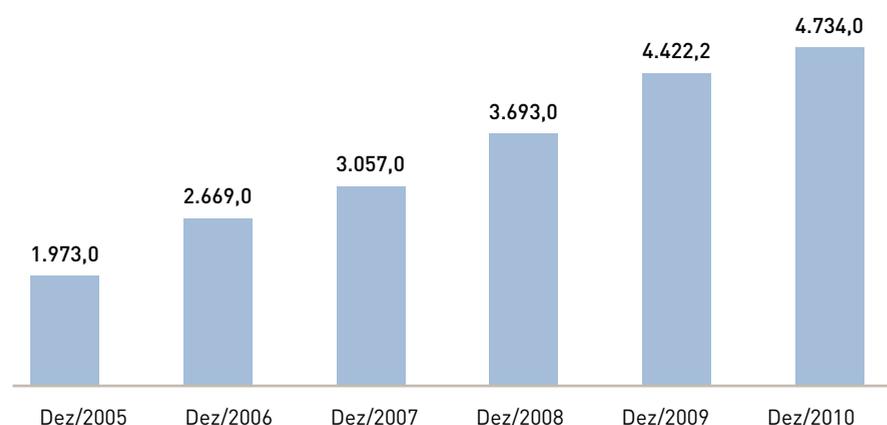
A MAPFRE mantém uma estratégia de canais definida, que lhe permite oferecer serviços financeiros e de seguros a um público específico, que não tem contato com esse tipo de produto. A atuação da Empresa nesse segmento é realizada sempre com a intermediação de corretores, nos seguintes nichos de mercado: concessionárias de veículos, negócios corporativos, cooperativas, instituições financeiras, igrejas, varejistas e concessionárias de serviços públicos, como energia elétrica e telefonia.

Em 2010, os destaques nessa área foram os novos contratos fechados com montadoras (Ford Caminhões, Yamaha Motos, Kia Autos, Cherry Autos), locadoras de veículos (Localiza) e concessionária de telefonia (Telefônica).

3.4. Desempenho Econômico-Financeiro

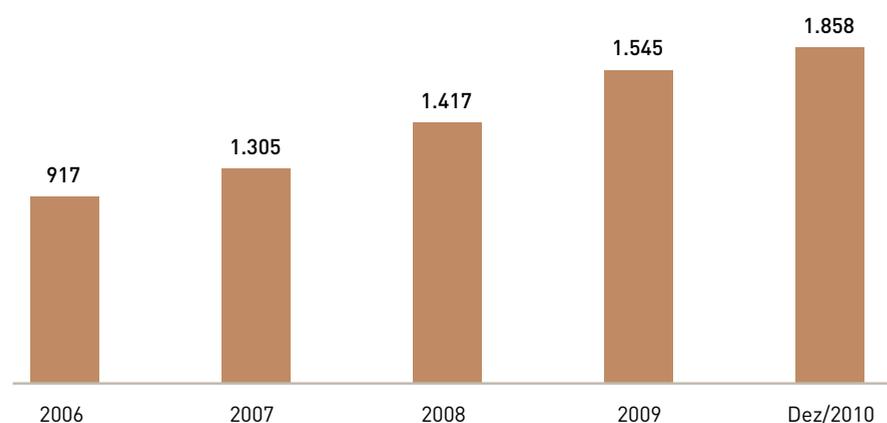
PRÊMIOS EMITIDOS

A receita da MAPFRE em 2010 totalizou R\$ 4,7 bilhões em prêmios e contribuições, um crescimento de 7,1% em relação a 2009. Esse resultado foi impulsionado, principalmente, pelo desempenho das carteiras de automóvel e ramos elementares, que registraram crescimentos superiores a 16% no ano.



PATRIMÔNIO LÍQUIDO

O patrimônio líquido da MAPFRE cresceu 20,3%, totalizando R\$ 1,86 bilhão em 2010. Os ativos totais alcançaram a marca de R\$ 8,35 bilhões, um incremento de 17,7% em relação a 2009 (R\$ 7,10 bilhões).

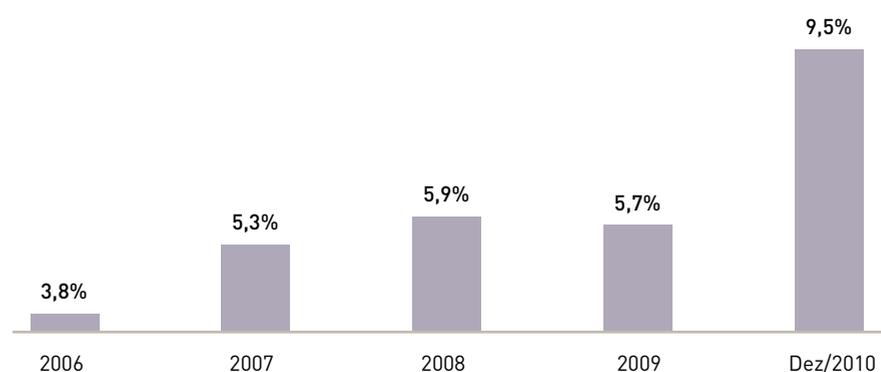


SINISTRALIDADE E COMISSIONAMENTO

O índice de sinistralidade da MAPFRE em 2010 ficou em 51,6% (53,8% em 2009) e o índice de comissionamento geral foi de 28,5% (27,3% em 2009), ambos sobre os prêmios ganhos. O crescimento registrado é reflexo de eventos climáticos que atingiram a Região Sudeste em 2010 e também em razão do aumento de roubos de cargas que afetaram a carteira de Transpores.

LUCRO LÍQUIDO

Em 2010, o lucro antes dos impostos e participações totalizou R\$ 522,1 milhões, um crescimento de 43,3% sobre 2009 (R\$ 364,4 milhões). O lucro líquido cresceu 91,9%, totalizando R\$ 360,2 milhões (R\$ 189,7 milhões em 2009).



PROVISÕES TÉCNICAS

Com um incremento de 17,8% em relação a 2009, as provisões técnicas de seguros e previdência complementar encerraram o exercício em R\$ 5,0 bilhões.



INVESTIMENTOS

Em 2010, os investimentos promovidos pela MAPFRE totalizaram R\$ 63,4 milhões. A distribuição desses recursos pode ser assim resumida:

Investimentos em tecnologia – R\$ 58,4 milhões

Destaque para: a) R\$ 31,6 milhões no projeto de migração do Datacenter para um novo local dotado de maior segurança, capacidade e modernidade; b) R\$ 3,9 milhões para a mudança da plataforma de telefonia na Central de Atendimento aos Segurados e Corretores para tecnologia VOIP, com o objetivo de agilizar o atendimento e melhorar a gestão dos recursos humanos; c) R\$ 22,9 milhões em desenvolvimento de novas ferramentas tecnológicas para facilitar a venda e a gestão dos produtos, bem como preparar o parque tecnológico para suportar parte dos negócios decorrentes da parceria com o Banco do Brasil.

Construção e reforma de filiais e centros automotivos (AMS) – R\$ 2,3 milhões

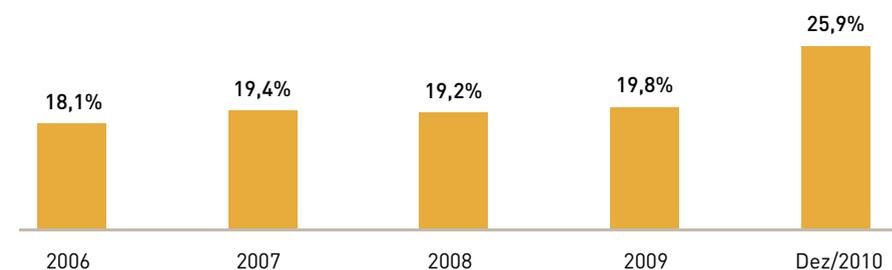
Estes investimentos permitiram à MAPFRE aperfeiçoar o atendimento aos segurados e aos corretores, disponibilizando novos serviços nas respectivas regiões atendidas.

Aquisição de equipamentos, veículos e mobiliário – R\$ 2,7 milhões

Além de ampliar a frota de veículos disponíveis aos colaboradores, a Empresa investiu em equipamentos e mobiliários, propiciando melhor qualidade de trabalho e de prestação de serviços.

RETORNO SOBRE OS INVESTIMENTOS

Em 2010, a MAPFRE registrou uma taxa de retorno sobre os investimentos (ROI), ajustada, de 25,9%, um incremento de 6,1 pontos percentuais em relação à obtida em 2009.



CARTEIRA DE INVESTIMENTOS

Em 2010, os recursos financeiros das empresas do Grupo MAPFRE, que são geridos pela MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A., alcançaram uma rentabilidade média equivalente a 106,40% do CDI.

A performance diferenciada e com ênfase na preservação de capital é conquistada com uma análise fundamentalista, que leva em consideração fatores como avaliação do contexto macroeconômico, relação risco/retorno e estrutura particular de cada segmento de ativo, além da utilização de estruturas de *hedge* de portfólio.

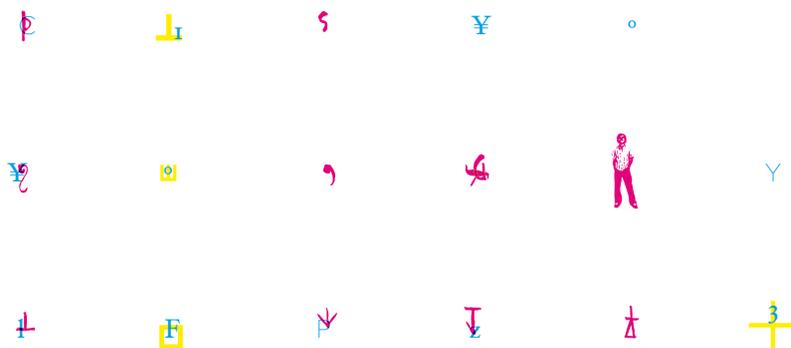
As carteiras de ativos de investimentos são compostas principalmente por títulos públicos. Já os ativos de crédito passam obrigatoriamente pela aprovação do Comitê de Investimentos e devem possuir classificação mínima de *rating A*, por pelo menos uma das três grandes agências de risco: Standard&Poor's, Moody's e Fitch.

OUTROS ASPECTOS RELEVANTES

— Em 5 de maio de 2010, a MAPFRE firmou acordo de parceria com o Banco do Brasil para atuação conjunta no mercado de seguros de danos e de pessoas. A operacionalização dessa parceria deverá implicar a reorganização societária das seguradoras MAPFRE, a qual será processada tão logo obtida a competente aprovação da SUSEP (Superintendência de Seguros Privados), já requerida.

— Em 24 de maio de 2010, por intermédio da Portaria SUSEP 3.679, a SUSEP homologou a transferência do controle acionário da MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S.A., então detido pela MAPFRE América Caución y Crédito S.A., para a MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência S.A. O valor da transação financeira foi de R\$ 25 milhões.

— A operacionalização dessa parceria implica a reorganização societária das seguradoras envolvidas nesse acordo – na qual se inclui esta Seguradora –, a qual foi aprovada previamente pela SUSEP, em 28 de dezembro de 2010, e que deverá ser implementada no decorrer do ano de 2011.



FLUXO DE CAIXA

	TOTAL
ATIVIDADES OPERACIONAIS	
Recebimentos de prêmios de seguro, contribuições de previdência e taxas de gestão e outras	4.818.405
Resultado com TVM e instrumentos financeiros	2.457
Recuperações de sinistros e comissões	278.208
Outros recebimentos operacionais (salvados, ressarcimentos e outros)	281.919
Pagamentos de sinistros, benefícios, resgates, comissões e sorteios	(3.613.257)
Repasses de prêmios por cessão de riscos	(518.056)
Pagamentos de despesas com operações de seguros e resseguros	(159.730)
Pagamentos de despesas e obrigações	(399.445)
Constituição de depósitos judiciais	(11.801)
Resgates de depósitos judiciais	189
Pagamentos de participações nos resultados	(10.097)
Caixa (consumido) gerado pelas operações	668.792
Impostos e contribuições pagos	(225.090)
Aplicações	(2.920.170)
Vendas e resgates	2.638.122
Rendimentos recebidos	
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	161.654
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	
Pagamento pela compra de ativo permanente:	
Investimentos	(27.713)
Imobilizado	(28.162)
Intangível	(38.182)
Diferido	(3)
Recebimento pela venda de ativo permanente:	
Imobilizado	1.886
Intangível	1.912
Caixa líquido consumido nas atividades de investimento	(90.262)
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	
Distribuição de dividendos e juros sobre o capital próprio	(67.750)
Caixa líquido gerado/(consumido) nas atividades de financiamento	(67.750)
(Redução)/aumento líquido de caixa e equivalentes de caixa	3.642
Caixa e equivalentes de caixa no início do semestre	57.816
Caixa e equivalentes de caixa no final do semestre	61.457
(Redução)/aumento líquido de caixa e equivalentes de caixa	3.642

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) (GRI EC1)

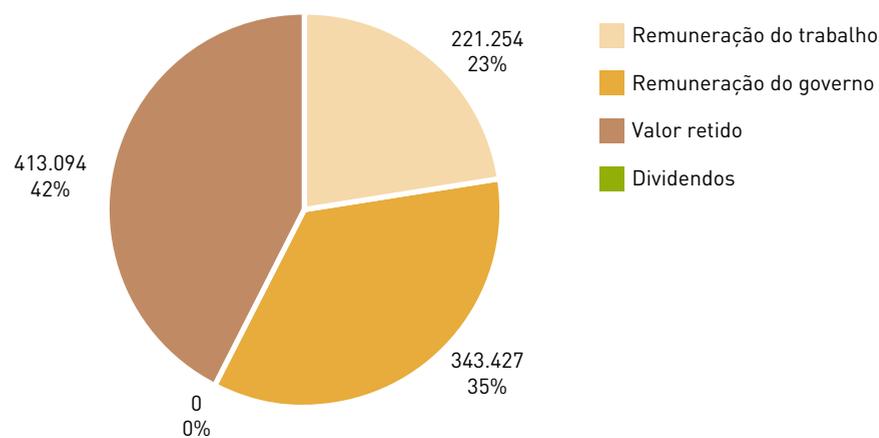
Em 2010, a riqueza gerada pela MAPFRE totalizou R\$ 4,92 bilhões, um incremento de 5,3% em relação a 2009. O valor adicionado líquido à disposição da Empresa cresceu 22,7% sobre o ano anterior, totalizando R\$ 977,7 milhões em 2010. Esses recursos foram distribuídos da seguinte forma:

— **Remuneração do trabalho** – 23% (R\$ 221,3 milhões) para a remuneração dos colaboradores, com a geração de empregos e investimentos em treinamento – crescimento de 9,1% sobre 2009.

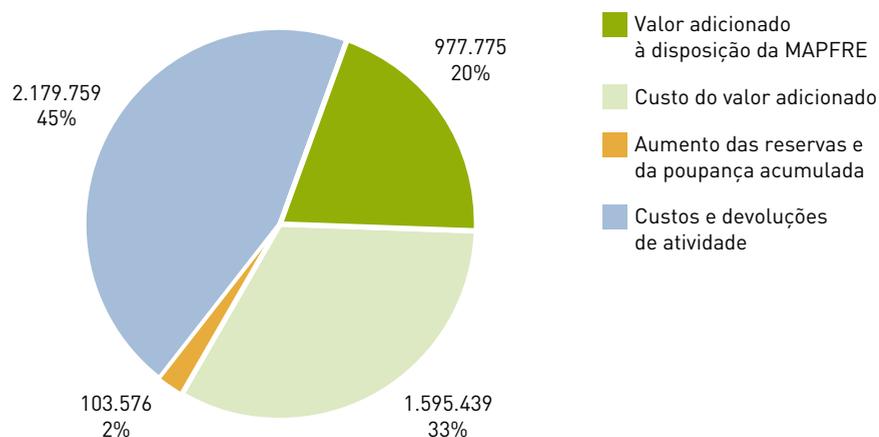
— **Pagamento de impostos e contribuições** – 35% (R\$ 343,4 milhões) para o pagamento de impostos, contribuições, tributos e taxas – redução de 1,4% em relação a 2009.

— **Valor retido** – 42% (R\$ 413,1 milhões) em valores retidos que foram incorporados ao patrimônio líquido dos acionistas, considerando a participação de acionistas minoritários.

DISTRIBUIÇÃO DE RIQUEZA GERADA



DISTRIBUIÇÃO DE RIQUEZA GERADA



DEMONSTRAÇÃO CONSOLIDADA DO VALOR ADICIONADO	R\$ MIL	
	12/2010	12/2009
RECEITA TOTAL COM IOF (RIQUEZA GERADA)	4.919.291	4.671.501
De prêmios de seguros + receitas operacionais de seguros	4.592.384	4.244.904
De planos previdenciários + receitas operacionais de previdência complementar	290.888	291.670
De planos de capitalização + receitas operacionais de capitalização	26.245	16.646
(-) Cessões e repasses para congêneres	(613.500)	(471.358)
(+) Receitas sobre aplicações financeiras	447.077	438.501
(+) IOF (sobre prêmios de seguros)	176.197	151.138
CUSTOS E DEVOLOÇÕES DE ATIVIDADE	(2.179.759)	(1.947.118)
Custo final da preservação da riqueza segurada (sinistros líquidos)	(1.955.207)	(1.787.387)
Benefícios pagos e resgates + remuneração complementar aos planos previdenciários (excedente financeiro)	(224.552)	(159.731)
AUMENTO DAS RESERVAS E DA POUPANÇA ACUMULADA	(103.576)	(392.993)
Aumento das reservas para preservação da riqueza segurada	(103.576)	(392.993)
Acumulação das reservas dos planos previdenciários	-	-
VALOR ADICIONADO BRUTO	2.635.956	2.331.390
CUSTO DO VALOR ADICIONADO	(1.595.439)	(1.530.626)
(-) Comissões pagas aos corretores	(1.072.600)	(901.869)
(-) <i>Marketing</i>	(4.304)	(3.748)
(-) Serviços contratados de terceiros	(115.583)	(112.230)
(-) Despesas gerais	(402.952)	(512.779)
VALOR ADICIONADO POR TERCEIROS	(62.742)	(3.819)
Resultado não operacional	1.958	3.542
Valor adicionado recebido em transferência	(64.700)	(7.361)
VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE	977.775	796.946

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE		
REMUNERAÇÃO DO TRABALHO	(221.254)	(202.880)
Remunerações	(131.572)	(120.570)
Benefícios	(48.529)	(44.059)
REMUNERAÇÃO DO GOVERNO	(343.427)	(348.182)
Tributos e contribuições	(79.224)	(103.139)
PIS	(10.684)	(8.674)
COFINS	(29.862)	(53.274)
CPMF	-	-
CSLL	-	(41.135)
Impostos e taxas	(264.203)	(245.043)
IRPJ	(58.467)	(65.354)
IOF (sobre Prêmios de Seguros)	(176.197)	(151.138)
Outros	(2.539)	(28.551)
DIVIDENDOS	-	(103.226)
VALOR RETIDO	(413.094)	(142.658)
Incorporação ao patrimônio líquido (*)	(413.094)	(142.658)
DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO À DISPOSIÇÃO DA MAPFRE	(977.775)	(796.946)

(*) Considerou-se a participação de acionistas minoritários.



3.5. Ativos Intangíveis

Oferecer produtos e serviços que atendam às mais diversas necessidades de seus clientes e parceiros e, ao mesmo tempo, inovar e se diferenciar em relação a seus concorrentes. Para garantir esse posicionamento, a MAPFRE procura entender as demandas de seu público e se antecipar a elas, preservando a característica de ser especialista em tudo o que faz. Destacar-se por suas qualidades entre seus colaboradores, corretores, segurados, parceiros de negócio, fornecedores e comunidade é o objetivo da Empresa, que está sempre em busca da reafirmação de seus ativos intangíveis, descritos a seguir.

Atuação Estratégica

- **Soluções multiprodutos** – A MAPFRE atende a praticamente todas as necessidades em seguros de clientes pessoas físicas ou jurídicas. São mais de 80 soluções personalizadas nas áreas de seguros, assistência, atividades financeiras e serviços.
- **Presença multicanal** – Para entender e conhecer as necessidades das diferentes culturas do País, a MAPFRE mantém 124 sucursais espalhadas por todas as regiões brasileiras. Este posicionamento garante presença física regionalizada e permite maior proximidade com o consumidor final e o corretor.
- **Atuação regional** – Oferecer atendimento diferenciado, respeitando as características regionais, é um dos focos de atuação da MAPFRE, que conta com profissionais contratados localmente em suas sucursais. Esta iniciativa permite um relacionamento mais próximo com os corretores e os clientes.
- **Atendimento especializado** – Para assegurar o atendimento pleno das necessidades de seus segurados, a MAPFRE conta com especialistas em cada uma das linhas de produto. Por conhecerem profundamente o negócio, esses especialistas estão mais capacitados para disseminar as informações para toda a base de corretores.

Serviços aos Segurados

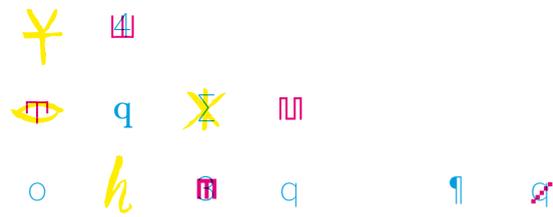
- **AutoMais** – Nas 41 unidades de AutoMais Serviços, a MAPFRE oferece a seus segurados um atendimento diferenciado para a realização de aviso de sinistro e a obtenção de aprovação de reparos em até 30 minutos.
- **Serviço de guinchos** – A MAPFRE conta com uma vasta rede cadastrada de prestadores de serviços espalhados pelo Brasil para garantir atendimento de qualidade aos segurados. Também foi precursora em oferecer guinchos *sider* (modelo baú), que protegem o carro de exposição às ações do tempo e garantem privacidade ao cliente.
- **Central de relacionamento** – Por meio de sua Central de Relacionamento (SIM 24h), que atende em média 100 mil ligações por mês, a MAPFRE orienta de forma diferenciada seus segurados, corretores e terceiros.



Guincho sider.



Unidade
AutoMais Serviços.



— **CLUB MAPFRE** – Com o programa de relacionamento CLUB MAPFRE, a Empresa procura fidelizar e fortalecer a marca ao ofertar produtos, serviços, vantagens e uma série de benefícios aos segurados. Em 2010, foram investidos R\$ 2,5 milhões no programa e realizadas mais de 40 parcerias com estacionamentos, centros automotivos, clubes de compras, etc.

— **Defensor do Segurado** – Para garantir a equidade nas relações, deferir ou indeferir as reclamações e, inclusive, sugerir ajustes para a melhoria dos produtos e serviços, a MAPFRE conta com um profissional isento e independente, que se reporta diretamente ao Grupo MAPFRE na Espanha. Em 2010, foram recebidas 1.144 reclamações, das quais 1.080 foram atendidas e 1.056 resolvidas.

— **Compromisso** – A MAPFRE registrou em cartório um compromisso com seus segurados: em caso de perda total, a indenização é feita em até cinco dias úteis para seguro de automóvel. Em casos de seguro residencial, a MAPFRE se compromete a fazer a indenização em até dez dias úteis. A contagem dos prazos se inicia a partir da apresentação da documentação completa à seguradora.

Relacionamento com os Corretores

— **Sucursais** – As 124 sucursais, localizadas principalmente em cidades do interior dos Estados, colaboram para estreitar o relacionamento entre a MAPFRE e os mais de 12 mil corretores em todo o Brasil.

— **Formação e treinamento** – Com o MAPFRE Centro de Formação para Corretores, a Empresa oferece cursos de aperfeiçoamento e capacitação para os parceiros comerciais, garantindo a qualificação e a atualização de sua base de corretores. Em 2010, foram promovidos cursos de formação corporativa, técnica e comercial, que contaram com a participação de 2.677 pessoas nas atividades presenciais e 2.514 nos cursos a distância.

— **Tecnologia** – A MAPFRE oferece uma moderna infraestrutura tecnológica para auxiliar e dar suporte no dia a dia a seus corretores. Este posicionamento é fortalecido com a adoção de ferramentas como: Max MAPFRE, consultor de negócio virtual que fornece serviços via *e-mail*; MAPFRE Connect, portal de relacionamento; e o *help desk*, equipe que fornece suporte técnico sobre sistemas de informática.

— **Campanhas** – A MAPFRE promove campanhas para fortalecer o relacionamento com os corretores, além de incentivar as vendas e reconhecer as atividades desenvolvidas por esses profissionais. Em 2010, foi realizada uma campanha de incentivo, pautada na superação dos corretores, para garantir o crescimento de vendas dos produtos de Auto, Seguros Gerais, Vida e Previdência. A iniciativa contou com a participação de 800 parceiros de negócio.

— **Comunicação** – O canal de comunicação oficial da MAPFRE com a rede comercial é o Blog da Rede, criado para melhorar a comunicação e estreitar o relacionamento com a estrutura de vendas. A Empresa também disponibiliza outros canais de comunicação com os corretores: MAPFRE Connect, *site* voltado à prestação de serviços e à integração com as corretoras; revista *Negócios*,

publicação trimestral focada em apresentar ferramentas de vendas para o trabalho de profissionais comerciais; *site* Negócios para Corretores, versão *on-line* da revista *Negócios*, com atualização diária de notícias do mercado segurador; revista *Corretores Mais*, publicação trimestral voltada às Corretoras Mais; *newsletter MAPFRE em Dia*, com informações sobre produtos, serviços, campanhas, benefícios e notícias institucionais; *Minuto MAPFRE*, boletim enviado por *e-mail* para a rede comercial e corretoras sempre que surgem novidades que precisam ser tratadas com urgência; *hotsite MAPFRE Produtos*, com informações úteis e fáceis de encontrar sobre cada produto.



Revista Negócios.

Respeito com a Sociedade

— **Atenção à população** – A MAPFRE desenvolve uma série de ações relacionadas a seu negócio com viés social. As vítimas de sinistros automotivos, clientes ou não da MAPFRE, que desejem solicitar indenização do DPVAT (Seguro Obrigatório de Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre) são atendidas em qualquer uma das 124 sucursais. A MAPFRE também oferece *check-up* veicular gratuito nas unidades de AutoMais e nas Unidades Móveis de Check-up, que percorrem o País para atender à população. (GRI 4.12)

— **Cesvi Brasil** – Primeiro centro de pesquisa da América Latina dedicado ao estudo da reparação automotiva, o Cesvi Brasil (Centro de Experimentação e Segurança Viária) contou com a atuação decisiva da MAPFRE em sua criação. O objetivo é estudar, avaliar e oferecer soluções para os trabalhos de reparação, contribuindo para a prevenção de acidentes.

— **Produtos conscientes** – A MAPFRE oferece diversos produtos com foco social: AACD MAPFRE DI, fundo de investimento que destina 70% da taxa de administração à AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente); MAPFRE Governance, que destina 5% da taxa de administração para a APAE/SP (Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais de São Paulo); e o programa Conta Protegida Telefônica, um seguro de proteção financeira com coberturas para quitação de contas de telefone em caso de desemprego, invalidez, etc.

— **FUNDACIÓN MAPFRE** – Promove a segurança viária, a docência e a divulgação científica no campo de prevenção, saúde e meio ambiente. Estes são alguns dos objetivos da FUNDACIÓN MAPFRE, que se ocupa ainda em difundir a cultura, as artes e as letras; fomentar a investigação e a divulgação do conhecimento em relação à história comum da Espanha, de Portugal e dos países vinculados a eles por laços históricos; contribuir, com outras ações, para reduzir as necessidades dos segmentos menos favorecidos da população; promover a formação e a pesquisa aplicada no âmbito do seguro, da gerência de riscos e de áreas afins.

Gestão do Conhecimento

A MAPFRE investe na constante atualização profissional de seus colaboradores e na disseminação da informação dentro de sua equipe. Para promover e consolidar uma cultura de alta performance, criou o MAPFRE Centro de Gestão do Conhecimento, um espaço aberto para o desenvolvimento e o treinamento dos colaboradores. Em 2010, foram realizados vários programas de desenvolvimento profissional, dos quais se destacam:

— **PDL1** – curso com foco na formação de supervisores, coordenadores e gerentes, que contou com 125 participantes;

— **PDL2** – *workshop* “O Líder Coach”, para formação de liderança, que atingiu um total de 79 pessoas;

— **PDM** (Programa de Desenvolvimento de Multiplicadores) – focado no desenvolvimento de habilidades de comunicação, que formou 88 colaboradores.

Ferramentas de Gestão

Para consolidar seu posicionamento no mercado segurador e promover a alta performance entre seus colaboradores, a MAPFRE adota metodologias e ferramentas gerenciais que contribuem para garantir consistência e alinhamento ao planejamento estratégico.

— **Seis Sigma** – método focado na eliminação sistemática de falhas e na melhoria de processos. Até o final de 2010, a MAPFRE contava com 1.469 colaboradores capacitados na metodologia Seis Sigma, sendo 1.345 Yellow Belts, 147 Green Belts, 12 Black Belts, 14 DFSS (Design for Six Sigma) e 53 Seis Sigma Executivos.

— **Filosofia Learn Enterprise** – focada no conceito de administração enxuta para alinhamento de todas as atividades que geram valor para o negócio da Empresa, com uma estrutura baseada em gestão de soluções simples e em unidades de negócio.

— **BSC** (Balanced ScoreCard) – metodologia de medição e gestão de desempenho utilizada na construção do planejamento estratégico anual, em linha com o SGD (Sistema de Gerenciamento de Desempenho), adotado pela Companhia.

Tecnologia da Informação

Para a MAPFRE, TI é uma unidade estratégica e representa um importante diferencial competitivo ao crescimento do negócio. Em 2010, foi consolidado o modelo de consultoria de negócio de TI, com equipes específicas focadas no atendimento a cada uma das unidades, fazendo com que as ações de TI estejam sempre alinhadas ao planejamento estratégico da Companhia. Durante o ano, foram entregues 623 demandas entre projetos e manutenções evolutivas, sendo as principais distribuídas da seguinte forma entre as unidades de negócio:

— Automóvel: 181;

— Vida e Previdência: 99;

— Seguros Gerais: 102;

— Garantias e Crédito: 19;

— Mercado e Rede: 131;

— Funcionais: 91.

No caso da unidade Automóvel, também foram revisados todos os processos dos principais produtos.

Em continuidade à implantação da política de *sourcing*, que representa um importante pilar da governança corporativa de TI, destacou-se o projeto de *outsourcing* do *datacenter*. O principal objetivo desta iniciativa foi melhorar o desempenho, a disponibilidade e a estabilidade dos serviços de tecnologia, com otimização de recursos por meio de um modelo de gestão regional e compartilhado com unidades da MAPFRE situadas em outros países, permitindo ainda maior escala para suportar as novas oportunidades de negócio. A migração dos 220 servidores para o novo *datacenter* foi realizada em 63 dias, com menos de 3% de incidentes reportados.

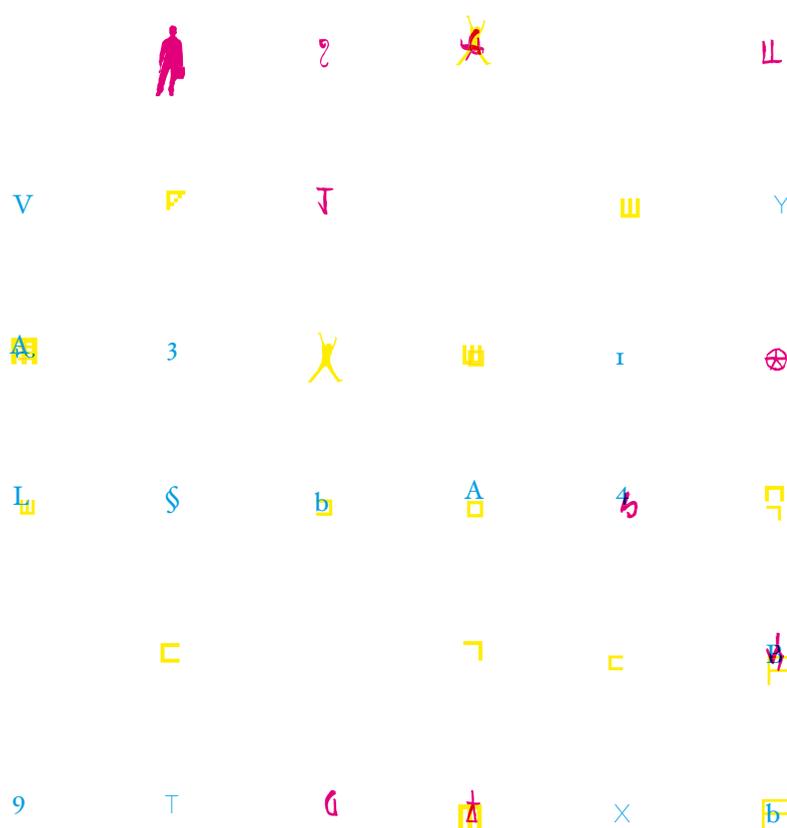
Outros destaques do ano foram a consolidação e o amadurecimento do modelo de *outsourcing* do desenvolvimento e manutenção dos principais sistemas da MAPFRE, com fornecedores reconhecidos no mercado, que passaram a ter seus níveis de serviços (SLA) controlados a partir da implantação de ferramenta especializada para esse fim.

Outra realização importante foi a modernização do sistema de telefonia do Call Center (SIM 24h), que garante maior segurança, agilidade e qualidade no atendimento aos segurados e aos parceiros de serviços da MAPFRE.

Diante do cenário de crescimento dos negócios, a busca incessante pela alta performance – traduzida pela entrega de novos projetos e demandas dentro de padrões de qualidade definidos com os clientes – e o modelo de governança de TI implementado – baseado em COBIT (Objetivos de Controle de Tecnologia da Informação) e que teve seu nível de maturidade pontuado

dentro das melhores práticas de mercado, tanto por auditorias externas como internas da MAPFRE – permitiram manter a estabilidade dos serviços em produção. Durante o ano, foram administradas cerca de 14.000 mudanças (melhorias e correções) nos sistemas ao longo do ano, 110.000 chamados dos usuários internos (atendimentos diversos, solicitações, falhas em serviços, etc.), entre outros acionamentos. 97% dos chamados internos foram atendidos em até 20 segundos, representando uma melhoria de 36% desde a implantação do modelo de governança, com taxa de abandono das ligações em 1,8% (melhoria de 84%). O tempo de solução dos incidentes nos sistemas de venda, de alta criticidade para o negócio, foi reduzido em 71%.

O novo sistema de automação da produção (Control M), aliado a outros sistemas e métodos de monitoramento dos serviços, também contribuiu para que muitos processos internos fossem aperfeiçoados, tais como o índice de pagamento de comissões no dia, que não apresenta mais falhas, e o índice de sinistros abertos manualmente, que está em torno de 1,5% (melhoria de 86%).





4

MAPFRE e Desenvolvimento Sustentável

4.1. Política de Responsabilidade Social

A Política de Responsabilidade Social da MAPFRE é formada por 10 princípios, definidos em 2005 e atualizados em 2008:

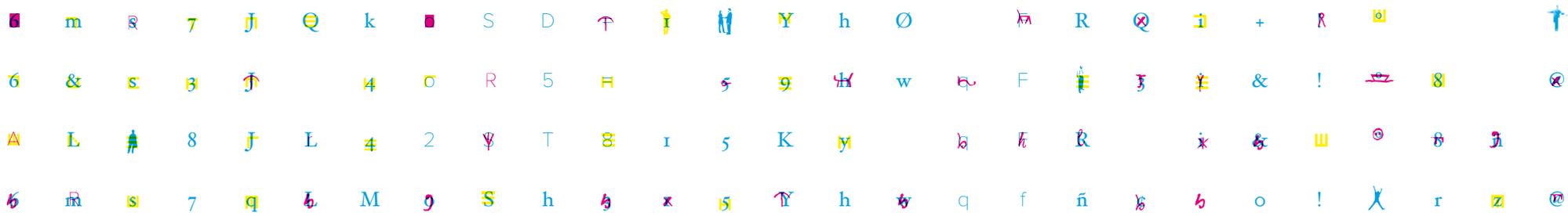
1. Cumprimento das leis e normas nacionais e internacionais vigentes em todos os países onde o Grupo opera, adotando normas e diretrizes internacionais onde não exista um desenvolvimento legal adequado e assumindo o respeito aos direitos reconhecidos na Declaração Universal de Direitos Humanos e nos dez princípios do Pacto Global.
2. Manutenção das práticas de governança corporativa, baseadas na transparência empresarial e na confiança mútua com acionistas e investidores, respeitando as regras de livre mercado e de livre concorrência, e rejeitando qualquer prática irregular para obter vantagens empresariais.
3. Respeito pela igualdade de oportunidades entre os empregados, sua privacidade e sua liberdade de opinião; equidade nas relações de trabalho; retribuição justa e estabilidade no emprego, evitando qualquer forma de perseguição, de abuso ou de discriminação; promoção da conciliação da vida pessoal e de trabalho; e repúdio expresso da exploração infantil e do trabalho escravo.
4. Inovação permanente de produtos de seguro e de serviços de prevenção e assistenciais que agreguem valor aos seus segurados e clientes; e prestação aos mesmos de um serviço acessível e de qualidade no prazo acordado, dando-lhes assessoria honesta, assegurando a confidencialidade de seus dados e resolvendo suas reclamações no menor prazo possível.
5. Desenvolvimento de práticas responsáveis na cadeia de valor, incentivando-as principalmente através dos processos de seleção e contratação dos fornecedores e parceiros, e tornando-os copartícipes na aplicação da política de Responsabilidade Social do Grupo.
6. Manutenção de uma atuação respeitosa com o Meio Ambiente, limitando no possível o impacto ecológico e no meio ambiente dos riscos derivados de sua atuação empresarial; e promoção dos valores de desenvolvimento sustentável e boas práticas de gestão ambiental da MAPFRE entre fornecedores de bens e serviços.
7. Comunicação e diálogo com todos os grupos de interesse, baseados na transparência, na veracidade e no compromisso.

8. Participação ativa em organismos e fóruns nacionais e internacionais onde se promova a responsabilidade social.

9. Elaboração e divulgação de um Relatório Anual de Responsabilidade Social da MAPFRE com informação relevante e veraz sobre as atividades realizadas nesse âmbito, submetendo-o aos oportunos processos de verificação internos e externos que garantam sua fiabilidade e sua contínua melhora.

10. Contribuição para o desenvolvimento das atividades não lucrativas de interesse geral que a FUNDACIÓN MAPFRE realiza, dentro dos limites previstos nos estatutos sociais.

Em linha com esses princípios e baseada em sua Gestão da Sustentabilidade, a MAPFRE desenvolve programas com foco na comunidade e na Sociedade. Estes programas também são alinhados a princípios internacionais dos quais a MAPFRE é signatária, como o Pacto Global, iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) para a adoção de políticas de responsabilidade social e sustentabilidade pelas empresas, e os Objetivos do Milênio, também da ONU, que definem metas de desenvolvimento socioambientais. Em 2010, foi iniciado o mapeamento das ações da Companhia, de acordo com os princípios seguidos. [\(GRI 1.2, 4.12\)](#)



PROJETO	RESULTADOS EM 2010	PACTO GLOBAL	OBJETIVOS DO MILÊNIO
Programa Cine Educação	<ul style="list-style-type: none"> — 798.098 professores de todo o País tiveram acesso ao material de apoio pedagógico do programa, que apresenta temas transversais para serem trabalhados em sala de aula. — Realização de 93 sessões de cinema na Cinemateca Brasileira, em São Paulo, com a presença de 7.119 alunos. — Por meio de uma parceria com a Fundação Victor Civita, o material de apoio pedagógico do filme <i>Castelo Rá-Tim-Bum</i> foi distribuído junto com a revista <i>Nova Escola</i> a 266 mil professores de todo o País. 	1, 8	2, 7
Programa Cine Maior Idade	<ul style="list-style-type: none"> — Formação de 110 técnicos que trabalham com idosos. — Realização de 53 sessões de cinema na Cinemateca Brasileira, em São Paulo, com a participação de 2.438 idosos. 	1	7
Programa de Inserção Profissional	<ul style="list-style-type: none"> — Capacitação de 164 pessoas, divididas em três grupos: jovens (18 a 25 anos), adultos (40 a 55 anos) e pessoas com deficiência. 	1	7, 8
I Prêmio MAPFRE de Educação Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> — Foram inscritos 15 projetos-escolas, sendo que 5 deles foram premiados. 	1, 7, 8, 9	2, 7
Programa de Voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> — O Programa de Voluntariado permite aos colaboradores identificar oportunidades de atuação voluntária e organizações que necessitam de doações em todo o País. Em 2010, o programa registrou mais de 58.000 ações e doações. 	1, 2, 7, 8, 9	8
Treinamento Anticorrupção	<ul style="list-style-type: none"> — Em 2010, 681 colaboradores realizaram o curso <i>e-learning</i> de Prevenção a Fraudes, 680 realizaram o curso de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e 120 colaboradores das áreas de sinistros e subscrição das unidades de Vida, Previdência e Garantias e Crédito foram treinados por meio de palestras presenciais, que abordaram conceitos e medidas de prevenção ao delito de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo. 	10	
Workshops Sustentabilidade na Cadeia de Valor	<ul style="list-style-type: none"> — Nos meses de agosto e setembro foram realizados dois <i>workshops</i> em São Paulo e um no Rio de Janeiro para os colaboradores do Grupo, sobre o tema Sustentabilidade. 	1, 2, 4, 7, 9	7, 8



Pacto Global



4.2. Modelo de Gestão da Sustentabilidade

Em 2010, a MAPFRE reafirmou seu compromisso corporativo com a sustentabilidade, avançando na implementação de seu modelo de Gestão da Sustentabilidade, que é baseado no conjunto de valores que orienta as ações do Grupo desde o tempo em que era apenas uma cooperativa na Espanha.

Neste ano, a atuação socioambiental da Empresa também avançou significativamente com o lançamento das bases que tornarão mais sustentável parte dos processos do setor de seguros. Com o Programa Sustentabilidade na Cadeia de Valor MAPFRE, o objetivo é mapear as práticas socioambientais de seus fornecedores e parceiros de negócio, bem como ampliar os conceitos de sustentabilidade já existentes nessas empresas. **(GRI FS05)**

Em 2010, foi finalizado o mapeamento das práticas socioambientais entre os fornecedores. Após a análise das informações, foi realizado um encontro com 16 fornecedores para apresentar os resultados obtidos, explicando o posicionamento da MAPFRE em relação à sustentabilidade e a importância do tema para a Empresa. **(GRI 4.16)**

Objetivos do Milênio



4.3. Partes Interessadas: Mapa da Sustentabilidade



Mapa de Stakeholders

Stakeholders primários

Stakeholders secundários

Com a utilização da metodologia de consulta a *stakeholders* da GRI (Global Reporting Initiative), a MAPFRE promoveu o engajamento de seus públicos de interesse primários, priorizados em 2010 de acordo com a relevância da Empresa para sua atuação: colaboradores, corretores, segurados, parceiros de negócio e comunidade. Essa iniciativa permitirá à MAPFRE direcionar suas iniciativas de responsabilidade social corporativa (RSC) e estreitar o relacionamento com os diferentes públicos, conforme seu foco de interesse. **[GRI 4.14, 4.15]**

— Avaliação das Tendências de Mercado e das Principais Práticas de RSC

Para mitigar os riscos, tanto operacionais como para seus clientes, e desenvolver produtos e serviços alinhados às necessidades de seus públicos de interesse, a MAPFRE analisa o comportamento do mercado segurador e, de posse das informações, planeja as iniciativas previstas para os próximos anos com maior potencial de geração de valor sustentável.

Atualmente, não existem políticas no Grupo com componentes ambientais e sociais específicos aplicados às linhas de negócio da MAPFRE. Para 2011, a Empresa pretende colaborar com grupos de estudo para avaliar a possibilidade de implementação dessa prática em linhas de negócios específicas. **[GRI FS1]**

A MAPFRE também segue as orientações e as diretrizes da SUSEP (Superintendência de Seguros Privados) para o desenvolvimento e a venda de seus produtos e serviços. **[GRI FS15]**

— Engajamento de Multiplicadores Internos

Promover o engajamento dos colaboradores com as iniciativas socioambientais, bem como buscar a aderência de valores às práticas de RSC promovidas pela Empresa. A partir desses objetivos, a MAPFRE realizou uma série de ações em 2010, como os *workshops* de sustentabilidade voltados para os colaboradores, durante os meses de setembro e outubro. Também foram desenvolvidos relatórios sistemáticos das realizações, direcionados para executivos, colaboradores e parceiros de negócio. **[GRI 4.16]**



Colaboradores em workshop de sustentabilidade.

— Avaliação e Gestão de Resultados

Após identificar a geração real de valor socioambiental, tanto para o Grupo como para os *stakeholders*, em cada iniciativa aplicada foram desenvolvidos planos de aperfeiçoamento dos programas. Como resultado dos esforços empreendidos para os colaboradores, a MAPFRE classificou-se pela segunda vez entre as 100 Melhores Empresas para Trabalhar no País, segundo o Great Place to Work Institute Brasil.

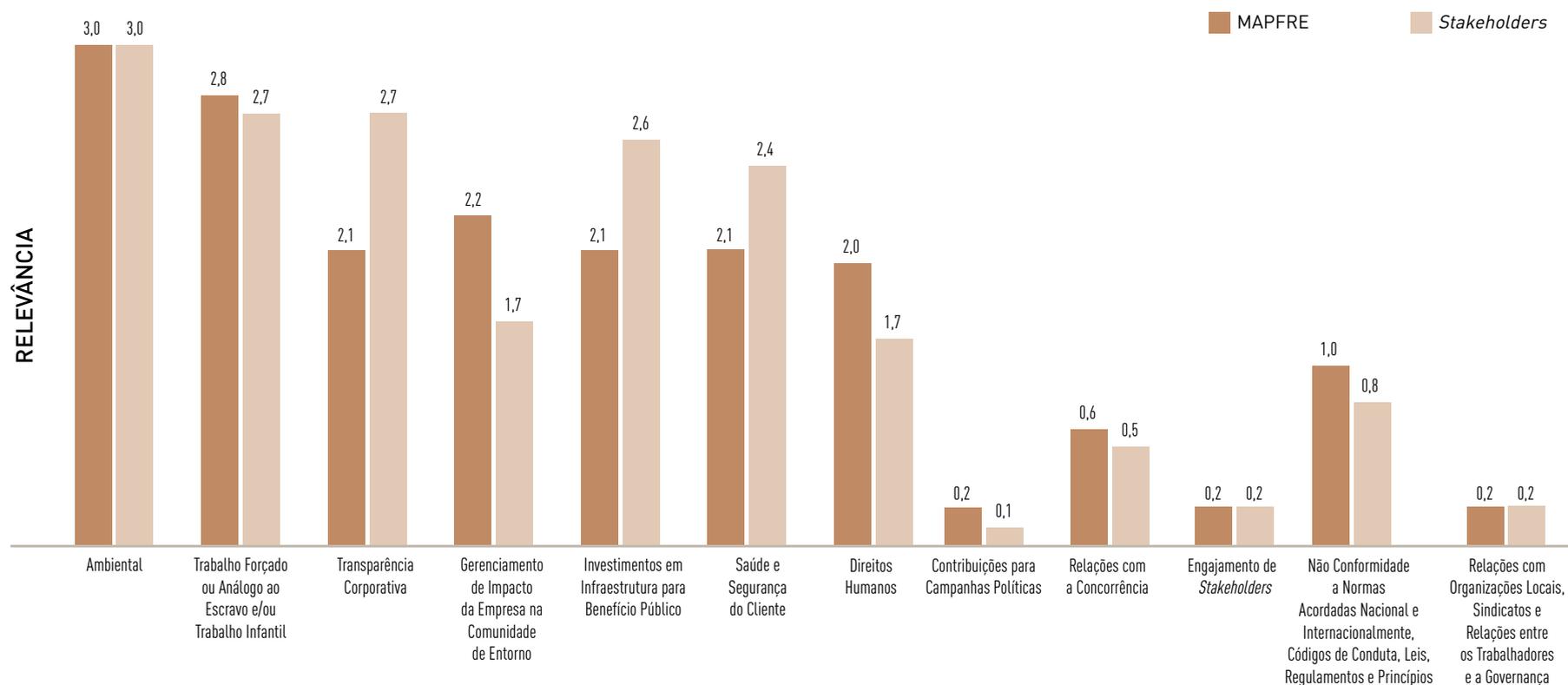
Teste de Materialidade (GRI 4.17)

Com o objetivo de conhecer a opinião dos *stakeholders* sobre o Relatório de Sustentabilidade, foi realizada uma pesquisa que envolveu a participação de 579 pessoas, dentre colaboradores e corretores. A pesquisa foi composta por 14 questões, sendo 10 perguntas quantitativas com o objetivo de identificar os temas considerados mais relevantes pelos participantes da pesquisa e 4 qualitativas com o objetivo de conhecer a opinião dos participantes sobre o Relatório de Sustentabilidade.

A partir da análise dos dados obtidos, foi elaborada a matriz de materialidade.

Os temas apontados como os de maior relevância para a MAPFRE e para seus *stakeholders* foram: Ambiental; Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo e/ou Trabalho Infantil; Transparência Corporativa; Gerenciamento de Impacto da Empresa na Comunidade do Entorno; Investimentos em Infraestrutura para Benefício Público; Saúde e Segurança do Cliente; e Direitos Humanos.

Já os temas apontados como de menor relevância foram: Contribuições para Campanhas Políticas; Relações com a Concorrência; Engajamento de *Stakeholders*; Não Conformidade a Normas Acordadas Nacional e Internacionalmente, Códigos de Conduta, Leis, Regulamentos e Princípios; e Relações com Organizações Locais, Sindicatos e Relações entre os Trabalhadores e a Governança.





4.4. Atuação Ética e Socialmente Responsável

A atuação da MAPFRE é orientada pelas diretrizes do Código de Conduta, do Código de Ética e de princípios e acordos internacionais dos quais o Grupo é signatário.

A Companhia adota uma postura preventiva em relação à corrupção, com ênfase para o treinamento e a conscientização de sua equipe em cursos *e-learning*, disponíveis na Intranet e de realização obrigatória para todos os colaboradores e estagiários. Em 2010, não foi reportado nenhum caso de corrupção. Na hipótese de denúncia, mesmo os casos menos relevantes são analisados e, após apurados pela Auditoria Interna, podem resultar em demissão simples ou por justa causa e, até mesmo, em queixas-crime conduzidas pela área jurídica. **(GRI S04)**

Os conceitos de prevenção relacionados também são periodicamente reforçados, por meio de palestras, treinamentos presenciais e ações de *endomarketing* para a disseminação constante de uma cultura de controle, em busca de um patamar elevado de conduta, atitude e transparência para todos os colaboradores sobre o funcionamento dos serviços e atividades.

Na última avaliação realizada em 2010, todas as unidades de negócio e 90% das empresas do Grupo MAPFRE se envolveram no processo de avaliação, o que representa a participação de 474 gestores, que responderam a 3.921 questionários sobre 584 fatores de riscos, sendo que 68 fatores são relacionados à corrupção. **(GRI S02)**

Durante o ano, 681 novos colaboradores realizaram o curso *e-learning* de Prevenção a Fraudes e 680 realizaram o curso de Prevenção à Lavagem de Dinheiro. Além disso, 120 colaboradores das áreas de sinistros e subscrição das unidades de Vida, Previdência e Garantias e Crédito foram treinados por meio de palestras presenciais que abordaram conceitos e medidas de prevenção ao delito de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo. **(GRI S02, S03)**

4.5. Gestão de Riscos **(GRI 1.2)**

A MAPFRE conta com um sistema de gestão de riscos, constantemente aperfeiçoado, que segue as diretrizes dos modelos internacionais COSO II-ERM e COBIT e as linhas mestras da Diretiva de Solvência II, aprovada pelo Parlamento Europeu. Alinhado à regulamentação vigente e às políticas corporativas mundiais do Grupo MAPFRE, o sistema está baseado na gestão integrada de cada um dos processos de negócio e na adequação do nível de risco aos objetivos estratégicos estabelecidos.

Os grupos de risco são reunidos em quatro categorias: operacionais, financeiros, estratégicos e da atividade seguradora, e de governança corporativa. De acordo com esse sistema, os riscos ambientais, sociais e de governança estão incluídos em parte nos riscos operacionais e em parte nos riscos estratégicos e de governança corporativa.

A Empresa não possui estudos sobre implicações financeiras e outros riscos e sobre oportunidades para suas atividades em razão de mudanças climáticas. Também não conta com procedimentos para avaliação e identificação de riscos

ambientais e sociais nas linhas de negócio da MAPFRE, embora, nesse caso, tenha como meta a aplicação de estudos para que essas avaliações de risco sejam feitas. **(GRI FS02, EC02)**

A partir da avaliação dos principais riscos e do monitoramento da conformidade (*compliance*), são elaborados planos de ação específicos. O objetivo é que oportunidades de melhoria sejam implementadas nas atividades de controle ou que eventuais desvios sejam corrigidos em tempo. Além disso, para gerar um ambiente de controle condizente com a importância dos negócios, a Empresa investe no fortalecimento do processo interno de comunicação, disseminando o conceito de gestão de riscos entre os colaboradores

O sistema de controle interno da MAPFRE é formado por elementos como objetivos estratégicos, gestão de riscos operacionais, atividades de controle, comunicação interna e ambiente de controle. A avaliação da qualidade desses elementos e a identificação de oportunidades de melhoria são feitas de forma sistemática e isenta pela Auditoria Interna, que responde diretamente à *holding* e ao Conselho de Administração, sob a coordenação do Comitê de Auditoria, formado por conselheiros independentes. A área é responsável ainda por testar, sob o conceito de *compliance*, a conformidade dos negócios e as atividades do Grupo. **(GRI 4.9)**

A frequência das auditorias leva em conta uma matriz de risco que, revisada anualmente por ocasião da elaboração do plano anual de auditoria, define as prioridades e a periodicidade com que cada processo ou subprocesso operacional deve ser auditado. Os resultados da matriz de risco são associados com os requerimentos regulamentares vigentes, que fornecem as referências sobre revisões de caráter obrigatório sob o ponto de vista do regulador, e também com demandas da *holding* e com solicitações específicas dos diversos administradores da MAPFRE. **(GRI FS09)**

Em 2010, a celebração do acordo de parceria entre a MAPFRE Seguros e o Banco do Brasil para a exploração do mercado de seguros pessoais e patrimoniais trará incremento significativo nos negócios. As atividades de gestão de riscos já consideram essa nova realidade, assim como a nova regulamentação oficial que determinou a quantificação, com reflexos no capital adicional das seguradoras, dos riscos de crédito.

Riscos Operacionais

Na MAPFRE, a gestão dos riscos operacionais é realizada com foco na identificação, avaliação e resposta às ameaças, externas e internas, aos objetivos estratégicos e às operações. Dessa forma, a Empresa mantém atualizadas as atividades de controle de prevenção de riscos não aceitos e de detecção de riscos residuais. **(GRI 4.11)**

Todo o processo de avaliação de riscos operacionais é desenvolvido pela área de Controles Internos Corporativos, que segue as orientações da *holding* espanhola, mas atua de forma independente no Brasil.



A partir de um aplicativo exclusivo denominado Riskmap, cerca de 600 fatores de risco são previamente identificados, distribuídos por tipos de risco, por áreas de risco e por processos e subprocessos operacionais. Cada um dos fatores de risco é avaliado periodicamente pela maioria dos gestores, por meio de um processo de *control-self assessment*, que resulta em mapas de risco que permitem visualizar variáveis como probabilidade de ocorrência, importância relativa e grau de controle de cada risco avaliado.

A partir daí, são estabelecidas ações para manter em equilíbrio os níveis das três variáveis, estabelecidos em cinco degraus (de muito baixo a muito alto). Além de serem obtidos por tipo de risco, por processo ou por subprocesso, os mapas de risco também podem ser visualizados desde um setor de negócio (automóvel, vida, ramos elementares, garantia, previdência, etc.), de uma atividade de *back-office* (recursos humanos, jurídico, controladoria, investimentos, etc.) ou até de uma posição consolidada do Grupo, passando em cada uma das empresas que o compõem. **(GRI 4.11)**

Riscos Financeiros

— Risco de Mercado

A MAPFRE adota políticas rígidas de controle e estratégias previamente estabelecidas e aprovadas pelo Comitê Executivo e pelo Conselho de Administração que permitem reduzir sua exposição aos riscos de mercado. As operações são controladas com as ferramentas *Stress Testing* e *Value at Risk* e, posteriormente, confrontadas com a política de controle de risco adotada, de *Stop Loss*. Além disso, apenas 5% dos recursos podem ser aplicados em papéis com riscos.

— Risco de Crédito

O Comitê de Estratégia Financeira da MAPFRE, formado por membros internos e externos, é responsável pela aprovação de qualquer risco de crédito, que precisa, inclusive, ter um *rating* mínimo local, nível A, das agências Standard & Poor's ou Moody's.

— Risco de Liquidez

Para garantir a liquidez dos recursos, a MAPFRE faz um acompanhamento e um controle minuciosos das tendências de suas carteiras, antecipando qualquer medida necessária para evitar perdas.

— Risco de Moeda

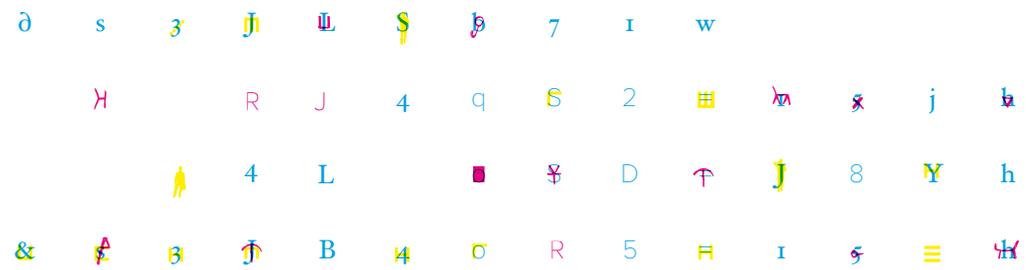
Na MAPFRE, o controle dos passivos é garantido de acordo com sua exposição, com a adoção de uma política de *hedge* de passivos em diferentes moedas e indicadores (dólar, euro, IGPM, IPCA, TR, etc.).

4.6. Sobre o Relatório

A MAPFRE divulga, pelo quinto ano consecutivo, seus resultados de acordo com as diretrizes internacionais da GRI. Neste relatório estão apresentados os resultados econômico-financeiros, sociais e ambientais das operações mantidas pela MAPFRE no Brasil relativos ao período de 1º de janeiro de 2010 a 31 de dezembro de 2010. Os resultados do Grupo são apresentados anualmente, sendo que a última edição do relatório, que compreendeu os resultados de 1º de janeiro de 2009 a 31 de dezembro de 2009, foi publicada em 23 de abril de 2010. **(GRI 3.1, 3.2, 3.3, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 3.10)**

Com o intuito de engajar os diferentes públicos de interesse da MAPFRE, a materialidade deste relatório foi avaliada a partir da realização de uma consulta aos *stakeholders* internos e externos, para levantamento dos pontos de maior relevância para esses públicos. O nível de aplicação do relatório avançou de B+ para A+ e, como na versão anterior, foi submetido à verificação externa. **(GRI 3.5, 3.11, 3.12, 3.13)**

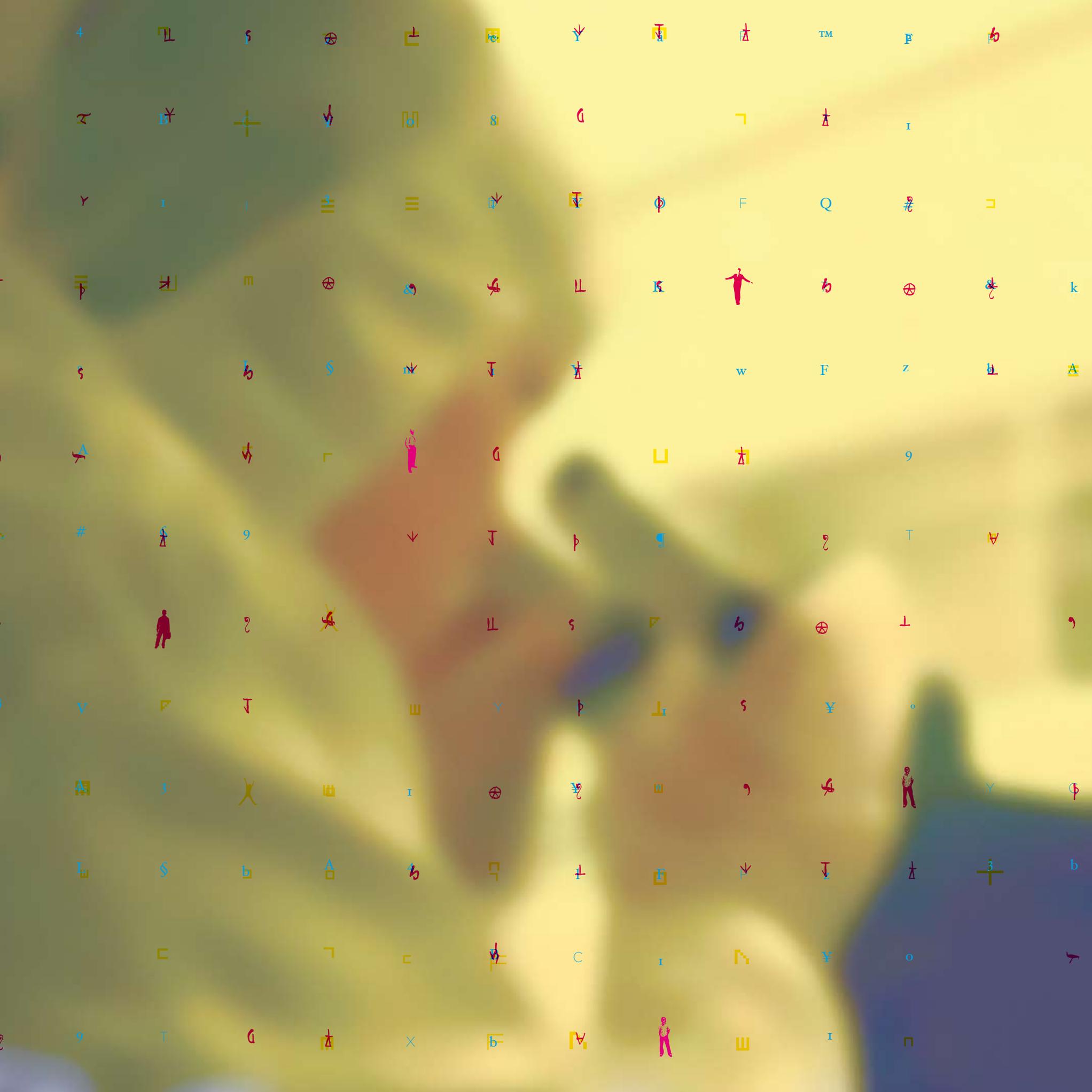
O desenvolvimento e a aprovação do conteúdo deste relatório foram coordenados pela Diretoria de Sustentabilidade e a FUNDACIÓN MAPFRE e contaram com o envolvimento de *stakeholders* internos e externos. **(GRI 3.5)**



4.7. Prêmios e Reconhecimentos (GRI 2.10)

Em 2010, a MAPFRE recebeu importantes premiações, que refletem o reconhecimento do mercado a sua atuação e ao comprometimento da Empresa com a sustentabilidade.

PRÊMIO	OUTORGANTE	DATA	DESCRIÇÃO
Top RH ADVB	Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB)	MARÇO	A área de RH da MAPFRE foi premiada com o case "Endomarketing: a Consolidação de uma Estratégia".
Segurador Brasil	Editora Brasil Notícias	MARÇO	Prêmio concedido às empresas que mais se destacaram no setor de seguros durante o ano de 2010.
Executivo de Valor	Jornal <i>Valor Econômico</i>	ABRIL	Pela quarta vez consecutiva, o presidente da MAPFRE no Brasil, Antonio Cássio dos Santos, conquistou o prêmio de Melhor Executivo do Brasil na categoria Seguros.
Troféu Gaivota de Ouro	Revista <i>Seguro Total</i> e portal <i>Planeta Seguro</i>	JUNHO	O presidente da MAPFRE no Brasil, Antonio Cássio dos Santos, recebeu o troféu na categoria Executivo de Seguros do Ano.
100 Melhores Empresas para Trabalhar	Great Place to Work	AGOSTO	A MAPFRE alcançou o 19º lugar entre as Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil.
Prêmio Ser Humano Oswaldo Checchia	Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH)	AGOSTO	A MAPFRE foi premiada com o case "Gestão do Conhecimento que Valoriza o Ser Humano".
150 Melhores Empresas para Você Trabalhar do Guia Você S/A Exame	Revistas <i>Você S/A</i> e <i>Exame</i>	SETEMBRO	Pela primeira vez, a MAPFRE foi selecionada como uma das 150 Melhores Empresas, recebendo destaque como uma das "Novatas de Peso".
150 Melhores em Gestão de Pessoas	Editora Gestão e RH	SETEMBRO	A MAPFRE foi reconhecida como uma das melhores empresas em práticas de gestão de pessoas.
Prêmio Nacional de Telesserviços	Associação Brasileira de Telesserviços	SETEMBRO	A MAPFRE foi premiada nas categorias Comunicação Interna e Externa; Responsabilidade Social; e Melhor Equipe.



5

Dimensão Social

5.1. MAPFRE e Seus Colaboradores

Ciente de que seu sucesso é decorrente, entre outros fatores, do empenho de seus colaboradores, a MAPFRE busca sempre melhorar a satisfação e a qualidade de vida de sua equipe. Como resultado, conquistou em 2010 o Prêmio Nacional de Qualidade de Vida, da ABQV (Associação Brasileira de Qualidade de Vida), e o Top RH ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil).

Ao final de 2010, contava com um total de 2.841 colaboradores efetivos, em regime de contrato por prazo indeterminado, de acordo com a CLT (Consolidação das Leis de Trabalho). Destes, 117 possuem algum tipo de deficiência. Durante o ano, 694 novos colaboradores ingressaram no Grupo, que registrou uma taxa de rotatividade de 17,13% e de absenteísmo de 6,38%. **(GRI LA1, LA2, LA7)**

Numa demonstração de que a Companhia se preocupa em contratar colaboradores provenientes das comunidades locais, em 2010 foram realizadas 17 admissões de gerentes em São Paulo. **(GRI EC7)**

Os valores de negócio, que integram o Código de Boa Governança da MAPFRE, são as referências que devem nortear a conduta de todos os colaboradores. A Empresa também conta com o Código de Ética e Bons Costumes, que busca orientar o comportamento de todas as equipes com os valores corporativos e os princípios de atuação do Grupo.

5.1.1. Compromisso com os Colaboradores

Em 2010, a MAPFRE reforçou seu compromisso com o desenvolvimento do ambiente de trabalho, com foco no tripé clima organizacional, reconhecimento pessoal e profissional e ambiente de alta performance.

A partir de uma orientação corporativa, todas as áreas da Empresa foram estimuladas a desenvolver ações específicas para contribuir com a melhoria do ambiente de trabalho e, conseqüentemente, do índice de satisfação dos colaboradores. Cada gestor teve liberdade para motivar sua equipe de trabalho da forma mais adequada a sua área, familiarizando todos os colaboradores com a estratégia de negócios da MAPFRE.

Entre as atividades desenvolvidas para garantir aproximação e motivação, destacaram-se as dinâmicas de grupo com apresentações sobre a vida e as aspirações futuras dos colaboradores, além de rodadas de café da manhã com os diretores para conversas informais e troca de experiências.

A MAPFRE foi classificada pela segunda vez consecutiva entre as 100 Melhores Empresas para Trabalhar de acordo com a organização Great Place to Work, publicado pela revista *Época*. Essa conquista foi resultado de uma pesquisa realizada a partir da percepção dos colaboradores sobre critérios como credibilidade, respeito, imparcialidade, camaradagem e orgulho, ficando na 19ª posição no *ranking*. E, pela primeira vez, entrou na lista das 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar, publicada na revista *Você S/A Exame*.

5.1.2. Integração, Comunicação e Qualidade de Vida

A qualidade de vida foi um dos focos das ações promovidas pela MAPFRE em 2010 no relacionamento com seus colaboradores. A partir do Programa Qualidade de Vida, diversas atividades foram estimuladas para sua equipe: trilha ecológica, incentivo a cuidados com a saúde física e emocional, *yoga*, dicas para a manutenção da saúde, etc. Durante uma semana, também foram realizadas diversas atividades específicas de incentivo ao bem-estar dos profissionais.

Ainda com foco na qualidade de vida, a Empresa realizou o Programa de Orientação à Saúde e Bem-Estar MAPFRE e o Programa de Bem-Estar para Gestantes, direcionados tanto para os colaboradores como para seus familiares.

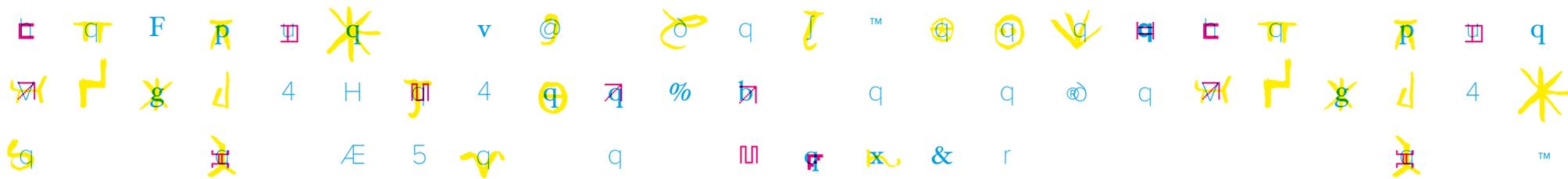
A MAPFRE também está atenta à forma pela qual o colaborador se relaciona com as pessoas a sua volta e com seu ambiente de trabalho. Por isso, para oferecer um bom ambiente de trabalho e um clima organizacional propício ao desenvolvimento, promove ações de integração, comunicação e qualidade de vida para sua equipe.

Para garantir a aproximação da alta gestão com os colaboradores, em uma comunicação aberta e direta, é realizado todo ano o Encontro de Negócios com o Presidente, quando são apresentados os resultados da Companhia, bem como os rumos e as perspectivas para os próximos meses. Em 2010, aconteceu a 7ª edição do evento, que contou com a participação de 2.000 colaboradores. **(GRI 4.16)**

O relacionamento com os colaboradores é garantido com dois importantes canais de comunicação: o Papo Aberto MAPFRE (PAM) e o Programa de Ouvidoria e Papo (POP), que oferece atendimento especializado com profissionais habilitados, como nutricionistas, advogados e psicólogos, disponível nas 24 horas para colaboradores e seus familiares. **(GRI LA8)**



Programa Qualidade de Vida.



5.1.3. Diversidade e Inclusão

Além de valorizar a diversidade, a MAPFRE procura garantir oportunidades iguais para todos, em linha com sua estratégia empresarial e em conformidade com as práticas de direitos humanos. Desde o momento da integração, os colaboradores com deficiência recebem informações sobre o posicionamento da Empresa com relação ao respeito e à valorização da diversidade.



Colaboradores MAPFRE com deficiência.

Para garantir a inclusão desse público a MAPFRE mantém uma Gerência de Diversidade, que faz o acompanhamento dos colaboradores recém-contratados, bem como de suas equipes e gestores, para assegurar que o processo de inclusão aconteça de maneira plena, com adaptação e desenvolvimento desses profissionais. **(GRI HR4)**

Em 2010, foram desenvolvidas ações para incentivar o respeito à diversidade, como matérias na revista interna *Tudo em Família* e a inclusão de parceiros do mesmo sexo nos planos de saúde e odontológico.

5.1.4. Desenvolvimento e Formação

Para incentivar a qualificação profissional de sua equipe, a MAPFRE promove cursos e treinamentos internos e mantém parcerias com universidades, para graduação e pós-graduação dos colaboradores. As ações de treinamento visam ao desenvolvimento das competências requeridas pelo negócio e são realizadas por meio de atividades internas, externas e de *e-learning*.

Em 2010, cada colaborador recebeu aproximadamente 21,20 horas de formação. Com foco em Formação Comercial, todos os colaboradores da rede MAPFRE participaram de treinamento presencial sob a temática "Produtividade: uma questão de atitude! .

Durante o ano também foram realizados os seguintes treinamentos para os colaboradores da área Comercial: **(GRI LA10)**

Formação corporativa

- Presencial: 507 colaboradores – total de 2.627 horas.
- Multimídia: 527 colaboradores – total de 1.033 horas.

Formação técnica

- Presencial: 560 colaboradores – total de 1.317 horas.
- Multimídia: 499 colaboradores – total de 998 horas.

Formação comercial

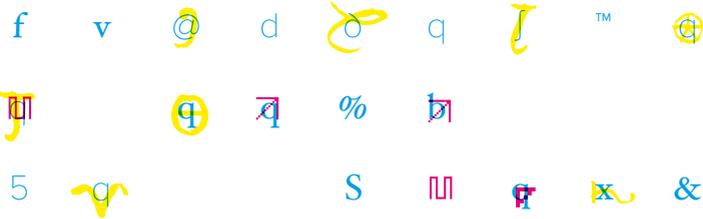
- Presencial: 1.610 colaboradores – total de 2.742 horas.
- Multimídia: 1.488 colaboradores – total de 2.938 horas.



Grupo de colaboradores em treinamento.

Para identificar e compreender a real contribuição de cada colaborador para as conquistas da Organização, a MAPFRE adota um modelo de gestão de desempenho e, por meio do Sistema de Gestão de Desempenho, são observados tanto o rendimento de cada colaborador (cumprimento de objetivos), como seu comportamento (competências, condutas, atitudes, habilidades).

Todos os colaboradores efetivos realizam avaliações regulares de desempenho. A Empresa conta com vários programas de desenvolvimento profissional, como o PDL1, focado na formação de supervisores, coordenadores e gerentes, que totalizou 125 pessoas formadas em 2010; o PDL2 – *workshop* "O Líder Coach", com foco na formação da liderança, que contou com um total de 79 pessoas formadas no ano; e o PDM (Programa de Desenvolvimento de Multiplicadores), focado no desenvolvimento de habilidades de comunicação, totalizando 88 pessoas formadas. Em 2010, foi registrada ainda a participação de um colaborador no programa de formação para gestão do final da carreira profissional. Ao todo, foram 10 encontros, com um total de 20 horas. **(GRI LA12)**



Com relação aos processos para capacitação de pessoal na implementação das políticas ambientais e sociais, em 2010 a MAPFRE iniciou um processo de disseminação de informações sobre possíveis impactos socioambientais nos negócios específicos do Grupo e seus clientes. Para 2011, a meta é ampliar os *workshops* para toda a Empresa. **(GRI FS4)**

5.1.5. Cidadania

Em 2010, foi lançado o Programa de Voluntariado MAPFRE, desenvolvido a partir do Programa Ação Social, que é realizado há seis anos e envolve colaboradores de todo o Brasil. A iniciativa teve grande repercussão, com a realização de campanhas de doações para a Região Nordeste, com foco nos Estados de Alagoas e Pernambuco, e para a Região Sudeste, para as cidades do Rio de Janeiro que sofreram com fortes chuvas em 2010. Um dos destaques foi a intensa participação de diversos setores da Empresa, como a área de Tecnologia da Informação.

O programa conta com um sistema que permite aos colaboradores identificar as oportunidades de atuação voluntária e as organizações que necessitam de doações em todo o País, o que resultou em mais de 58.000 ações e doações em 2010. **(GRI 4.16)**

Após o lançamento do programa, em agosto, foi registrado um crescimento de 500% nas doações, além do aumento das entidades atendidas pelo Brasil, que ao final de 2010 totalizavam 81 organizações.

5.1.6. Remuneração e Benefícios

Entre os benefícios oferecidos pela MAPFRE a seus colaboradores, destacam-se Seguro de Vida, Seguro Decesso, Plano de Previdência Privada, Empréstimo Consignado e Complemento Salarial. A Empresa também conta com o POP, composto de programas de aconselhamento, assistência social, antiestresse, nutricionista, mapeamento de saúde, prevenção e controle de risco para os colaboradores, familiares e membros da comunidade. **(GRI LA08)**

Os colaboradores têm livre direito de associação e negociação coletiva e todos estão cobertos pelas negociações coletivas fechadas com os sindicatos. Em caso de mudanças organizacionais, há especificações nos convênios coletivos e aviso prévio para os profissionais. **(GRI HR5, LA4, LA5)**

A MAPFRE também oferece a toda a sua equipe o MAPFRE PREV, plano de previdência privada com contribuição definida, que possui coberturas de risco para os colaboradores, as quais podem ser contratadas opcionalmente, com possibilidade de escolha. **(GRI EC3)**

Em 2010, não foram registrados na MAPFRE casos de discriminação, nem multas e sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos. **(GRI S08)**



Lançamento do Programa de Voluntariado.

5.2. MAPFRE e Seus Clientes

Além de oferecer produtos e serviços de qualidade a custos competitivos, a MAPFRE também se preocupa em construir relações sustentáveis com seus clientes. Com foco nesse posicionamento, a atuação da Empresa perante seus clientes é direcionada para quatro âmbitos:

- atendimento às necessidades dos clientes;
- acesso a produtos e serviços financeiros;
- desenvolvimento de produtos e inovações;
- aproximação, comunicação e fidelização de clientes.

Tipo de negócio / Ramo	Número de clientes / apólices
Automóveis	Clientes: 1.106.144
Residência	Clientes: 241.705
Condomínios	Clientes: 23.801
Empresas, pequenas e médias empresas e negócios agropecuários	Clientes: 21.706
Decessos (e serviços funerários)	Apólices: 483.179
Vida (e acidentes pessoais, desgravame, seguros coletivos de vida, rendas vitalícias, acidentes de trabalho, fundos de investimento e pensões)	Apólices: 10.592.614

5.2.1. Atendimento às Necessidades dos Clientes

A MAPFRE tem incorporada à sua missão a provisão de soluções em seguros, produtos financeiros e serviços para preservar a estabilidade socioeconômica de seus clientes. Para isso, sempre leva em consideração as necessidades deles no processo de desenvolvimento de seus produtos, que são criados com foco específico no perfil de cada público.

Um público específico que recebe atenção especial da MAPFRE são as mulheres. Atenta às necessidades dessas consumidoras, a Empresa desenvolveu um seguro especial para elas, o MAPFRE Vida Mulher, que, além de contar com as coberturas dos planos de vida convencionais, possibilita uma proteção extra para o caso de diagnóstico de câncer de mama ou de colo do útero, antecipando 100% da indenização para o tratamento dessas doenças.

Em 2010, não houve nenhum registro de descumprimento da regulação do Código de Defesa do Consumidor. **(GRI PR9)**

As informações sobre as fases do ciclo de vida de produtos e serviços e o tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem não se aplicam à MAPFRE, em razão da natureza de seu negócio. **(GRI PR1, PR3)**

5.2.2. Acesso a Produtos e Serviços Financeiros

Garantir que consumidores tradicionalmente não atendidos pelo mercado segurador tenham acesso aos produtos e serviços financeiros é um dos objetivos que levam a MAPFRE a participar de comissões da Fenaprevi (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida) e de eventos internacionais que tratam do desenvolvimento e da formalização do mercado de microsseguros, direcionado a esse perfil de cliente. A Empresa participa com sugestões de atuação para esse tipo de seguro, a fim de contribuir para sua regulamentação em toda a América Latina.

Em 2010, foi desenvolvido um conjunto de seguros, com aportes de valores menores, que permitem dar proteção a um público economicamente desprivilegiado e que não tinha acesso ao mercado de seguros. Os produtos e serviços do ramo de vida, por exemplo, registraram prêmios relevantes, como CrediAmigo (R\$ 1.979 mil), Proteção Financeira (R\$ 100.570 mil), Vida Protegida e Premiada (R\$ 249.355 mil) e Conta Protegida Telefônica (R\$ 425 mil). **(GRI FS7, FS13, FS14)**

5.2.3. Aproximação, Comunicação e Fidelização de Clientes

Para estreitar o relacionamento e garantir um atendimento mais personalizado a seus clientes, a MAPFRE oferece uma série de serviços e vantagens aos segurados.

Investe na infraestrutura das comunidades em que está inserida por meio do AutoMais Serviços, que leva às cidades postos de verificação de itens de segurança dos veículos. Além disso, parte dos recursos financeiros conquistados com projetos de ecoeficiência implementados por meio do Programa ECO MAPFRE é destinada ao Villa Ambiental – um espaço pioneiro montado no Parque Villa-Lobos, em São Paulo, que contribui com a disseminação de conceitos ambientais. **(GRI EC8)**

Toda a comunicação dos produtos e serviços ao segurado MAPFRE é feita de forma ética, de acordo com as normas do Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) e com as circulares SUSEP 256/04 e 369/08, que regulamentam a propaganda e a publicidade de produtos e serviços no segmento de seguros. **(GRI PR6)**



5.3. MAPFRE e Seus Corretores e Parceiros de Negócio

Para garantir uma atuação comercial equilibrada e sustentável, a MAPFRE investe no desenvolvimento de seus parceiros de negócio, buscando fomentar a sustentabilidade em toda a cadeia de valor, a partir de quatro aspectos:

- desenvolvimento dos parceiros de negócio e corretores;
- relacionamento;
- fomento de sustentabilidade na cadeia de valor;
- minimização de impactos ambientais na cadeia de valor.

Como ferramenta de complemento à formação de corretores, a MAPFRE disponibiliza, a cada trimestre, a revista *Negócios* – nas versões impressa e eletrônica –, que aborda assuntos e tendências do segmento de seguros. Outro veículo de comunicação é a *newsletter Max MAPFRE*, que informa os corretores sobre as notícias do mercado e serviços de seguro de sua região de atuação.

Para incentivar o melhor desempenho de seus prestadores de serviços, foi lançado em 2010 o projeto Amigos do Peito, que tem como objetivo aperfeiçoar, incentivar e capacitar os profissionais das Oficinas Mais, da Assistência 24h Auto e os colaboradores que realizam as vistorias. Aqueles que obtiveram melhor desempenho receberam TVs de LCD de 32”, bicicletas infantis, caixas de ferramentas, entre outros prêmios.

Na contratação de seus parceiros de negócio, a MAPFRE não possui nenhum procedimento formalizado para a avaliação de critérios relacionados a direitos humanos. No entanto, a contratação de prestadores de serviços é respaldada pela solicitação de documentação específica, para garantir a contratação de mão de obra adulta e sem trabalho escravo – os profissionais dessas empresas têm que ser registrados. A MAPFRE ressalta ainda seu compromisso em relação aos direitos da criança e do adolescente nos pedidos de compras e adota políticas específicas para contribuir com a erradicação do trabalho infantil e forçado ou análogo ao escravo, mediante a inclusão de cláusulas próprias nas propostas e nos contratos que celebra. **[GRI HR6, HR7, HR1, HR2]**

Os parceiros de negócio da MAPFRE são selecionados por processo transparente e igualitário. Com a emissão de carta-convite, os potenciais fornecedores participam dos processos de seleção e contratação, consulta ao Serasa, realização de visitas técnicas e análise de atestados de capacitação técnica. Sempre que possível, a Empresa privilegia a escolha de fornecedores locais, mas não contabiliza a participação desses fornecedores em sua base. **[GRI EC6]**

5.4. MAPFRE e Seus Fornecedores

Em 2010, com a evolução do Programa Sustentabilidade na Cadeia de Valor, a MAPFRE deu um passo importante para tornar mais sustentável parte dos processos da indústria do setor de seguros. O objetivo desta iniciativa é mapear as práticas socioambientais de seus fornecedores e parceiros de negócio, bem como ampliar os conceitos de sustentabilidade já existentes nestas companhias. Como parte da política de engajamento de *stakeholders* da Empresa, durante o mês de agosto foi realizado um *workshop* de sustentabilidade com os fornecedores da MAPFRE, que teve alguns resultados efetivos, como no caso da empresa AMA Serviços Personalizados, que após o *workshop* incorporou melhorias em seus processos, atendendo para quesitos socioambientais não considerados anteriormente. **[GRI FS05]**

A ação com os fornecedores busca alinhar as práticas adotadas pelas empresas com as diretrizes internacionais de responsabilidade social corporativa seguidas pela MAPFRE, que incluem desde o cumprimento de leis e normas até o respeito aos direitos dos trabalhadores, atuação respeitosa perante o meio ambiente, adoção de práticas responsáveis na cadeia de valor, combate a qualquer forma de corrupção, entre outros cuidados.

A MAPFRE interage com empresas de sua carteira institucional no que diz respeito a questões ambientais e sociais. Exemplo disso é a parceria com o Banco do Nordeste, por meio do produto CrediAmigo, para oferecer microsseguros para pessoas com menos acesso a esses serviços. **[GRI FS10]**



Workshop com fornecedores.



5.5. MAPFRE na Comunidade

Com atuação nacional, a MAPFRE mantém presença física em cidades de todos os portes e tamanhos. Por considerar seu entorno de grande importância para o desenvolvimento do negócio, a Empresa procura estreitar o relacionamento com as comunidades onde está inserida por meio de iniciativas como o PIP – Programa de Inserção Profissional, que combina a inclusão no mercado de trabalho com as demandas de crescimento e contratação da MAPFRE e do mercado.

O PIP conta com o apoio de empresas parceiras, que enriquecem e ampliam a atuação do programa, viabilizando a capacitação profissional de jovens, adultos e pessoas com deficiência. Além disso, essa é uma aplicação prática dos Objetivos do Milênio da ONU pela MAPFRE: todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento. **(GRI FS1)**

Em 2010, 164 pessoas foram capacitadas pelo PIP, que aproximou sua relação com a Secretaria de Emprego e Relações de Trabalho do Governo do Estado de São Paulo.



Participantes do PIP.

5.6. MAPFRE na Sociedade

Em seu relacionamento com a Sociedade, a MAPFRE procura contribuir para o bem-estar das gerações atuais e futuras. Com base nesse princípio, a Empresa direciona sua atuação para três áreas específicas:

- fomento a políticas públicas e parcerias com entidades de referência;
- formação para gerações futuras;
- mobilização para o envelhecimento ativo e saudável.

A. Fomento a Políticas Públicas e Parcerias com Entidades de Referência

A relação da MAPFRE com o poder público e a Sociedade civil organizada é viabilizada a partir de parcerias mantidas com entidades governamentais e organizações de incentivo à cultura e à assistência social.

Em linha com seus valores e princípios institucionais, a Empresa procura apoiar políticas públicas e atender às demandas da Sociedade. Como resultado, os programas e projetos socioambientais patrocinados ou desenvolvidos pela MAPFRE tendem a ser mais perenes e abrangem um número expressivo de pessoas.

A relação com o terceiro setor e com os governos municipais, estaduais e federal é apartidária e sujeita a critérios de seleção técnicos, suportados por especialistas em assuntos como educação ambiental, viária, cultura e envelhecimento ativo. A composição de iniciativas de responsabilidade social em conjunto com academias, governos e o terceiro setor (veja lista com os principais parceiros no capítulo 7 – Informações Complementares) possibilita o atendimento às demandas de seus *stakeholders* e o desenvolvimento de iniciativas de impacto positivo para o desenvolvimento sustentável. **(GRI 4.15 e S05)**

A questão da política de voto aplicada às questões ambientais ou sociais para as ações sobre as quais as organizações detêm o direito de voto ou aconselhamento não se aplica à MAPFRE. **(GRI FS12)**

Por meio do Fundo Municipal da Criança e do Adolescente (FUMCAD), a Empresa apoia entidades não governamentais que realizam trabalhos de inserção social de crianças e adolescentes com o objetivo de promover impactos positivos na Sociedade. Em 2010, participaram do programa: AACD (Associação de Assistência à Criança com Deficiência), Centro de Promoção Social Bororé, Ação Comunitária do Brasil e Lar Escola São Francisco.

B. Formação para Gerações Futuras

A MAPFRE também desenvolve ações educacionais que têm como objetivo contribuir com a formação e a consequente inserção das gerações futuras na Sociedade, em diferentes frentes:

— Educação Financeira **(GRI FS16)**

Com o crescente acesso de grande parte da população a produtos financeiros, como financiamento de automóveis e casas e até apólices de seguros e previdência privada, a MAPFRE se preocupa em garantir o nível de compreensão desse público sobre investimentos e as possibilidades de proteção ao patrimônio. Para isso, utiliza em seu *site* institucional uma linguagem mais fácil e transparente para temas como finanças, investimentos e seguros, desmistificando a terminologia utilizada no mercado e promovendo maior aproximação com os segurados e a Sociedade.

Em 2010, foi lançado o curso Gestão Financeira Pessoal, para que os colaboradores aprendam a se organizar, controlar o orçamento familiar e planejar o futuro. O curso é uma das ferramentas utilizadas pela Empresa para disseminar o conceito de educação financeira entre os colaboradores. Desde que foi lançado, em setembro, até o final do ano, 526 pessoas haviam realizado o curso, que possui carga horária de 1,30h.

Diante dos casos mais críticos de endividamento, o Serviço Social da MAPFRE atua para identificar as causas dos problemas financeiros, oferecer orientação e ajudar o colaborador endividado a organizar suas finanças pessoais, dando o primeiro passo em direção à resolução das dívidas, desenvolvendo um planejamento orçamentário pessoal e recuperando sua autoestima. Os gestores estão orientados a conversar com todos os colaboradores que necessitam de ajuda, encaminhando os casos mais complicados ao Serviço Social.

Além do Serviço Social, os colaboradores com problemas financeiros também podem contar com os profissionais do POP – Programa de Ouvidoria e Papo, que disponibilizam um serviço de planejamento orçamentário sigiloso.

— Educação e Cultura

Inserir o cinema no processo educacional formal, com a participação de alunos, professores e familiares, é o objetivo central do programa Cine Educação, patrocinado pela MAPFRE desde 2005.



Capacitação do Programa Cine Educação.

Com a aplicação prática do princípio “Educação básica de qualidade para todos”, a iniciativa reafirma o compromisso da MAPFRE com os Objetivos do Milênio da ONU. Em 2010, foram realizadas 93 sessões, com 7.119 alunos atendidos e 98 professores capacitados presencialmente. Foi realizada ainda uma parceria com a revista *Nova Escola* – Fundação Victor Civita, com a publicação, no mês de maio, de um encarte com o material pedagógico sobre o filme *Castelo Rá-Tim-Bum*, com distribuição de 266.000 exemplares.

O programa permitiu ainda que mais de 798 mil professores de escolas de todo o País tivessem acesso a um repertório qualificado para trabalhar temas abordados em filmes nas salas de aula.

A MAPFRE também apoia diversas iniciativas nas áreas de literatura, artes cênicas, artes plásticas e música, buscando ampliar o interesse e o acesso do público a atividades culturais. É o caso da parceria estabelecida com a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (OSESP), materializada com o apoio a uma série

de concertos na Sala São Paulo e à realização de aulas de educação musical para cerca de 1,2 mil crianças, e com a Pinacoteca do Estado de São Paulo, a partir do patrocínio de exposições das obras do artista plástico brasileiro Cândido Portinari, dos fotógrafos peruanos Irmãos Vargas e de artistas abstratos do Brasil e da Venezuela com a mostra “Desenhar no Espaço”.

C. Mobilização para o Envelhecimento Ativo e Saudável

O respeito e a preocupação com o bem-estar das pessoas de terceira idade também faz parte do posicionamento da MAPFRE na Sociedade. A principal ação patrocinada, pelo sexto ano consecutivo, pela Empresa para esse público é o Cine Maior Idade, que busca fortalecer a rede de atendimento aos idosos. **(GRI S01)**

A iniciativa contribui para o alinhamento da MAPFRE com seus princípios internacionais de sustentabilidade e para seu compromisso com o Pacto Global (Direitos Humanos). Clientes, colaboradores, parceiros de negócio e a Sociedade são beneficiados por esta iniciativa, que transforma conceitos de desenvolvimento sustentável em resultados efetivos para a cultura e o envelhecimento com qualidade.

Em 2010, o programa consolidou parcerias com a SMADS (Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento de São Paulo), com Oficinas Culturais da Terceira Idade do Estado de São Paulo e com a Secretaria Municipal de Assistência Social de Santos. Ao todo, foram realizadas 53 sessões durante o ano, com a formação de 110 técnicos e 2.438 idosos atendidos. Além disso, foram realizados cinco ciclos de debates/encontros – um programa-piloto criado para contribuir com soluções para a demanda existente na formação do público com interesse em envelhecimento ativo.



Sessão do Programa Cine Maior Idade.

6

Dimensão Ambiental

Com a adoção de uma política de meio ambiente focada na prevenção, a MAPFRE pode expandir suas operações e, ao mesmo tempo, preservar o compromisso com a sustentabilidade ambiental.

Além de desenvolver e implementar ações ecoeficientes, a Empresa atua como fomentadora de boas práticas ambientais entre seus colaboradores, parceiros de negócio, clientes, comunidades e a Sociedade. Em 2010, não foram recebidas multas ou sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos ambientais. **(GRI EN28)**

A atuação ambiental da MAPFRE é direcionada para:

- estudos e serviços voltados para minimizar os riscos socioambientais;
- compras ambientalmente responsáveis;
- uso consciente de recursos;
- descarte ambientalmente adequado;
- formação e educação ambiental;
- política ambiental e energética.

6.1. MAPFRE e o Meio Ambiente

6.1.1. Estudos e Serviços Voltados para Minimizar os Riscos Socioambientais

Promover e incentivar boas práticas ambientais de redução de impactos, mitigação de riscos e conscientização entre seus colaboradores, clientes, parceiros de negócio e a Sociedade. Este é o posicionamento da MAPFRE, que não possui imóveis próprios, arrendados ou administrados dentro de áreas protegidas, áreas de alto índice de biodiversidade ou adjacentes a elas. Seus produtos e serviços também não causam impacto algum em áreas protegidas ou de alto índice de biodiversidade. **(GRI EN11, EN12)**

Atualmente, a Empresa não possui estudos desenvolvidos que meçam a emissão de gases do efeito estufa e a emissão de substâncias destruidoras da camada de ozônio. E, pelas características do setor de sua atuação, o consumo de energia indireto e a questão de derramamentos significativos não se aplicam à MAPFRE. **(GRI EN4, EN16, EN17, EN19, EN20, EN23)**

6.1.2. Compras Ambientalmente Responsáveis

Na MAPFRE, a área de compras também é responsável por fazer uma análise rígida das solicitações de materiais feitas pelas demais áreas, ajustando a quantidade solicitada a fim de evitar desperdícios. A Empresa também prioriza, quando possível, a aquisição de itens produzidos a partir de material reciclado. Em 2010, 97% do material de folheteria utilizado foi proveniente de reciclagem, 1% de papel certificado com selo FSC e 2% de papel sem certificação. Além disso, foi mantido o incentivo à utilização do biocombustível e implantado um programa de coleta de pilhas e baterias (Recicla MAPFRE), que resultou na reciclagem de 133,5 kg em 2010. **(GRI EN2, EN26)**

6.1.3. Uso Consciente de Recursos

Para atender à demanda latente dos clientes por iniciativas sustentáveis, a MAPFRE conta com o Programa ECO MAPFRE, que incentiva o desenvolvimento de ações de ecoeficiência nos processos e procedimentos internos da Empresa para reduzir o consumo de recursos, como papel e tinta de impressão.

Em 2010, foi lançada uma campanha integrada ao programa que premiou os segurados que tiveram seus automóveis aprovados na Inspeção Veicular Ambiental, obrigatória na cidade de São Paulo, com o direito a um bônus com o dobro do valor pago na taxa da inspeção (R\$ 113,00) para ser utilizado como desconto na renovação ou na contratação de um novo seguro da Empresa. **(GRI FS8)**

Durante o ano, foram consumidos pela MAPFRE 1.310 litros de óleo diesel e 56 toneladas de papel. Ao mesmo tempo, foram produzidos 35.260 kg de lixo não reciclável e 1.920 kg de resíduos perigosos. **(GRI EN1, EN22)**

Com relação ao uso de energia elétrica, foram consumidos 1.837.024,50 kWh/ano apenas pelo Edifício MAPFRE, onde está localizada a sede da Empresa, em São Paulo. O consumo de água foi de 4.968 m³ da SABESP/ano, enquanto o descarte de água foi de 4.737 m³, referente a esgoto do poço artesiano. **(GRI EN3, EN8, EN21)**

Atualmente, não existem processos formais de monitoramento da implementação e do cumprimento de exigências ambientais e sociais, embora a Empresa tenha como meta para 2011 a realização de estudos para a avaliação de riscos, englobando um plano de monitoramento para essas questões. **(GRI FS3)**

6.1.4. Descarte Ambientalmente Adequado

O Projeto Reciclagem, que tem como objetivo implementar a coleta seletiva de materiais recicláveis nos escritórios da MAPFRE, obteve resultados positivos em 2010, com a reciclagem de diversos materiais, como: papel (32.748 kg), plástico (6.028 kg), vidro (259 kg), *toners* (483 carcaças), pilhas e baterias (133,5 kg). **(GRI EN27)**

6.1.5. Formação e Educação Ambiental

O Villa Ambiental é um espaço pioneiro montado no Parque Villa-Lobos, em São Paulo, que contribui com a disseminação de conceitos de preservação do meio ambiente e melhoria da qualidade de vida. Lançado em março de 2009, o projeto é parte do Programa Criança Ecológica, desenvolvido pela Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo em parceria com a MAPFRE.

O local permite o desenvolvimento de atividades lúdicas e dinâmicas, com pedagogia elaborada a partir de ferramentas de aprendizado da educação ambiental, abordando questões importantes para a preservação do planeta, como água, fauna e flora, poluição e aquecimento global. Em 2010 o projeto recebeu 8.348 crianças e 2.734 adultos, entre pais, professores e acompanhantes. **(GRI EC8)**

Em 2010, a MAPFRE realizou o I Prêmio MAPFRE de Educação Ambiental, uma iniciativa desenvolvida para as escolas que visitaram o Villa Ambiental e inscreveram projetos de ação ambiental exemplar. Ao todo, foram apresentados projetos de 15 escolas, sendo que cinco foram premiados com filmadora, tela de projeção e projetor multimídia, *notebooks* para os professores e turmas premiadas, conjunto de pintura e desenho para os alunos e troféus.



Alunos no Villa Ambiental.

6.2. Política Ambiental e Energética

A MAPFRE trabalha para gerar valor a seus acionistas e aos que participam ou colaboram com suas atividades, com a prestação de serviços de qualidade à Sociedade. Nesta integração com a sustentabilidade, todos os que participam da gestão da Empresa contribuem com a adoção de uma postura responsável e ética, que pressupõe um compromisso firme com a preservação do meio ambiente e a promoção da economia e da eficiência energética.

Este compromisso se materializa com a incorporação do meio ambiente e da energia no negócio, o desenvolvimento de ações energéticas e de gestão ambiental e a promoção da responsabilidade ambiental e energética na Sociedade.

6.2.1. Incorporação do Meio Ambiente e da Energia no Negócio

- Aplicação de critérios ambientais e energéticos nos processos de planejamento e tomada de decisões sobre questões que possam causar impactos ambientais e energéticos, como mensuração de investimentos, seleção de fornecedores ou gestão de imóveis e propriedades.
- Desenvolvimento de produtos e serviços que contribuam para a melhoria da gestão de risco ambiental e do consumo sustentável de energia na Sociedade.

6.2.2. Gestão Ambiental e Energética

- Cumprimento da legislação ambiental e energética que é aplicável a sua atividade, assim como outros compromissos adquiridos de forma voluntária, e adoção de medidas para a melhoria contínua de seu comportamento nesse âmbito, com o desenvolvimento de um Sistema Integrado de Gestão Ambiental e Energética, que determine metas periódicas cujo cumprimento é verificado por auditorias.
- Utilização de forma racional dos recursos, minimizando o consumo de água, papel e energia, reduzindo a geração de resíduos e emissões e favorecendo a reciclagem, por meio da implementação de boas práticas ambientais e de economia e eficiência energética; além da busca por soluções tecnológicas ecoeficientes para edifícios, que permitam um ótimo desempenho energético.
- Uso dos meios necessários para assegurar que essa Política Ambiental e Energética seja de conhecimento de todos os colaboradores e esteja à disposição do público, com informação periódica dos progressos obtidos em sua gestão ambiental e energética.

6.2.3. Promoção da Responsabilidade Ambiental e Energética

- Disponibilização de recursos aos colaboradores para que participem da realização dos objetivos ambientais e energéticos da MAPFRE e contribuam com o desenvolvimento sustentável.



— Desenvolvimento de ações para promover maior conscientização ambiental e energética da Sociedade, por meio de atividades de educação, sensibilização e divulgação destinadas a diferentes grupos, bem como a promoção de boas práticas ambientais e de desempenho e economia energética entre clientes e fornecedores.

— Contribuição para pesquisa, desenvolvimento e difusão do conhecimento científico e tecnológico que tenham como finalidade a preservação do meio ambiente e dos recursos energéticos e participação em organismos e fóruns nacionais e internacionais que promovam e apoiem o desenvolvimento de iniciativas para sua proteção.

DIRETRIZ	AÇÕES	RESULTADOS
1. Incorporação do Meio Ambiente e da Energia no Negócio	Campanha ECO MAPFRE	Os segurados que tiveram seus automóveis aprovados na Inspeção Veicular Ambiental, obrigatória na cidade de São Paulo, ganharam um bônus com o dobro do valor pago na taxa da inspeção (R\$ 113,00) para ser utilizado como desconto na renovação ou na contratação de um novo seguro.
2. Gestão Ambiental e Energética	Programa de Reciclagem	Em 2010, a MAPFRE realizou a reciclagem de materiais como papel (32.748 kg), plástico (6.028 kg), vidro (259 kg), toners (483 carcaças), pilhas e baterias (133,5 kg).
	Compra Responsável	Em 2010, 97% do material de folheteria utilizado pela Empresa foi proveniente de reciclagem.
3. Promoção da Responsabilidade Ambiental e Energética	Villa Ambiental	Espaço montado no Parque Villa-Lobos, em São Paulo, em funcionamento desde março de 2009. Contribui com a disseminação de conceitos de preservação do meio ambiente e melhoria da qualidade de vida. O local permite o desenvolvimento de atividades lúdicas e dinâmicas, com a abordagem de questões importantes para a preservação do planeta, como água, fauna e flora, poluição e aquecimento global. Em 2010, o projeto recebeu 8.348 crianças e 2.734 adultos, entre pais, professores e acompanhantes.
	I Prêmio MAPFRE de Educação Ambiental	Cinco escolas foram premiadas, na primeira edição do evento, com filmadora, tela de projeção e projetor multimídia, notebooks para os professores e turmas premiados, conjunto de pintura e desenho para os alunos e troféus.



7

Informações Complementares

7.1. Principais Associações (GRI 4.13)

ASSOCIAÇÕES	DESCRIÇÃO
CNSeg – Confederação Nacional de Seguros, Resseguros, Previdência Privada Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização	Contribuir para a organização do mercado de seguros, com a definição de políticas, práticas e ações que preservem os interesses das seguradoras e agreguem valores à Sociedade brasileira.
SINDSEG – Sindicato das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização (SP, RJ, RS, PR, SC, MG e PE)	Contribuir para a organização do mercado de seguros, com a definição de políticas, práticas e ações que preservem os interesses das seguradoras e agreguem valores à Sociedade brasileira.
FENAPREVI – Federação Nacional de Previdência Privada e Vida	Contribuir para o mercado de vida e previdência.
FENSEG – Federação Nacional de Seguros Gerais	Contribuir para o mercado de seguros gerais.
FUNENSEG – Fundação Escola Nacional de Seguros	Contribuir para que a entidade cumpra os projetos aprovados pelo Conselho de Administração.
SBCS – Sociedade Brasileira de Ciências do Seguro	Contribuir para que a entidade cumpra os projetos aprovados pelo Conselho de Administração.
Instituto São Paulo contra a Violência (Disque-Denúncia)	A MAPFRE é mantenedora do instituto, contribuindo economicamente para a realização de seus projetos.
Clubes de Vida em Grupo de SP, RJ, RS e PR	Contribuir economicamente para que os clubes alcancem seus objetivos.
LIMRA – Life Insurance Marketing Research Association	Promover o desenvolvimento e o aprimoramento das atividades de seguro de vida e previdência no mundo.
LOMA – Life Office Management Association	Promover o desenvolvimento e o aprimoramento das atividades de seguro de vida e previdência no mundo.
ABGR – Associação Brasileira de Gerência de Riscos	Contribuir para o desenvolvimento de ações, inclusive economicamente, apoiando seus projetos.
ABRAMET – Associação Brasileira de Medicina de Tráfego	Contribuir para o Núcleo de Pesquisa em Segurança Viária, oferecendo apoio científico e prestando serviços ligados às áreas de segurança e medicina do tráfego.

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas	Auxiliar nos trabalhos técnicos e receber informações de novas normas brasileiras com maior agilidade.
AEA – Associação Brasileira de Engenharia Automotiva	Participar de discussões técnicas sobre temas automotivos promovidas pela associação e das comissões técnicas da entidade.
ABT – Associação Brasileira de Telesserviços	Promover o desenvolvimento e o aprimoramento das atividades de <i>telemarketing</i> no Brasil.
Câmara Oficial Española de Comercio en Brasil.	Contribuir para discussões e decisões de relevância para as relações econômicas e comerciais entre Brasil e Espanha.
FENACAP – Federação Nacional de Capitalização	Contribuir para discussões e decisões de relevância na área de capitalização.
FIEDS – Federação Internacional de Empresas de Seguros	Promover o desenvolvimento e o aprimoramento das atividades de seguro no Brasil.
Instituto Ethos	Promover o desenvolvimento e a construção de uma Sociedade sustentável.
Fundação ABRINQ	Promover a defesa dos direitos e o exercício da cidadania da criança e do adolescente.



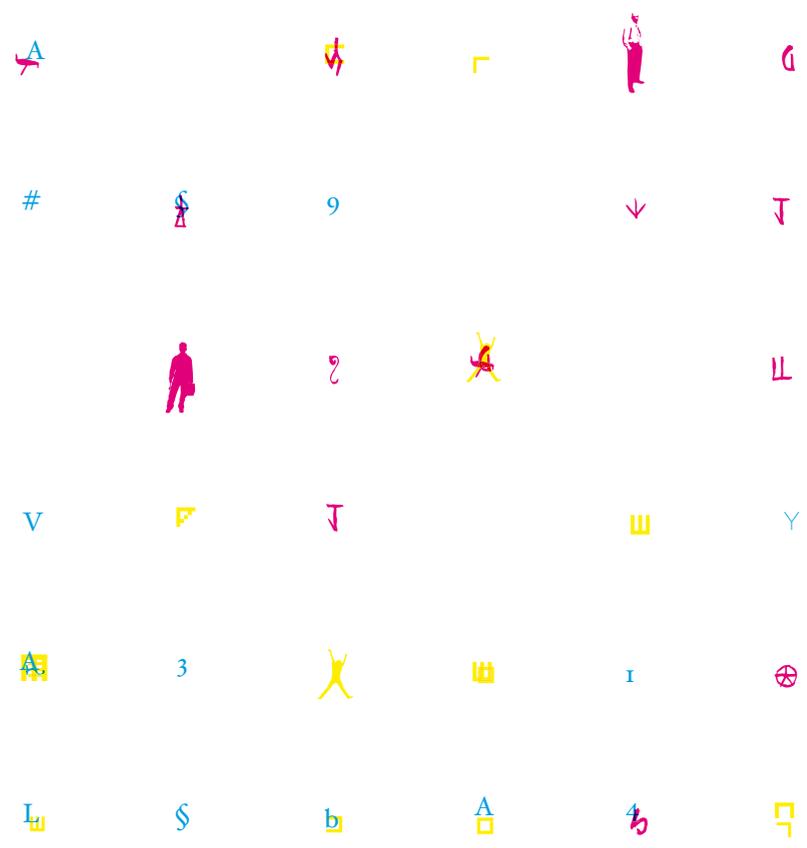
Principais Parceiros nas Ações de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE

Parcerias com Governos

- Ministério da Cultura;
- Cinemateca Brasileira / Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura;
- Fundo de Solidariedade e Desenvolvimento Social e Cultural do Estado de São Paulo;
- Secretaria de Assistência e Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo;
- Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo – Oficina Cultural da Terceira Idade;
- Secretaria da Educação do Estado de São Paulo;
- Secretaria do Emprego e Relações de Trabalho do Estado de São Paulo;
- Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo;
- Prefeitura Municipal de Bragança Paulista – Secretaria de Educação;
- Prefeitura Municipal de Diadema – Secretaria de Educação;
- Prefeitura Municipal de Guarulhos – Secretaria de Educação;
- Prefeitura Municipal de São Paulo – Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social;
- Prefeitura Municipal de São Paulo – Secretaria Municipal de Participação e Parceria.

Parcerias com Instituições

- Associação Amigos das Oficinas Culturais do Estado de São Paulo;
- Conselho Municipal de Assistência Social de São Paulo;
- Fundação Abrinq;
- Fundação para o Desenvolvimento da Educação;
- Instituto Ethos;
- Lar Escola São Francisco;
- PUC (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo) – Núcleo de Estudos e Pesquisa do Envelhecimento;
- ONU – Organização das Nações Unidas.



7.2. Índice de Indicadores GRI e Princípios do Pacto Global

O índice remissivo GRI é utilizado para mostrar os indicadores da Global Reporting Initiative (GRI) que foram respondidos neste relatório da MAPFRE. A tabela mostra as páginas do relatório que contêm informações que respondem a cada indicador. [\(GRI 3.12\)](#)

REFERÊNCIA	INDICADOR	PACTO GLOBAL	PÁGINA
ESTRATÉGIA E ANÁLISE			
GRI 1.1	Declaração do presidente.		5
GRI 1.2	Descrição dos principais impactos da organização sobre a sustentabilidade e os efeitos em relação aos <i>stakeholders</i> , inclusive os direitos conforme definidos pela legislação nacional e por normas relevantes internacionalmente aceitas. Impacto de tendências, riscos e oportunidades de sustentabilidade sobre as perspectivas e o desempenho financeiro de longo prazo da organização.		31, 36
PERFIL DA ORGANIZAÇÃO			
GRI 2.1	Nome da organização.		9
GRI 2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.		9, 19, 20, 21
GRI 2.3	Estrutura operacional da organização, incluindo principais divisões, unidades operacionais, subsidiárias e <i>joint ventures</i> .		9
GRI 2.4	Localização da sede da organização.		9
GRI 2.5	Número de países em que a organização opera e nome dos países em que suas principais operações estão localizadas ou são especialmente relevantes para as questões de sustentabilidade cobertas pelo relatório.		9
GRI 2.6	Tipo e natureza jurídica da sociedade.		9
GRI 2.7	Mercados atendidos (incluindo discriminação geográfica, setores atendidos e tipos de clientes/beneficiários).		9, 19, 20, 21
GRI 2.8	Porte da organização, incluindo número de empregados, vendas líquidas, capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido, quantidade de produtos ou serviços oferecidos.		9
GRI 2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório referentes a porte, estrutura ou participação acionária, incluindo: localização ou mudança nas operações, inclusive abertura, fechamento e expansão de unidades operacionais; mudanças na estrutura de capital social e outra formação de capital; manutenção ou alteração nas operações (para organizações do setor privado).		9
GRI 2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório.		38
PARÂMETROS PARA O RELATÓRIO			
GRI 3.1	Período coberto pelo relatório.		37
GRI 3.2	Data do relatório anterior.		37
GRI 3.3	Ciclo de emissão de relatórios.		37
GRI 3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório e seu conteúdo.		70
GRI 3.5	Processo para a definição do conteúdo do relatório (incluindo determinação da materialidade, priorização de temas dentro do relatório, identificação de quais <i>stakeholders</i> a organização espera que usem o relatório).		37
GRI 3.6	Limite do relatório (países, divisões, subsidiárias, <i>joint ventures</i> , fornecedores, instalações arrendadas).		37
GRI 3.7	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite da GRI.		37

REFERÊNCIA	INDICADOR	PACTO GLOBAL	PÁGINA
GRI 3.8	Base para a elaboração do relatório no que se refere a <i>joint ventures</i> , subsidiárias, instalações arrendadas, operações terceirizadas e outras organizações que possam afetar significativamente a comparabilidade entre períodos e/ou entre organizações.		37
GRI 3.9	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculo, incluindo hipóteses e técnicas, que sustentam as estimativas aplicadas à compilação dos indicadores e outras informações do relatório.		37
GRI 3.10	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações (como fusões ou aquisições, mudança no período ou ano-base, na natureza do negócio, em métodos de medição).		37
GRI 3.11	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório.		37
GRI 3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.		37, 56
GRI 3.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório. Se a verificação não for incluída no relatório de sustentabilidade, é preciso explicar o escopo e a base de qualquer verificação externa fornecida, bem como a relação entre a organização relatora e os auditores.		37
GOVERNANÇA, COMPROMISSOS E ENGAJAMENTO			
GRI 4.1	Estrutura de governança da organização, incluindo comitês sob o mais alto órgão de governança responsável por tarefas específicas, tais como estabelecimento de estratégia ou supervisão da organização.		12, 13
GRI 4.2	Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança seja um diretor executivo (e, se for o caso, suas funções dentro da administração da organização e as razões para tal composição).		12, 13
GRI 4.3	Para organizações com uma estrutura administrativa unitária, declaração do número de membros independentes ou não executivos do mais alto órgão de governança.		13
GRI 4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou deem orientações ao mais alto órgão de governança. Inclua referência a processos relativos a: uso de deliberações de acionistas ou outros mecanismos que permitam aos acionistas minoritários expressar opiniões à alta direção; informações e consulta aos empregados sobre as relações de trabalho com órgãos de representação formal, como comissões de trabalhadores, em nível organizacional e representação de empregados no mais alto órgão de governança.		13
GRI 4.5	Relação entre remuneração para membros do mais alto órgão de governança, diretoria executiva e demais executivos (incluindo acordos rescisórios) e o desempenho da organização (incluindo desempenho social e ambiental). RESPOSTA: Não reportado por motivos de mercado.		
GRI 4.6	Processos em vigor no mais alto órgão de governança para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados.		12
GRI 4.7	Processo para determinação das qualificações e conhecimento dos membros do mais alto órgão de governança para definir a estratégia da organização para questões relacionadas a temas econômicos, ambientais e sociais.		13



+



D



REFERÊNCIA	INDICADOR	PACTO GLOBAL	PÁGINA
GRI 4.8	Declaração de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes para o desempenho econômico, ambiental e social, assim como o estágio de sua implementação. Explique até que ponto eles são aplicados na organização em regiões e departamentos/unidades diferentes e se relacionam a normas acordadas internacionalmente.		10, 11, 12
GRI 4.9	Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e a gestão por parte da organização do desempenho econômico, ambiental e social, incluindo riscos e oportunidades relevantes, assim como a adesão ou a conformidade com normas acordadas internacionalmente, códigos de conduta e princípios institucionais.		12, 13, 36
GRI 4.10	Processos para autoavaliação do desempenho do mais alto órgão de governança, especialmente com respeito ao desempenho econômico, ambiental e social.		12
GRI 4.11	Explicação sobre se e como a organização aplica o princípio da precaução. O artigo 15 dos Princípios do Rio introduziu o princípio da precaução. A resposta ao item 4.11 poderia relatar a abordagem da organização para gestão de risco no planejamento operacional ou no desenvolvimento e introdução de novos produtos.		12, 36, 37
GRI 4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa. Inclua a data da adoção e países/unidades operacionais em que são aplicados e a gama de <i>stakeholders</i> envolvidos no desenvolvimento e na governança dessas iniciativas.		27, 31
GRI 4.13	Participação em associações (como federações de indústrias) e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização possui assento em grupos responsáveis pela governança, integra projetos ou comitês, contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada, e/ou considera estratégica sua atuação como associada.		53
GRI 4.14	Relação de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.		34
GRI 4.15	Base para a identificação e a seleção de <i>stakeholders</i> com os quais se engajar.		34, 46
GRI 4.16	Abordagens para engajamento dos <i>stakeholders</i> , incluindo a frequência do engajamento por tipo e grupo de <i>stakeholders</i> (podem ser incluídos levantamentos, grupos de discussão, comitês comunitários, comitês de assessoria corporativa, comunicações por escrito, estruturas gerenciais e sindicais, etc.).		33, 34, 41, 43
GRI 4.17	Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos <i>stakeholders</i> e que medidas a organização tem adotado para tratá-los.		35

REFERÊNCIA	INDICADOR	PACTO GLOBAL	PÁGINA
INDICADORES DE DESEMPENHO			
ECONÔMICO			
GRI ECO1	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governos.		24
GRI ECO2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização em razão de mudanças climáticas.	(PG7), (PG8)	36
GRI ECO3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece.		43
GRI ECO4	Ajuda financeira significativa recebida do governo. RESPOSTA: Não recebemos nenhuma ajuda financeira do governo.		
GRI ECO6	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes.		45
GRI ECO7	Procedimentos para contratação local e proporção de membros de alta gerência recrutados na comunidade local (entorno da empresa) em unidades operacionais importantes.	(PG6)	41
GRI ECO8	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos, principalmente para benefício público, por meio de engajamento comercial, em espécie ou atividades <i>pro bono</i> .		44, 50
AMBIENTAL			
GRI EN01	Materiais usados por peso ou volume.		49
GRI EN02	Porcentual de materiais usados provenientes de reciclagem.	(PG8), (PG9)	49
GRI EN03	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária.	(PG8)	50
GRI EN04	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária.		49
GRI EN08	Total de retirada de água por fonte.	(PG8)	50
GRI EN11	Localização e tamanho de área possuída, arrendada ou administrada dentro de áreas protegidas, ou adjacentes a elas, e áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas.	(PG8)	49
GRI EN12	Descrição de impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços em áreas protegidas e em áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas.	(PG7), (PG8)	49
GRI EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso.	(PG8)	49
GRI EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa, por peso.	(PG8)	49
GRI EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio, por peso.	(PG8)	49
GRI EN20	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso.	(PG8)	49
GRI EN21	Descarte total de água, por qualidade e destinação.	(PG8)	50
GRI EN22	Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição.	(PG8)	49
GRI EN23	Número e volume de derramamentos significativos.		49
GRI EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos.	(PG8), (PG9)	49
GRI EN27	Porcentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produtos.	(PG8), (PG9)	50
GRI EN28	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos ambientais.		49

REFERÊNCIA	INDICADOR	PACTO GLOBAL	PÁGINA
TRABALHO			
GRI LA01	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.		41
GRI LA02	Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região.	(PG6)	41
GRI LA04	Porcentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva.	(PG3)	43
GRI LA05	Prazo mínimo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva.	(PG3)	43
GRI LA07	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região.		41
GRI LA08	Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco em andamento para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves.	(PG6)	41, 43
GRI LA10	Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.	(PG6)	42
GRI LA12	Porcentagem de funcionários que recebem análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira regularmente.		42
GRI LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.	(PG1), (PG6)	68
GRI LA14	Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional.	(PG1), (PG6)	12
DIREITOS HUMANOS			
GRI HR01	Porcentual e número total de contratos de investimento significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos.		45
GRI HR02	Porcentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas.	(PG1), (PG2), (PG4), (PG6)	45
GRI HR04	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas.	(PG1), (PG6)	42
GRI HR05	Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito.	(PG1), (PG3)	43
GRI HR06	Operações identificadas como risco de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil.	(PG1), (PG5)	45
GRI HR07	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo.	(PG1), (PG4)	45

REFERÊNCIA	INDICADOR	PACTO GLOBAL	PÁGINA
SOCIAL			
GRI S001	Natureza, escopo e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades, incluindo entrada, operações e saída.	(PG1), (PG7)	47
GRI S002	Porcentual e número total de unidades de negócio submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção.	(PG10)	36
GRI S003	Porcentual de empregados treinados nas políticas e nos procedimentos anticorrupção da organização.	(PG10)	36
GRI S004	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção.	(PG10)	36
GRI S005	Posição quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e <i>lobbies</i> .		46
GRI S008	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos.		43
PRODUTO			
GRI PR01	Fases do ciclo de vida de produtos e serviços em que os impactos na saúde e na segurança são avaliados visando a melhoria, e o porcentual de produtos e serviços sujeitos a esses procedimentos.		44
GRI PR03	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem e o porcentual de produtos e serviços sujeitos a tais exigências.	(PG8)	44
GRI PR06	Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de <i>marketing</i> , incluindo publicidade, promoção e patrocínio.		44
GRI PR09	Valor monetário de multas (significativas) por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e ao uso de produtos e serviços.		44
INDICADORES DE DESEMPENHO			
SUPLEMENTO FINANCEIRO			
GRI FS01	Políticas com componentes ambientais e sociais específicos aplicados às linhas de negócio.		34, 46
GRI FS02	Procedimentos para avaliação e identificação de riscos ambientais e sociais nas linhas de negócio.		36
GRI FS03	Processos de monitoramento da implementação e do cumprimento de exigências ambientais e sociais pelos clientes, incluídos em acordos ou transações.		50
GRI FS04	Processo(s) para capacitação de pessoal na implementação das políticas ambientais e sociais e procedimentos, quando são aplicados às linhas de negócio.		43
GRI FS05	Interações com os clientes/parceiros de negócio sobre oportunidades e riscos ambientais e sociais.		33, 45
GRI FS06	Porcentagem do portfólio das linhas de negócio por região específica, por tamanho (por ex.: micro/PME/grande) e por setor. RESPOSTA: Não temos a classificação do portfólio.		
GRI FS07	Valor monetário de produtos e serviços destinados a proporcionar um benefício social específico para cada linha de negócio, separados por objetivos.		44
GRI FS08	Valor monetário de produtos e serviços destinados a proporcionar um benefício ambiental específico para cada linha de negócio, separados por objetivos.		49



REFERÊNCIA	INDICADOR	PACTO GLOBAL	PÁGINA
GRI FS09	Cobertura e frequência das auditorias para avaliação da implementação de políticas ambientais e sociais e de procedimentos de apuração de risco.		36
GRI FS10	Porcentagem e número de empresas em seu portfólio institucional com as quais a organização tenha interagido em questões ambientais ou sociais.		45
GRI FS11	Porcentagem de ativos sujeitos à análise positiva e negativa de questões ambientais ou sociais. RESPOSTA: Não temos a informação.		
GRI FS12	Políticas de voto aplicadas às questões ambientais ou sociais, para as ações sobre as quais a organização detém o direito de votar ou aconselhar os votos.		46
GRI FS13	Pontos de acesso em regiões menos populosas ou economicamente desfavorecidas, por tipo.		44
GRI FS14	Iniciativas para melhorar o acesso aos serviços financeiros de pessoas carentes.		44
GRI FS15	Políticas para o justo desenvolvimento e venda de produtos e serviços financeiros.		34
GRI FS16	Iniciativas de fomento à alfabetização financeira por tipo de beneficiário.		46

7.3. Nível de Aplicação dos Indicadores GRI V3

Nível de aplicação do Relatório		C	C+	B	B+	A	A+
Conteúdo do Relatório	Perfil da G3	Responder aos itens: 1.1; 2.1 a 2.10; 3.1 a 3.8, 3.10 a 3.12; 4.1 a 4.4, 4.14 a 4.15	Com verificação externa	Reportar a todos os critérios elencados para o Nível C mais: 1.2; 3.9, 3.13; 4.5 a 4.13; 4.16 a 4.17	Com verificação externa	O mesmo exigido para Nível B	Com verificação externa
	Informações sobre a Forma de Gestão da G3	Não exigido		Informações sobre a Forma de Gestão para cada Categoria de Indicador		Forma de Gestão divulgada para cada Categoria de Indicador	
	Indicadores de Desempenho da G3 & Indicadores de Desempenho do Suplemento Setorial	Responder a um mínimo de 10 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: Econômico, Social e Ambiental		Responder a um mínimo de 20 Indicadores de Desempenho, incluindo pelo menos um de cada uma das seguintes áreas de desempenho: Econômico, Ambiental, Direitos Humanos, Práticas Trabalhistas, Sociedade e Responsabilidade pelo Produto		Responder a cada indicador essencial da G3 e do Suplemento Setorial* com a devida consideração ao Princípio da Materialidade de uma das seguintes formas: a) respondendo ao Indicador ou b) explicando o motivo da omissão	

*Suplemento Setorial em sua versão final

7.4. Informe de Verificação Externa e Auditoria



Declaração Exame do Nível de Aplicação pela GRI

A GRI neste ato declara que **MAPFRE Seguros** apresentou seu relatório "Relatório de Sustentabilidade 2010" para o setor de Serviços de Relatório da GRI, que concluiu que o relatório atende aos requisitos de Nível de Aplicação A+.

Os Níveis de Aplicação da GRI comunicam quanto do conteúdo das Diretrizes G3 foi aplicado no relatório de sustentabilidade enviado. O Exame confirma que o conjunto e número de itens de divulgação exigidos para aquele Nível de Aplicação foram cobertos pelo relatório e que o Sumário de Conteúdo da GRI é uma representação válida das informações exigidas, conforme descritas nas Diretrizes G3 das GRI.

Os Níveis de Aplicação não fornecem um parecer sobre o desempenho de sustentabilidade da organização relatora nem sobre a qualidade das informações contidas no relatório.

27 de Abril 2011, Amsterdã

Nelmar Arbex
Vice-Presidente
Global Reporting Initiative



O "+" foi acrescentado a este Nível de Aplicação porque MAPFRE Seguros submeteu (parte de) seu relatório a verificação externa. A GRI aceita a soberania da própria organização na escolha da organização responsável pela verificação externa e na decisão do escopo da verificação.

A Global Reporting Initiative (GRI) é uma organização baseada em redes pioneira no desenvolvimento da estrutura para elaboração de relatórios de sustentabilidade mais usada no mundo e está comprometida com sua melhoria contínua e aplicação em todo o mundo. As Diretrizes G3 da GRI estabeleceram os princípios e indicadores que as organizações podem usar para medir e relatar seu desempenho econômico, ambiental e social.
www.globalreporting.org

Isenção de Responsabilidade: No caso do relato de sustentabilidade incluir links externas para materiais audiovisuais, entre outros, esta declaração irá referir-se apenas ao material submetido à GRI no momento do Exame em 19 de Abril 2011. A GRI exclui expressamente a aplicação desta declaração a alterações posteriores aos referidos materiais.

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre o Relatório de Sustentabilidade de 2010 do Grupo MAPFRE

Aos Srs. Administradores
Grupo MAPFRE

Introdução

Fomos contratados com objetivo de assegurarmos o Relatório de Sustentabilidade de 2010 do Grupo MAPFRE, preparado sob a responsabilidade da sua administração. Esta responsabilidade inclui o desenho, a implementação e a manutenção de controles internos para a adequada elaboração e apresentação do Relatório de Sustentabilidade de 2010. Nossa responsabilidade é a de emitir um relatório de asseguração limitada das informações divulgadas no Relatório de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE do exercício de 2010.

Crítérios para elaboração do Relatório de Sustentabilidade

O Relatório de Sustentabilidade de 2010 foi preparado de acordo com as diretrizes para relatórios de sustentabilidade do Global Reporting Initiative (GRI-G3) para o Nível de Aplicação A+. Seguindo essas diretrizes, o Grupo MAPFRE reportou 108 indicadores de desempenho entre essenciais e adicionais e 16 indicadores de desempenho do suplemento do setor financeiro.

Procedimentos aplicados

O trabalho de asseguração limitada foi realizado de acordo com a norma brasileira para trabalho de asseguração diferente de auditoria e revisão de informações financeiras históricas NBC TO 3000, emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade. Esta norma exige o cumprimento com os padrões éticos, o planejamento e a realização do serviço para obter asseguração limitada de que nenhuma questão tenha chegado ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que o Relatório de Sustentabilidade de 2010 do Grupo MAPFRE não esteja adequado de acordo com os critérios descritos abaixo (Escopo e limitações), em todos os seus aspectos relevantes.

Em um serviço de asseguração limitada, os procedimentos de obtenção de evidências são mais limitados do que em um serviço de asseguração razoável; portanto, obtém-se um nível de asseguração menor do que seria obtido em um serviço de asseguração razoável. Os procedimentos selecionados dependem do julgamento do auditor independente, incluindo a avaliação dos riscos do Relatório de Sustentabilidade não cumprir significativamente com os critérios descritos abaixo (Escopo e limitações).

Nosso trabalho, compreendeu a aplicação, entre outros, dos seguintes procedimentos: (i) planejamento dos trabalhos considerando a relevância e o volume das informações apresentadas no Relatório de Sustentabilidade de 2010 do Grupo MAPFRE; (ii) obtenção do entendimento dos controles internos; (iii) constatação, com base em testes, das evidências que suportam os dados quantitativos e qualitativos do Relatório de Sustentabilidade; (iv) entrevistas com os gestores responsáveis pelas informações e (v) confronto das informações de natureza financeira com os registros contábeis. Dessa forma, os procedimentos aplicados foram considerados suficientes para permitir um nível de segurança limitada e, por conseguinte, não contemplam aqueles requeridos para emissão de um relatório de asseguração mais ampla, como conceituado na referida norma.

Nosso trabalho de asseguração limitada compreendeu, também, a verificação da aplicação dos requisitos previstos pelo GRI-G3 para relatórios com Nível de Aplicação A+.

Escopo e limitações

Nosso trabalho teve como objetivo verificar e avaliar se os dados incluídos no Relatório de Sustentabilidade de 2010 do Grupo, no que tange à obtenção de informações qualitativas, à medição e aos cálculos de informações quantitativas, se apresentam em conformidade com os seguintes critérios: (i) a Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental; e (ii) as diretrizes para relatórios de sustentabilidade do Global Reporting Initiative (GRI-G3). As opiniões, informações históricas e informações descritivas e sujeitas a avaliações subjetivas não estão no escopo dos trabalhos desenvolvidos.

Conclusão

Com base em nosso trabalho de asseguração limitada, não temos conhecimento de qualquer modificação relevante que deva ser procedida nas informações contidas no Relatório de Sustentabilidade do Grupo MAPFRE relativas ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2010, para que essas informações estejam apresentadas adequadamente, em todos os aspectos relevantes, em relação aos critérios utilizados para o Nível de Aplicação A+.

São Paulo, 15 de abril de 2011.

Ernst & Young Terco Auditores Independentes S.S.
CRC 2SP015199/O-6



Grégory Gobetti
Contador CRC-1PR039144/O-8"S"-SP



Patrícia di Paula da Silva Paz
Contador CRC-1SP198827/O-3

ECONÔMICO			
ASPECTOS	IND.	P.V.	CAP.
Desempenho Econômico	EC1	DF	4
	EC2	DF	3
Presença no Mercado			
Impactos econômicos indiretos			
AMBIENTAL			
ASPECTOS	IND.	P.V.	CAP.
Materiais	EN1	EI,RE	6
	EN2	EI,RE	6
Energia	EN3	EI	6
	EN4	RP	-
	EN5	N/A	-
	EN6	N/A	-
	EN7	N/A	-
Água	EN8	EI	6
	EN9	N/A	-
	EN10	N/A	-
	EN11	EI	6
Biodiversidade	EN12	EI	6
	EN13	N/A	-
	EN14	N/A	-
	EN15	N/A	-
Emissões, efluentes e resíduos	EN16	EI	6
	EN17	EI	6
	EN18	N/A	-
	EN19	EI	6
	EN20	EI	6
	EN21	EI	6
Produtos e Serviços	EN22	EI,RE	6
	EN23	EI	6
Controle	EN28	EI,RE	6
Transportes	EN29	N/A	-
Global	EN30	N/A	-
PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE			
ASPECTOS	IND.	P.V.	CAP.
Trabalho	LA1	EI	5
	LA2	EI	5
	LA3	N/A	5
Gestão das relações trabalhistas	LA4	EI	5
	LA5	EI	5
Segurança e saúde ocupacional	LA6	N/A	-
	LA7	EI	5
	LA8	EI	5
	LA9	N/A	-
Educação e treinamento	LA10	EI	5
	LA11	N/A	-
Diversidade e igualdade de oportunidades	LA12	EI	5
	LA13	EI	7
	LA14	EI	2

DIREITOS HUMANOS			
ASPECTOS	IND.	P.V.	CAP.
Investimentos e práticas de aquisição	HR1	EI,RP	5
	HR2	EI,RP	5
Liberdade de associação e negociação coletiva	HR5	EI	5
Trabalho forçado	HR7	EI,RP	5
Práticas de segurança	HR8	N/A	-
Direitos indígenas	HR9	N/A	-
SOCIEDADE			
ASPECTOS	IND.	P.V.	CAP.
Comunidade	SO1	EI	5
Corrupção	SO2	EI	3
	SO3	EI	3
	SO4	EI	3
Política pública	SO5	RP	5
	SO6	N/A	-
Concorrência	SO7	N/A	-
Conformidade	SO8	RP	5
RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO			
ASPECTOS	IND.	P.V.	CAP.
Bem estar e segurança dos clientes	PR1	RP	5
	PR2	N/A	-
Produtos e serviços de rotulagem	PR3	RP	5
	PR4	N/A	-
	PR5	N/A	-
Comunicação de Marketing	PR6	EI,RE	5
	PR7	N/A	-
Privacidade dos clientes	PR8	N/A	-
	PR9	EI,RE	5

INDICADORES DE DESEMPENHO ESPECÍFICOS PARA O SETOR FINANCEIRO			
AMBIENTAL E SOCIAL			
ASPECTOS	IND.	P.V.	CAP.
Indicador de impacto dos produtos e serviços			
Produtos			
Auditoria	FS9	EI	3
	FS10	EI	5
Acionistas ativos	FS11	S/R	-
	FS12	RP	5
Comunidade	FS13	EI	5
	FS14	EI	5
Bem estar e segurança dos clientes	FS15	EI,RE	3
Comunicação de Marketing	FS16	EI,RE	5

Capítulo	Conteúdo
Capítulo 2	Informação geral
Capítulo 3	MAPFRE e desenvolvimento sustentável
Capítulo 4	Dimensão econômica
Capítulo 5	Dimensão social
Capítulo 6	Dimensão ambiental
Capítulo 7	Informação complementar

LEGENDA Procedimentos de Verificação	DF	Verificação realizada nas demonstrações financeiras de 31 de dezembro de 2010.	R/P	Verificamos com o responsável pelas informações mencionadas.
	RE	Verificação realizada por meio de recursos externos.	N/A	Indicadores não aplicáveis a atividade do Grupo MAPFRE.
	EI	Verificamos evidências internas que nos foram disponibilizadas.	S/R	Indicadores aplicáveis as atividades do Grupo MAPFRE, porém não possuem essa informação.

IND - Indicadores
 ESC - Escopo
 P.V. - Procedimentos de verificação
 CAP. - Capítulo

Relatório de Verificação Consolidado MAPFRE

Por recomendação da Global Reporting Initiative (GRI) e para conferir ainda mais transparência ao processo, a MAPFRE submeteu o seu Relatório de Sustentabilidade à verificação externa, que, este ano, foi realizada pela turma de alunos do Insper São Paulo – Instituto de Ensino e Pesquisa –, matriculados na disciplina Environmental Management and Corporate Social Responsibility, em 2011/1. Eles foram coordenados pela professora Priscila Claro, professora e coordenadora acadêmica de Educação Executiva desse instituto. (GRI 3.13)

Resultado da Avaliação

Ao analisar o conjunto do Relatório de Sustentabilidade da MAPFRE, o *stakeholder* se depara com uma leitura fácil e com informações importantes acerca da estratégia da empresa. A leitura do relatório mostra também que a MAPFRE se empenha em aplicar a sustentabilidade na estratégia de seu negócio. Evidência disso é a sua entrada, através da matriz na Espanha, para o rol de empresas participantes do Índice Dow Jones Sustainability (DJSI). Também desenvolveu programas – como voluntariado, treinamento anticorrupção e *workshops* de sustentabilidade na cadeia de valor – que agregam valor ao público-alvo e ao negócio da empresa, pois garantem a sustentabilidade das iniciativas e contribuem para a da empresa.

Para ir além dos requisitos do nível A e incorporar ainda mais itens na gestão de sua sustentabilidade, sugere-se, para os próximos anos, contínua melhoria no relatório da empresa. Sobre alguns indicadores ambientais, recomenda-se a realização de estudo para que a empresa conheça e controle melhor seus impactos diretos na natureza, ainda que sejam mínimos.

Os indicadores referentes ao setor financeiro da MAPFRE são retratados de forma bastante transparente. Dos 16 indicadores, 3 ainda não são respondidos e a empresa comprometeu-se a incorporá-los em suas metas. Outros indicadores foram respondidos parcialmente de acordo com as orientações da GRI. Com exceção do indicador FS04, no qual a empresa poderia descrever melhor como a disseminação da informação sobre o impacto socioambiental é feita atualmente, os demais indicadores foram respondidos com clareza.

Conclusão

O relatório é claro e fornece informações relevantes sobre as operações da MAPFRE. Recomendamos que alguns indicadores sejam mais explorados no que se refere ao seu nível informativo e ao equilíbrio qualitativo e quantitativo das informações expostas, segundo os critérios apresentados pelas diretrizes da GRI. O relatório consegue demonstrar satisfatoriamente a evolução da empresa em relação aos anos anteriores. Deixamos como sugestão, no entanto, que a MAPFRE informe as metas para os indicadores do ano seguinte, quando existirem. Salvos esses pontos, o relatório foi considerado satisfatório e tem uma linguagem que permite atingir todos os *stakeholders*.

Tendo como base os requisitos orientados pelo *framework* GRI, atestamos que o nível de aplicação A+ foi atingido.

Relatório avaliado por alunos do Insper matriculados na disciplina Environmental Management and Corporate Social Responsibility, em 2011/1.

Alunos responsáveis: Camila Pereira Martins Ramos, Carolina Da Roz, César de Oliveira Duarte, Felipe Lopes da Cruz, Mariana de Azevedo Antunes Emsenhuber, Nathalie Piqueres Escalhão, Rafael Corradini Milioni, Victor Almeida Cerqueira, William Saung Woo Kang, André Sonohara, Érica Yassumoto, Gabriel Ribeiro, Gustavo Schardong, João Paulo Amaral, Raphael de Godoy, Tadashi Kato, Taís Brandão.

Coordenação: Professora Priscila Claro

Insper – Instituto de Ensino e Pesquisa

7.5. Glossários

Glossário de Seguros

Apólice – instrumento do contrato de seguro, ato escrito que constitui a prova normal desse contrato.

Beneficiário – pessoa em cujo proveito se faz o seguro.

Benefício – importância que o segurador deve pagar na liquidação do contrato e que consiste em um capital ou uma renda.

Capital segurado – termo utilizado pela empresa seguradora para definir o valor do seguro no Seguro de Vida e Acidentes Pessoais.

Carência – período em que a sociedade seguradora está isenta de qualquer responsabilidade indenizatória pela morte do segurado.

Classe do risco – expressão empregada para designar a situação do risco, quando encarado sob determinado aspecto.

Comissão – modo de pagamento empregado pelas sociedades seguradoras para remunerar o trabalho dos corretores de seguros.

Corretor de seguros – pessoa física devidamente credenciada, por meio de curso e exame de habilitação profissional, autorizada pelos órgãos competentes a promover a intermediação de contrato de seguros e sua administração.

Cosseguo – divisão de um risco segurado entre vários seguradores, ficando cada um deles responsável direto por uma quota-parte determinada do valor total do seguro.

Dano – prejuízo sofrido pelo segurado e indenizável, de acordo com as condições da apólice.

Endosso – modo pelo qual o segurador formaliza qualquer alteração em uma apólice de seguro.

Evento – sinistro ou acontecimento, previsto em cobertura ou não no contrato, que resulta em dano para o segurado, como incêndio, roubo, etc.

Franquia – termo utilizado pelo segurador para definir o valor calculado matematicamente e estabelecido no contrato de seguro até o qual ele não se responsabiliza por indenizar o segurado em caso de sinistro.

Indenização – reparação do dano sofrido pelo segurado.

Mutualismo – princípio fundamental que constitui a base de todas as operações de seguro. É pela aplicação do princípio do mutualismo que as empresas de seguros conseguem repartir os riscos tomados, reduzindo desse modo os prejuízos que a realização de tais riscos poderia lhes trazer.

Prêmio – é a soma em dinheiro paga pelo segurado ao segurador para que este assumira a responsabilidade de um determinado risco.

Preposto – título utilizado por pessoa física devidamente credenciada por corretor de seguros na SUSEP e autorizada a promover intermediação de contratos de seguros em nome e sob a responsabilidade do primeiro.

Reserva técnica – termo utilizado para definir valores matematicamente calculados pelo segurador, com base nos prêmios recebidos dos segurados, para a garantia dos pagamentos eventuais dos riscos assumidos e não expirados.

Ressegurador – é aquele que aceita, em resseguro, as cessões feitas pelo segurador direto.

Resseguro – operação pela qual o segurador, com o intuito de diminuir sua responsabilidade na aceitação de um risco considerado excessivo ou perigoso, cede a outro segurador uma parte da responsabilidade e do prêmio recebido.

Seguro – contrato de seguro é aquele que estabelece para uma das partes, mediante recebimento de um prêmio da outra parte, a obrigação de pagar a esta, ou à pessoa por ela designada, determinada importância no caso da ocorrência de um evento futuro e incerto ou de data incerta, previsto no contrato.

Sinistro – termo utilizado para definir, em qualquer ramo ou carteira de seguro, o acontecimento do evento previsto e coberto no contrato.

Tarifa – relação das taxas correspondentes a cada classe de risco. É de acordo com a taxa constante da tarifa que o segurador calcula o prêmio relativo ao seguro que lhe é proposto.

Glossário de Responsabilidade Social Corporativa

Balanced Scorecard (BSC) – metodologia que busca traduzir a visão e a estratégia de uma empresa em indicadores-chave de desempenho que permitam o contínuo monitoramento e relacionem os objetivos estratégicos da organização a métricas estendidas a todos os níveis.

Desenvolvimento sustentável – o conceito de desenvolvimento sustentável surgiu em 1987, na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pela ONU, e consiste na capacidade de a Sociedade atender a suas necessidades no presente, por meio das práticas econômicas e de mercado, sem comprometer a capacidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades.

Ecoeficiências – termo utilizado para identificar economias advindas do uso adequado de recursos naturais, possibilitado pela otimização de processos da empresa.

Educação ambiental – é um processo de reconhecimento de valores e conceitos que têm por objetivo o desenvolvimento das habilidades e a modificação das atitudes em relação ao meio ambiente para entender e apreciar as inter-relações entre os seres humanos, suas culturas e seus meios biofísicos.

Geração de valor – no contexto da sustentabilidade, significa a geração de benefícios monetários mensuráveis (valores tangíveis) a partir de práticas de responsabilidade social corporativa, como economia de custos ou geração de receitas, ou de benefícios não monetários (valores intangíveis) advindos também dessas práticas, como o aumento do valor da marca e da reputação da empresa, obtenção de licença para operar, atração e retenção de talentos, acesso ao capital, melhor gestão de riscos.

Global Reporting Initiative (GRI) – organização internacional, baseada na Holanda, pioneira no desenvolvimento de normas globais para a elaboração de relatórios de sustentabilidade.

Inclusão social – prática voltada a deliberações sobre a inclusão de pessoas com falta de oportunidades sociais à educação, ao mercado de trabalho, à cultura, à saúde e a outros direitos essenciais.

Indicadores GRI – diretrizes qualitativas e quantitativas para mensuração, avaliação e comunicação de práticas da organização nos âmbitos econômico, social e ambiental.

Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) – instituição sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa e partidária, criada em 1981. O Ibase desenvolve projetos e/ou iniciativas nas seguintes linhas: Alternativas Democráticas à Globalização; Desenvolvimento e Direitos; Direito à Cidade; Economia Solidária; Processo Fórum Social Mundial; Juventude, Democracia e Participação; Observatório da Cidadania: Direitos e Diversidade; Responsabilidade Social e Ética nas Organizações; Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional.

Instituto Ethos – o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma Sociedade sustentável e justa.

Políticas públicas – entende-se por políticas públicas um conjunto de ações coletivas organizadas pelo Estado voltadas à garantia dos direitos civis, políticos e sociais, configurando um compromisso público que visa contemplar determinada demanda, em áreas diversas.

Relatório de sustentabilidade – é a principal ferramenta de comunicação do desempenho social, ambiental e econômico das organizações. O modelo de relatório da GRI é atualmente o mais completo e mundialmente difundido. Seu processo de elaboração contribui para o engajamento das partes interessadas da organização, a reflexão dos principais impactos, a definição dos indicadores e a comunicação com os públicos de interesse.

Responsabilidade social corporativa – forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da Sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Seis Sigma – é uma metodologia de melhoria de processos, centrada na redução da variabilidade desses processos, que busca reduzir ou eliminar os defeitos e as falhas de um produto ou de um serviço ao cliente. Entre os benefícios obtidos com a metodologia está a melhoria da rentabilidade e da produtividade.

Stakeholders (públicos de interesse) – pessoas, grupos, organizações ou sistemas que afetam, direta ou indiretamente, as ações de uma empresa e podem ser afetados por elas. São exemplos de *stakeholders*: colaboradores, fornecedores, consumidores, comunidade, governo, formadores de opinião, meio ambiente, acionistas, etc.

Vulnerabilidade social – designa os segmentos populacionais mais vulneráveis à pobreza e à exclusão social.

7.6. Informações Corporativas (GRI LA13)

Conselhos de Administração das Empresas MAPFRE*

Antonio Cássio dos Santos (presidente)¹

Álvaro Almeida³

Aparecido Luiz Pereira⁴

Elvira Leão Palumbo⁵

Fernando Pérez-Serrabona García⁶

Hélio Zylberstajn²

Heloísa Belotti Bedicks⁶

Lajose Alves Godinho²

Mario José Gonzaga Petrelli⁷

Mauro César Batista⁷

Marco Antonio da Silva Barros⁸

Leonardo Giuberti Mattedi⁸

Ruy Martins Altenfelder Silva¹

Simão Davi Silber²

Wilson Toneto⁸

Secretário-Geral: Antonio Fernando Siqueira Rodrigues

Conselho Fiscal

(MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência)

Assízio Aparecido de Oliveira

Hideraldo Dwight Leitão

Pedro Carlos de Mello

Comitê de Auditoria (mandato encerrado em 31/12/2010)

Hélio Zylberstajn

Heloísa Belotti Bedicks

Rosângela Granato

Comitê de Direção Estratégica

Antonio Cássio dos Santos – Presidente

Antonio Fernando Siqueira Rodrigues – Secretário

Artur Luiz Souza dos Santos

Bento Aparício Zanzini

Dirceu Tiegs

Jabis de Mendonça Alexandre

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Rogério Guede Vergara

Wilson Toneto

*MVCS: MAPFRE Vera Cruz Seguradora; MVCVP: MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência; MNCVP: MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência; MARES: MAPFRE Riscos Especiais Seguradora; MSGC: MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito; MSCE: MAPFRE Seguradora de Crédito à Exportação; MC: MAPFRE Capitalização; MDTVM: MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários; Vida Seguradora.

¹ MVCS, MVCVP, MNCVP, MARES, MSGC, MSCE, MC.

² MVCS, MVCVP, MARES, MSGC, MSCE, MC.

³ MVCS, MVCVP, MC.

⁴ MVCS, MVCVP, MSGC, MSCE, MC.

⁵ MVCS, MVCVP, MARES, MC.

⁶ MSGC, MSCE.

⁷ MARES.

⁸ MNCVP.

Diretores das Empresas MAPFRE

PRESIDENTE

Antonio Cássio dos Santos

DIRETORES PRESIDENTES DE UNIDADES

Wilson Toneto – Diretor Presidente da MAPFRE Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira – Diretor Presidente da MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência

DIRETORES VICE-PRESIDENTES

Bento Aparício Zanzini

Dirceu Tiegs

Jabis Mendonça Alexandre

Marcos Eduardo dos Santos Ferreira

Wilson Toneto

DIRETORES

Antonio Fernando Siqueira Rodrigues

Artur Luiz Souza dos Santos

Caio Cezar Valli Júnior

Carlos Alberto Landim

Cleide da Penha Fonseca Rodrigues

Eduardo Soares Freitas

Elíseo João Viciano

Felipe Costa da Silveira Nascimento

José Aurélio Ramalho (Cesvi Brasil)

Maria de Fátima Mendes de Lima (FUNDACIÓN MAPFRE)

Maurício Galian

Moacyr D'Acampora Filho

Maira Coromoto Romero Ramos

Raphael de Luca Júnior

Rogério Guede Vergara

7.7. Contatos (GRI 3.4)

Esclarecimentos sobre o conteúdo deste relatório ou mais informações sobre a MAPFRE podem ser obtidos pelos seguintes canais de comunicação:

Site: www.mapfre.com.br

E-mail: rsc@mapfre.com.br

Telefones: (11) 5112-7082/5112-7853

7.8. Créditos

O Relatório de Sustentabilidade da MAPFRE conta com a participação intensiva de diversas áreas da Empresa, na coleta criteriosa de informações. As unidades de negócio envolvidas neste trabalho foram:

Diretoria de Auditoria Corporativa

Diretoria de Desenvolvimento e Recursos Humanos

Diretoria de Garantias e Crédito

Diretoria Jurídica Corporativa

Vice-Presidência de Canais

Vice-Presidência de Mercado e Desenvolvimento da Rede

Vice-Presidência de Informações, Administração e Finanças

Vice-Presidência Unidade Auto

Vice-Presidência Unidade de Seguros Gerais

Vice-Presidência Unidade de Vida & Previdência

Direção Geral

Diretoria de Sustentabilidade e FUNDACIÓN MAPFRE

Supervisão Editorial e Redação

Gatopardo Comunicação – Silvia Martinelli

Coordenação de Conteúdo GRI

Via Gutenberg

Adaptação do Projeto Gráfico, Diagramação e Finalização

Set Design

Fotos

Paulo Pepe, Eliane Cunha

Impressão

Laborgraf

Tiragem

2.000

FUNDACIÓN MAPFRE

1. INTRODUÇÃO

Há muitos anos que a preocupação social tem sido inerente à atuação da MAPFRE e faz parte dos princípios institucionais da Empresa, definidos em seu Código de Boa Governança. Cumprindo esse princípio, desde 1975 a MAPFRE tem dedicado parte de suas receitas anuais para promover e financiar atividades não lucrativas e de interesse geral. Esse posicionamento se dá por meio de diversas fundações privadas, integradas a partir de 1º de janeiro de 2006 na FUNDACIÓN MAPFRE, que desenvolve atividades com foco nas seguintes diretrizes:

- segurança das pessoas e de seus patrimônios, com especial atenção à segurança viária, à medicina e à saúde;
- melhora da qualidade de vida e do meio ambiente;
- difusão da cultura, das artes e das letras;
- formação e pesquisa em questões relacionadas ao seguro e à gerência de riscos;
- pesquisa e divulgação de conhecimentos em relação à história comum da Espanha, de Portugal e dos países a eles vinculados;
- aperfeiçoamento das condições econômicas, sociais e culturais das pessoas e dos setores menos favorecidos da sociedade.

Por deter a maioria das ações da MAPFRE S.A., a FUNDACIÓN MAPFRE exerce seus direitos como acionista majoritário, zelando pela boa governança corporativa, mas não intervindo na gestão do negócio, que é feita por seus órgãos de governo.

A sede da FUNDACIÓN MAPFRE está situada em Paseo de Recoletos, 23 – Madri, Espanha, em um edifício de 6.000 m² construído entre 1881 e 1884 pelo arquiteto Agustín Ortiz de Villajos. O edifício abriga as dependências institucionais e operativas da FUNDACIÓN, incluindo três salas nas quais se desenvolvem exposições de artes plásticas, escultura e fotografia.

No Brasil, a FUNDACIÓN MAPFRE atua com uma delegação, que segue as diretrizes internacionais da Espanha. Como consequência do trabalho pautado pela ética e pela transparência, com foco no longo prazo e, sobretudo, com acompanhamento e avaliação de resultados, a delegação brasileira tem conquistado resultados significativos nos últimos anos.

As atividades da FUNDACIÓN MAPFRE são desenvolvidas a partir de cinco institutos especializados:

O **Instituto de Ação Social** tem como objetivo geral contribuir para o progresso da sociedade, com a realização de ações destinadas a melhorar as condições de vida das pessoas e de grupos menos favorecidos. Suas atividades se concentram principalmente em duas grandes linhas de atuação:

- na Espanha, se voltam para impulsionar a integração social e laboral das pessoas com deficiência – lazer, formação e emprego são as linhas básicas dessas atividades, com atenção também aos familiares e a seu entorno;
- em âmbito internacional, especialmente na América Latina, o objetivo é apoiar a educação integral das crianças e dos jovens com menos recursos – para isso foi criado o Programa Formando Comunidades, no qual se integram os projetos dos diferentes países.

Além dessas atividades, o instituto também promove o voluntariado em seus projetos sociais entre os colaboradores da MAPFRE e seus familiares.

O **Instituto de Ciências do Seguro** busca contribuir para o aperfeiçoamento da atividade seguradora e para um melhor conhecimento a respeito dela, por seus usuários e pela sociedade. Suas atividades se concentram em:

- programas de formação especializada de alto nível em ciências atuariais, seguros e gerência de riscos, tanto presencial como a distância, em colaboração com a Universidade Pontifícia de Salamanca, na Espanha;
- jornadas e seminários profissionais especializados, em colaboração com universidades e outras instituições;
- pesquisas e estudos sobre questões relacionadas com o seguro e com a gerência de riscos;
- concessão de ajuda à realização de pesquisas, prêmios e bolsas de estudo, bem como a utilização da Internet como meio preferencial de apoio às atividades de formação a distância e como elemento de ajuda a pesquisa, documentação e informação e divulgação (Campus Virtual, Centro de Documentação, Museu Virtual do Seguro, publicações eletrônicas e Dicionário MAPFRE de Seguros).

O **Instituto de Cultura** procura contribuir com a promoção e a difusão da cultura, das artes e das letras, com o desenvolvimento das seguintes atividades:

- organização de exposições de obras artísticas (pinturas, esculturas, desenhos, fotografias, gravuras) nas salas da sede da FUNDACIÓN MAPFRE (Paseo de Recoletos, 23) e da AZCA (Av. del General Perón, 40), com obras de diferentes procedências (incluindo suas próprias coleções) e em colaboração com instituições culturais e museus europeus, americanos e, ocasionalmente, de outros locais;
- organização de cursos, conferências e oficinas de iniciação aos diferentes aspectos da cultura contemporânea;
- concessão de prêmios para o desenho como expressão artística, ao jornalismo de qualidade literária, à criação cinematográfica, e auxílio à preservação do estudo do patrimônio cultural e documental;
- programa editorial, que inclui as publicações que acompanham as exposições e outras importantes coleções autônomas, tanto a respeito da arte espanhola contemporânea como da história recente da Espanha e da América;
- atividades *online* de caráter informativo a respeito dos projetos desenvolvidos pelo instituto, bem como de conteúdos pedagógicos para professores, alunos e famílias;
- atividades pedagógicas relacionadas às exposições e ao fomento à leitura.

O **Instituto de Prevenção, Saúde e Meio Ambiente** tem como objetivo ajudar a melhorar a qualidade de vida da sociedade a partir da prevenção dos acidentes, da promoção da saúde e da melhora do meio ambiente, para o qual desenvolve as seguintes atividades:

- concessão de auxílios, bolsas e prêmios para promover a pesquisa, a formação e a divulgação;
- campanhas de fomento a condutas seguras e responsáveis, que ajudem a prevenir acidentes e enfermidades, sensibilizando a população quanto à conservação do meio ambiente e incentivando estilos de vida saudáveis;
- publicações e ações informativas para difundir conhecimentos e avanços tecnológicos e científicos relacionados a tais questões.

O **Instituto de Segurança Viária** tem como objetivos básicos:

- colaborar ativamente para a redução dos acidentes de trânsito e de suas consequências – para isso são desenvolvidas atividades voltadas para conscientizar a sociedade sobre a necessidade de adotar padrões de comportamento mais prudentes e solidários nos deslocamentos;
- promover hábitos sociais que contribuam com a redução dos números de acidentes.

Suas ações incidem sobre três fatores fundamentais da segurança viária: o fator humano, ao qual a maior parte das atividades do instituto se dedica, promovendo a educação viária mediante cursos de formação para escolares, jovens, terceira idade e empresas; a via, mediante a realização de trabalhos de pesquisa sobre a infraestrutura (trajetos, características geométricas, conservação e sinalização); e o veículo, com a realização de campanhas permanentes sobre os elementos de segurança ativa e passiva, e sua correta utilização.

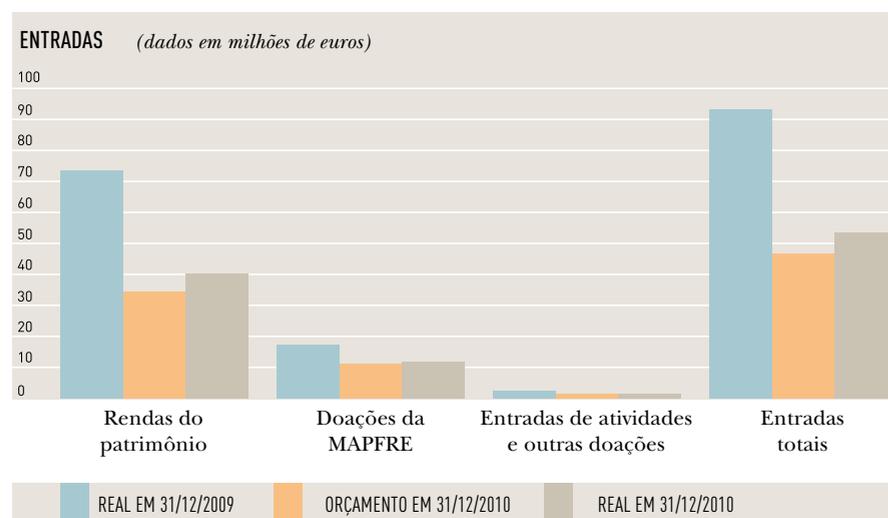
Os programas também são voltados aos diferentes grupos de risco, desde os escolares até os idosos. O instituto está presente nos centros de ensino, com ações educativas para escolares e jovens, bem como nas empresas, com ações preventivas e cursos de formação *online* sobre segurança viária para trabalhadores e profissionais dedicados às tarefas de prevenção. Quanto aos idosos, os programas não apenas se concentram na formação desse grupo, como também trabalham com os familiares e os profissionais que o atendem.



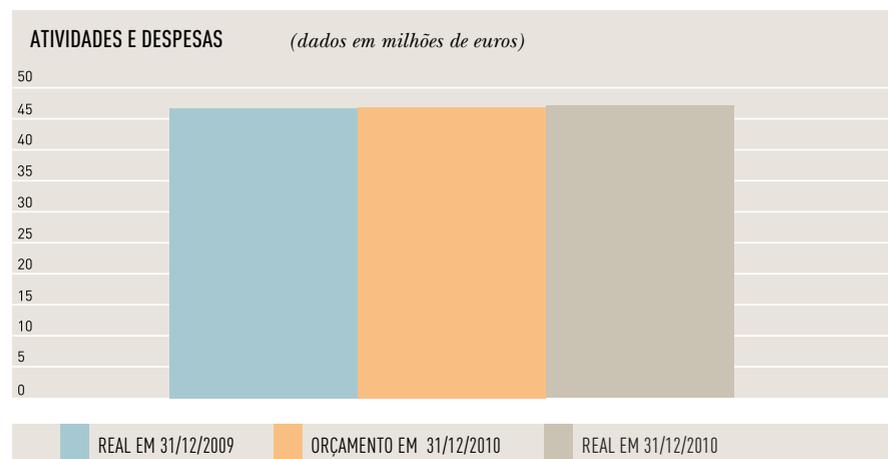
2. FUNDACIÓN MAPFRE

2.1. INFORMAÇÃO ECONÔMICA

— No exercício de 2010, as receitas da FUNDACIÓN MAPFRE totalizaram 53,6 milhões de euros, número que representa uma redução de 42,6% em relação ao exercício anterior. Esse desempenho é consequência dos rendimentos extraordinários do patrimônio que foram destinados, em 2009, à aquisição do edifício localizado em Madri (Paseo de Recoletos, 23), sede da FUNDACIÓN.

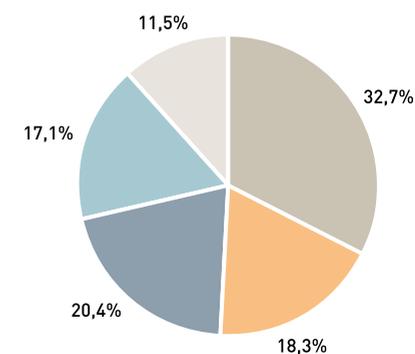


— As quantias empregadas na realização de atividades fundacionais, incluindo os gastos de administração, alcançaram a cifra de 47,2 milhões de euros, com aumento de 1,3 ponto porcentual em relação ao exercício anterior.

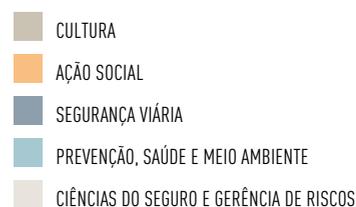
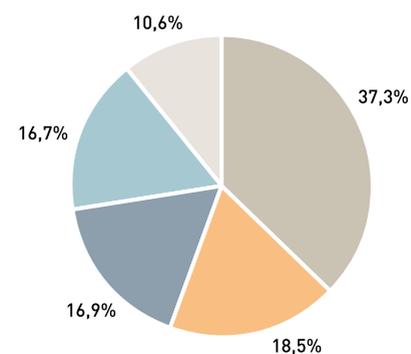


— Essas quantias foram destinadas principalmente às atividades relacionadas à cultura (37,3%), à ação social (18,5%), à segurança viária (16,9%), à prevenção, saúde e meio ambiente (16,7%), às ciências do seguro e à gerência de riscos (10,6%). A seguir, essas informações serão apresentadas de forma gráfica e comparada com a do exercício anterior:

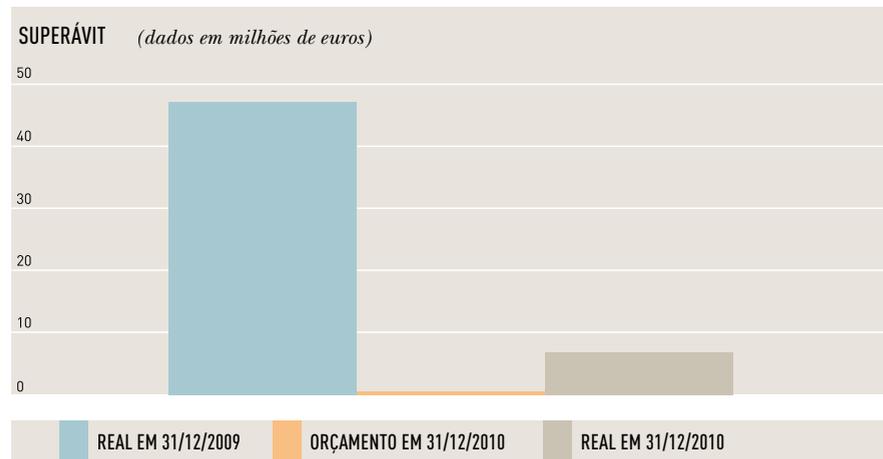
APLICAÇÃO DE FUNDOS POR ÁREAS DE ATIVIDADE (31/12/2009)



APLICAÇÃO DE FUNDOS POR ÁREAS DE ATIVIDADE (31/12/2010)



— O superávit do exercício de 2010 aumentou em 6,4 milhões de euros.



— Em 31 de dezembro de 2010, o patrimônio da FUNDACIÓN MAPFRE totalizou 2.710,5 milhões de euros.

2.2. ATIVIDADES DA FUNDACIÓN MAPFRE – Delegação Brasil

AÇÃO SOCIAL

As ações sociais promovidas pela FUNDACIÓN MAPFRE buscam contribuir com o desenvolvimento da sociedade e a inclusão social, com a realização de iniciativas destinadas a melhorar as condições de vida das pessoas e de grupos menos favorecidos.

Em 2010, o Programa Formando Comunidades expandiu sua atuação, promovendo a assistência continuada a crianças e adolescentes que vivem em comunidades carentes. Com esse programa, a FUNDACIÓN MAPFRE apoia projetos de assistência integral, com iniciativas focadas em educação, saúde e nutrição para crianças e adolescentes.

Após a seleção, em 2009, das oito entidades de São Paulo participantes do programa, em 2010 foram selecionados três novos projetos realizados pelas entidades Salesianos e Ação Comunitária, ambas do Rio de Janeiro, e Movimento Pró-Criança do Recife, em Pernambuco. Dessa forma, serão 1.874 crianças e adolescentes atendidos pelo programa.

Aperfeiçoando cada vez mais suas iniciativas sociais, em 2010 a FUNDACIÓN MAPFRE lançou no Brasil o Programa de Voluntariado Corporativo, desenvolvido a partir do Programa de Ação Social, que é realizado há seis anos na MAPFRE, envolvendo colaboradores de todo o Brasil.

Após o lançamento do programa, em agosto, foi registrado um crescimento de 500% nas doações, além do aumento das entidades atendidas no Brasil, que ao final de 2010 totalizaram 81 organizações.

Um dos destaques é a possibilidade de os colaboradores se envolverem com os trabalhos voluntários nas entidades apoiadas pelo Programa Formando Comunidades, bem como com as demais ações existentes. Para isso foram criadas diversas opções de participação em atividades e projetos ligados a educação, cultura, ação social, saúde e ecologia.

Para garantir aos colaboradores a divulgação de informações atualizadas sobre o programa – como oportunidades de participação e envolvimento, notícias, cursos e resultados obtidos –, todas as ações desenvolvidas e realizadas pela FUNDACIÓN MAPFRE e pela MAPFRE foram disponibilizadas em um *site* especialmente criado para esse fim (www.voluntariadomapfre.com.br).

Em seu primeiro ano de atividades, o programa já contabiliza resultados expressivos:

- 58.638 ações realizadas nas entidades, além das doações arrecadadas;
- mais de 1.500 acessos ao *site*;

- incremento de quase 18 vezes nas doações realizadas no segundo semestre de 2010;
- aumento de aproximadamente 54% no número de itens doados na campanha durante o período do Natal.

Para 2011, a expectativa é de dar continuidade ao Programa Formando Comunidades, promovendo sua expansão, realizando sempre a gestão dos resultados, acompanhando os indicadores sociais e avaliando os impactos na Sociedade. O mesmo posicionamento será dado ao Programa de Voluntariado, com o objetivo de potencializar cada vez mais os resultados e a participação dos colaboradores.

Atividades em 2010

- Em 24 de maio foi realizado o Prêmio Experiências Educacionais Inclusivas. Com o patrocínio da FUNDACIÓN MAPFRE, o evento foi instituído pelo Ministério da Educação (MEC) em conjunto com a Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI). Concorreram ao prêmio 713 trabalhos vindos de 420 municípios de todo o País. A premiação ocorreu durante o seminário “A Escola – Aprendendo com as Diferenças”, que apresentou as experiências de cinco escolas selecionadas, que receberam um diploma e um prêmio de R\$ 8.000,00 cada uma, oferecido pela FUNDACIÓN MAPFRE.



Fernando Garrido, Diretor-Geral do Instituto de Ação Social da FUNDACIÓN MAPFRE Espanha, e o Ministro da Educação, Fernando Haddad, na entrega do Prêmio Experiências Educacionais Inclusivas.

- A Ação Comunitária do Brasil, tendo à frente o Programa Crê-Ser, recebeu incentivo da FUNDACIÓN MAPFRE, possibilitando a continuidade à educação complementar oferecida a 56 crianças de 6 a 15 anos, de 25 organizações sociais conveniadas, que foram beneficiadas com atividades socioeducativas complementares e articuladas com a família, a escola e a comunidade.

- O Colégio Mão Amiga recebeu incentivo para o Projeto Educação para Crianças, com atuação nas comunidades que cercam o município de Itapeverica da Serra (SP). Os recursos possibilitaram a implantação do Setor de Psicopedagogia no colégio, cujo objetivo é dar continuidade e consolidar as intervenções capazes de oferecer melhores condições de vida para as 330 crianças atendidas.

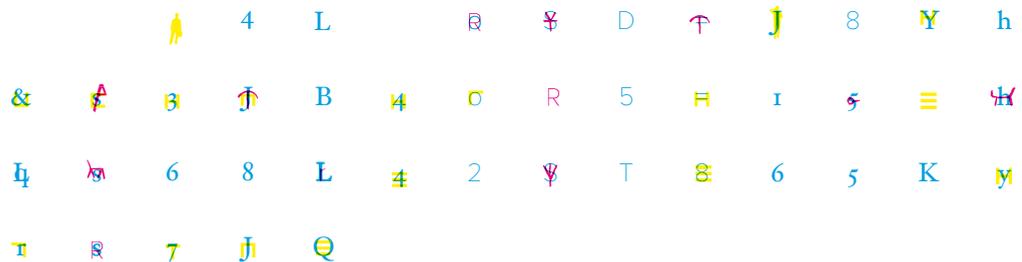
- Com a missão de promover a formação humana e social da comunidade do Jardim Lucélia, na capital paulista, o Centro de Promoção Social Bororé recebeu incentivo da FUNDACIÓN MAPFRE, para dar continuidade ao trabalho de inclusão social que vem desenvolvendo desde sua fundação. O centro atua na complementação do ensino escolar com atividades esportivas, música, teatro, leitura e escrita. São 220 crianças e adolescentes beneficiados pelo projeto, que tem o desafio de erradicar o trabalho infantil na comunidade, aumentar o índice de permanência dos alunos do Ensino Fundamental em salas de aula e melhorar o desempenho escolar. A participação de crianças e adolescentes no projeto gera conhecimento e ampliação de competências e potencialidades e provoca uma redução em sua exposição à violência das ruas, reduzindo assim a possibilidade de acesso a atividades ilícitas.



Crianças do Centro de Promoção Social Bororé.

- O Projeto Ação-Escola, da entidade Ação Comunitária do Brasil (RJ), recebeu incentivo da FUNDACIÓN MAPFRE com o objetivo de promover a formação integral de 140 crianças de 6 a 14 anos, moradoras da Comunidade de Vila do João – Maré, que se encontram em situação de risco social e pessoal.

- O Programa I.D.E.A.L. (Informação, Desenvolvimento, Educação, Artes e Lazer) oferece educação complementar à escola a 420 crianças e adolescentes de 6 a 15 anos. A Liga Solidária, que desenvolve o programa, recebeu apoio financeiro da FUNDACIÓN MAPFRE. O programa favorece o acesso a uma diversidade de vivências culturais, ampliando a capacidade de atuação de crianças e adolescentes na comunidade, promovendo o protagonismo no processo de aprendizagem e incentivando hábitos de higiene bucal e adoção de hábitos alimentares saudáveis.



Crianças do Programa I.D.E.A.L.

— Com o Projeto Direitos Promovidos a Crianças e Adolescentes com Qualidade de Vida, a entidade Movimento Pró-Criança recebeu incentivo da FUNDACIÓN MAPFRE para contribuir com a melhoria da qualidade de vida e a conquista da cidadania de crianças, adolescentes e jovens em situação de risco ou abandono em áreas com alto índice de vulnerabilidade e pobreza de Pernambuco. Com o patrocínio, a entidade teve a oportunidade de promover a cultura brasileira com danças e jogos típicos da região como manifestação artística. O projeto oferece grande quantidade de atividades e oportunidades para que as 100 crianças atendidas tenham condições de se tornar um exemplo para a sociedade em que vivem.

— No Rio de Janeiro, o Projeto Cidadania pelo Esporte, promovido pela Missiones Salesianas, recebeu apoio da FUNDACIÓN MAPFRE em parceria com a Fundación Real Madrid com o objetivo de utilizar o esporte como uma ferramenta de transformação social. O projeto atende cerca de 250 crianças e adolescentes em risco de exclusão social de famílias com baixo nível socioeconômico. Com o apoio da FUNDACIÓN MAPFRE e da Fundación Real Madrid, o programa foi estendido para mais 100 crianças de 6 a 15 anos, que tiveram a oportunidade de participar de atividades esportivas, sociais e educacionais.



Lançamento do Projeto Cidadania pelo Esporte.

— Para ajudar a comunidade carente do Jardim Damasceno, na Zona Norte de São Paulo, a Associação Sonhar e Acreditar desenvolveu o Projeto Pequenos do Futuro, que atende 60 crianças de 0 a 3 anos e 11 meses. Com o apoio oferecido pela FUNDACIÓN MAPFRE, a associação promoveu a melhoria no desenvolvimento da curva de evolução individual, contribuindo para a formação educacional e social e para a elevação da qualidade da alimentação e da nutrição das crianças atendidas no Centro de Educação Infantil.



Projeto Pequenos do Futuro.

— Com o apoio da FUNDACIÓN MAPFRE, a ONG Lar Escola São Francisco pôde aumentar a quantidade de pacientes atendidos no Projeto Reabilitar. Com uma equipe multiprofissional altamente especializada, a Clínica de Paralisia Cerebral, onde o projeto é realizado, avalia e promove a reabilitação de crianças. O incentivo recebido da FUNDACIÓN MAPFRE possibilitou aumentar os atendimentos mensais de 90 para 99 crianças, reduzindo em cerca de 10% a fila de espera para o início do programa de reabilitação, além de contribuir para a modernização dos equipamentos, a capacitação e o aumento do número de profissionais responsáveis pelo atendimento aos pacientes.

— O Projeto Semear, da Associação Morumbi de Integração Social, que também faz parte do Programa Formando Comunidades, promove a assistência continuada a 130 crianças e adolescentes, com idade de 5 a 16 anos, pertencentes à comunidade carente de Vila Andrade, em São Paulo, em situação de risco e vulnerabilidade. Por meio do princípio da educação integral como orientação e apoio nas áreas de saúde, alimentação, reforço da educação formal, acompanhamento social e apoio familiar, são promovidas oficinas de arte, incentivo à cultura, inglês, esporte e lazer, que contribuem para o desenvolvimento das habilidades físicas, cognitivas e psicológicas dos participantes.

— O Programa de Reabilitação para Crianças com Deficiência Física, da Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), obteve apoio financeiro da FUNDACIÓN MAPFRE e foram realizados 2.771 atendimentos para 158 crianças, além de sessões pontuais de avaliação e orientação, mediante a necessidade

específica de cada paciente. O financiamento dos atendimentos de reabilitação contidos no projeto contribui para a redução do déficit do Centro de Reabilitação, uma vez que os atendimentos prestados são predominantemente gratuitos ou realizados via SUS.

CIÊNCIAS DO SEGURO

Promover a formação e a disseminação da cultura de seguros entre profissionais do setor é uma das diretrizes da FUNDACIÓN MAPFRE no Brasil, que incentiva a criação e a difusão do conhecimento.

Atividades em 2010

— Em março de 2010 a diretora do Instituto de Ciências do Seguro, Mercedes Sanz, esteve no Brasil e na oportunidade apresentou a estrutura da instituição à imprensa do setor de seguros. Durante a coletiva de imprensa realizada em São Paulo, foi lançada a 8ª edição do estudo “O Mercado de Seguros na América Latina”, no qual foi apresentada a metodologia utilizada na elaboração da pesquisa e o desempenho da América Latina em comparação ao mercado segurador mundial. No Rio de Janeiro, participou de reunião com as lideranças do mercado segurador no Brasil, com a presença do presidente da MAPFRE no Brasil, Antonio Cássio dos Santos.



Mercedes Sanz, Diretora-Geral do Instituto de Ciências do Seguro da FUNDACIÓN MAPFRE Espanha, na coletiva de imprensa.

— No Rio de Janeiro, foi realizado o lançamento do livro “Mudanças Climáticas e Análise de Risco da Indústria de Petróleo no Litoral Brasileiro”, fruto do trabalho de duas pesquisadoras contempladas com a bolsa-auxílio oferecida pela FUNDACIÓN MAPFRE para a pesquisa sobre risco e seguro. O evento contou com a participação de aproximadamente 100 pessoas.

— A revista *Gerência de Riscos e Seguros* é uma publicação quadrimestral especializada em seguros e gerência de riscos, com função empresarial, e tem como um dos objetivos minimizar os efeitos financeiros das perdas acidentais. Em 2010, foram distribuídos 5.293 exemplares dessa revista para o setor de seguros e gerência de riscos.

Entre os objetivos do instituto para 2011 está o lançamento do BUGAMAP no Brasil, importante ferramenta de informação para as companhias seguradoras. Com o início desse projeto, o objetivo é potencializar os resultados do instituto e impulsionar cada vez mais o conhecimento e a cultura de seguros no País.

CULTURA

2010 foi um ano de grandes realizações e consolidação da imagem da FUNDACIÓN MAPFRE no Brasil. As atividades culturais trazidas pela FUNDACIÓN consagraram importantes exposições, democratizando o acesso à cultura de qualidade a milhares de brasileiros.

Atividades em 2010

— Entre outubro de 2009 e janeiro de 2010, a FUNDACIÓN MAPFRE trouxe ao Brasil a exposição do fotógrafo Walker Evans. A mostra, que cobriu os 50 anos de carreira de Walker Evans no Museu de Arte de São Paulo, foi reconhecida pela Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA) com o prêmio de Melhor Exposição de Fotografias de 2009 na categoria Artes Visuais. A exposição recebeu cerca de 170 mil visitantes.



Daniel Restrepo, Diretor do Instituto de Cultura da FUNDACIÓN MAPFRE Espanha, recebe o Prêmio APCA.

#



9



?



LL

— Em parceria com o Museu de Arte de São Paulo (MASP), a FUNDACIÓN MAPFRE trouxe ao Brasil a exposição “Max Ernst – Uma semana de bondade”, com 184 colagens criadas pelo artista em 1933. A mostra recebeu 157.281 visitantes, que puderam verificar a visão particular de Max Ernst sobre o período que precedeu a Segunda Guerra, em imagens surrealistas carregadas de crítica a valores e convenções da época em que foram criadas.



*Pablo Jiménez,
Diretor-Geral do
Instituto de Cultura
da FUNDACIÓN
MAPFRE Espanha,
na abertura da
exposição Max
Ernst.*

— Na semana de 11 a 14 de novembro, foi realizado o Festival de Cinema 4+1. A iniciativa trata de um projeto de recuperação do cinema alternativo, que seleciona alguns dos melhores filmes apresentados nos principais festivais internacionais e que não encontraram canais de distribuição comercial. O festival aconteceu simultaneamente em São Paulo e em mais quatro cidades ibero-americanas: Bogotá, Buenos Aires, Cidade do México e Madri. A FUNDACIÓN MAPFRE proporcionou ao público a oportunidade de ver filmes de qualidade, muitos dos quais nem chegaram aos cinemas. No encerramento do festival, o público das cinco cidades escolheu o documentário *Les Plages d’Agnès* (França, 2008)



*Público em uma das
sessões do Festival
4+1.*

– *As Praias de Agnès*, em português –, criado aos 82 anos pela cineasta Agnès Varda, para receber o troféu de premiação e a quantia de 20.000 euros. O festival recebeu cerca de 800 visitantes, no período de 11 a 14 de novembro.

— Em 4 de dezembro, a FUNDACIÓN MAPFRE inaugurou a exposição retrospectiva da fotógrafa mexicana Graciela Iturbide, autora de sensíveis trabalhos em preto e branco, na Pinacoteca do Estado de São Paulo. A mostra trouxe cerca de 80 imagens da artista, que esteve presente na abertura do evento. Sem atender a uma ordem cronológica, a disposição das fotografias levou os apreciadores a uma viagem transversal pela obra de Graciela Iturbide, partindo de seus primeiros trabalhos até suas imagens mais recentes. A exposição recebeu 31.500 visitantes no período de 4/12/2010 a 30/1/2011.



*Inauguração
da exposição de
Graciela Iturbide
na Pinacoteca
do Estado de São
Paulo.*

PREVENÇÃO, SAÚDE E MEIO AMBIENTE

Promover a qualidade de vida da Sociedade, com a realização de iniciativas voltadas à prevenção de acidentes, à promoção da saúde e à conservação do meio ambiente. A partir deste posicionamento, a FUNDACIÓN MAPFRE orienta suas ações por meio do instituto.

Em 2010, teve destaque a campanha “Com Maior Cuidado”, criada com o objetivo de estimular e propiciar a prevenção de acidentes nos lares de idosos que desejem manter sua independência e autonomia pessoal. Durante o ano, foram realizados 11 eventos, que promoveram a conscientização de 6.100 idosos, com destaque para:

— Semana de Prevenção a Quedas – realização de palestras sobre o assunto no Instituto Paulista de Geriatria e Gerontologia, com a participação de 250 idosos;

— Centro de Referência do Idoso Norte – participação durante evento realizado para 200 idosos, juntamente com equipe de fisioterapeutas;

— Lar Escola São Francisco – realização de palestra para 100 pessoas, incluindo idosos atendidos pela entidade e profissionais, como médicos, terapeutas ocupacionais e fisioterapeutas;

— I Seminário de Gerontologia: Os Novos Paradigmas do Envelhecimento – realização de palestra a convite da coordenação do evento, em agosto, no CEU Jaçanã, que contou com a presença de 400 pessoas e de palestrantes de referência;

— seminário de capacitação de dirigentes profissionais voluntários da terceira idade – Os Novos Paradigmas do Envelhecimento – ocorrido em novembro, no residencial Israelita Albert Einstein, com a participação de 150 pessoas, entre profissionais, idosos e interessados pelo assunto;

— campanha “Com Maior Cuidado” – realizada em novembro de 2010, na cidade de Santos (SP), com o apoio e a parceria da Prefeitura Municipal. O lançamento contou com a presença de autoridades locais, além dos profissionais da área de gerontologia.



*Capacitação do Programa
Educação Ambiental nas Escolas.*

— Realização do VI Encontro Técnico de Prevenção, Saúde e Meio Ambiente, em junho de 2010, com o tema “Gerenciamento de Riscos Ambientais em Sistemas Ferroviários”. Cerca de 80 pessoas estiveram presentes no evento, que contou com importantes contribuições de gerentes de empresas do setor ferroviário, técnicos do meio ambiente, representantes do IBAMA e do Ministério do Meio Ambiente. Como resultado das discussões do encontro, foram elaboradas propostas concretas de melhorias que serão encaminhadas pela FUNDACIÓN MAPFRE ao Conselho Nacional de Meio Ambiente.



*VI Encontro Técnico de Prevenção,
Saúde e Meio Ambiente*



Programa Com Maior Cuidado.

Atividades em 2010

— O Programa Educação Ambiental nas Escolas tem como objetivo levar os alunos das escolas da rede pública a refletir sobre questões ambientais, interligando as problemáticas sociais, econômicas e políticas, além de estimular a formação de valores e atitudes que impulsionem a atuação individual e coletiva na identificação, na prevenção e na solução de problemas ambientais. Em 2010, foram realizadas cinco formações em cinco cidades no Estado de São Paulo: Araraquara, Monte Alto, Pompeia, São Vicente e São Paulo, onde o projeto contou com o apoio da Secretaria Municipal de Educação. No total, 8.964 alunos foram envolvidos e 387 professores foram capacitados.

— Patrocínio do V CBHO (Congresso Brasileiro de Higiene Ocupacional), realizado entre 27 e 29 de setembro, juntamente com o XVII Encontro Brasileiro de Higienistas Ocupacionais. A convite da FUNDACIÓN MAPFRE, o especialista em higiene industrial Mariano Martínez, da FREMAP na Espanha, apresentou o tema “Avaliação do risco químico utilizando metodologias simplificadas”. A FUNDACIÓN MAPFRE também marcou presença no evento com um estande, onde recebeu os participantes do congresso para apresentar seu trabalho e distribuir material institucional.



Apresentação de Mariano Martínez, da FREMAP Espanha, no V CBHO.

— Em 18 de novembro, a FUNDACIÓN MAPFRE realizou, no Conselho Nacional de Química, o VI Seminário Internacional: Gestão de Riscos Ambientais no Setor de Exploração e Produção de Petróleo e Gás. O objetivo do evento foi contribuir para a discussão dos aspectos técnicos voltados para a gestão dos riscos na área de petróleo e gás. Entre os destaques, foi apresentado o andamento da criação do primeiro Plano Nacional de Contingência de Derramamento de Óleo (PNC) no País. O seminário recebeu cerca de 200 participantes.

— Divulgação das bolsas de auxílio à pesquisa, cursos e prêmios – foi realizado um plano de comunicação para institutos de pesquisa, universidades e empresas com o objetivo de possibilitar a participação de um número cada vez maior de inscritos nas oportunidades oferecidas pela FUNDACIÓN MAPFRE.

— Para disseminar e ensinar hábitos de vida saudável, especialmente ligados à alimentação, foi lançado, em 2010, o Programa Viver com Saúde. No Brasil, o piloto do projeto contou com a realização de palestras interativas e distribuição de cartilhas sobre nutrição e saúde para os participantes dos eventos: ao todo, foram promovidas 12 oficinas, entre os meses de outubro e dezembro, que contaram com a participação de 1.000 crianças de 6 a 9 anos. Para 2011, a expectativa é fortalecer o envolvimento do programa com escolas, garantindo o desenvolvimento de atividades para as crianças e a capacitação de educadores.

SEGURANÇA VIÁRIA

Em busca de uma redução significativa na ocorrência dos acidentes de trânsito, a FUNDACIÓN MAPFRE desenvolve atividades para conscientizar a sociedade, promover hábitos sociais e disseminar informações sobre o tema.

Em 2010, o trabalho desenvolvido pela FUNDACIÓN MAPFRE foi reconhecido com o Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito, concedido às entidades que desenvolvem projetos e atividades para alertar a sociedade para a preocupante situação do trânsito brasileiro. Na categoria Empresas, o case “Programas de Segurança Viária para Crianças” foi o vencedor com os Programas Educação Viária é Vital e Na Pista Certa, que desde 2004 já beneficiaram quase 4 milhões de alunos e 100 mil professores.



Dirceu Tiegs, Vice-Presidente de Desenvolvimento de Rede, Jabis de Mendonça Alexandre, Vice-Presidente de Automóvel, e Fátima Lima, Diretora da Delegação da FUNDACIÓN MAPFRE, recebem o Prêmio Volvo.

Atividades em 2010

— Com o Programa Educação Viária é Vital, a FUNDACIÓN MAPFRE procura disseminar o conceito de segurança viária, capacitando professores que monitoram e orientam o desenvolvimento de trabalhos escolares, além da distribuição de kits de educação viária. Em 2010, o programa marcou presença em 255 escolas de 12 municípios de São Paulo. Foram capacitados 800 profissionais, com a estimativa de benefício para 28.000 alunos. O programa destaca-se por ser uma ação educativa que busca envolver os alunos em uma ampla pesquisa sobre as condições da circulação viária das comunidades próximas das escolas, bem como levá-los a implementar ações que tornem a circulação mais segura, justa e eficiente.

— O Programa Na Pista Certa leva conteúdos sobre segurança viária e valores como respeito ao próximo e ao meio ambiente para crianças de 6 a 10 anos. Por meio de vivências lúdicas e pedagógicas, monitores treinados promovem comportamentos e atitudes responsáveis e cívicas em relação ao trânsito. As crianças aprendem ainda conceitos de relações entre transporte particular, transporte coletivo e meio ambiente, abordando temas como emissão de gases poluentes, poluição sonora, etc. Em 2010, foram realizadas 13 operações, sendo 9 no município de São Paulo e as demais em cidades do interior do Estado, com um aumento de 52% no número de escolas envolvidas e 10.306 crianças beneficiadas.

Foram mantidas as parcerias com as Secretarias Municipais de Educação e do Verde e Meio Ambiente de São Paulo e conquistadas novas parcerias com secretarias dos municípios de Santos, Arujá e Jundiá.



Crianças no Programa Na Pista Certa.

— Convidada pelo Colégio Porto Seguro, um dos mais tradicionais de São Paulo, a FUNDACIÓN MAPFRE realizou, de 3 a 7 de maio, a I Semana do Trânsito no Porto Seguro. No total, 2.500 alunos do Infantil ao Ensino Fundamental tiveram a oportunidade de participar de atividades lúdicas e pedagógicas do Programa Na Pista Certa, conhecendo conceitos e orientações de segurança viária. No evento também foi ressaltada a importância das regras de convivência e de valores essenciais para a segurança e a integridade das pessoas.

— Com a campanha “Transitar com segurança. Esse é o caminho”, a FUNDACIÓN MAPFRE participou da Semana Nacional de Trânsito. A ação envolveu a exibição de um vídeo interativo em cinemas de São Paulo, que atingiu mais de 16 mil pessoas. A veiculação da campanha ocorreu também nos sites da MAPFRE, da FUNDACIÓN MAPFRE e no YouTube.



Campanha “Transitar com Segurança”.

— No dia 1º de setembro, a FUNDACIÓN MAPFRE lançou o alerta sobre o início da obrigatoriedade de uso da cadeirinha para transporte de crianças de até 7 anos e meio nos veículos. Além de relembrar a obrigatoriedade, o alerta também conscientizou sobre a importância da adesão e dos riscos aos quais uma criança

está exposta sem o uso do equipamento. Foi destacado que transportar crianças em desacordo com a lei é infração gravíssima, que, além de acumular sete pontos na carteira, ainda gera multa, podendo até causar apreensão do veículo.

— No Dia Mundial do Idoso, comemorado em 1º de outubro, a FUNDACIÓN MAPFRE lançou a campanha “3 e meia, 15 para as 4 – Segurança Viária para Idosos”. No evento foi exibido um curta-metragem que ilustra a questão do idoso em relação à segurança viária. Os presentes receberam o Guia de Circulação Segura para Idosos, que traz informações e orientações importantes para uma circulação segura no trânsito, seja como pedestres, ciclistas, motociclistas ou motoristas. Em novembro, este mesmo guia foi distribuído aos colaboradores, que foram incentivados a divulgar essas informações entre os familiares e amigos. No total, 3.500 idosos foram beneficiados pelo projeto e 25 profissionais foram capacitados.



Julio Laria, Diretor-Geral do Instituto de Segurança Viária da FUNDACIÓN MAPFRE Espanha, no lançamento da campanha “3 e meia, 15 para as 4”.

— Com a realização de cursos e palestras de conscientização e distribuição de material didático em empresas parceiras, o Programa Formação em Empresas procura sensibilizar empresários e trabalhadores sobre a problemática dos acidentes nos deslocamentos realizados diariamente. O material didático é dividido em duas cartilhas: uma com respaldo de estatísticas que comprovam que as pessoas são responsáveis em nove de cada dez acidentes com vítimas (fator humano) e outra que faz um alerta para a importância de manter os componentes estruturais e a situação funcional do veículo em ordem (fator veículo). Em 2010, foram firmadas parcerias com duas empresas: Brasil Assistência (São Paulo-SP), para aplicação do programa na SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho), e Paschoalotto Serviços Financeiros (Agudos-SP).

— Para reforçar seu papel de difusora de conhecimento e contribuir para a conscientização sobre o tema segurança viária, estimulando o aperfeiçoamento e a atualização dos profissionais da área no Brasil, a FUNDACIÓN MAPFRE divulga as publicações do Instituto de Segurança Viária da Espanha. Em 2010, foram publicados dois estudos no país, com grande repercussão na mídia brasileira:

— estudo experimental sobre as lesões oculares e orbitárias em condutores de veículos usuários de óculos, provocadas pelo disparo do *airbag* em baixa velocidade – pioneira, a pesquisa tem como objetivo analisar os possíveis riscos

e benefícios ocasionados pelo uso de óculos no momento do disparo do *airbag* e de seu choque contra a face do motorista;

– estudo sobre a bagagem e sua influência na condução de veículos, que busca esclarecer e proporcionar informações técnicas sobre a distribuição de carga nos carros de passeio – o estudo foi trazido pela FUNDACIÓN MAPFRE com algumas adaptações às condições brasileiras, principalmente quanto às normas de circulação viária definidas no Código de Trânsito Brasileiro (CTB) e resoluções do Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN), coordenador do Sistema Nacional de Trânsito e órgão máximo normativo e consultivo.

2.3. COLABORAÇÃO INSTITUCIONAL

No Brasil, a FUNDACIÓN MAPFRE mantém parcerias com diversas instituições, com as quais desenvolve projetos e ações em benefício da sociedade:

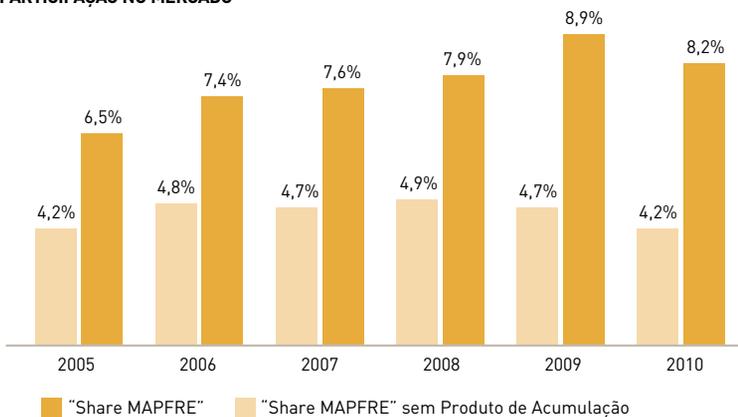
- FUNENSEG (Escola Nacional de Seguros);
- FENAPREVI (Federação Nacional de Previdência Privada e Vida);
- Fundo de Solidariedade e Desenvolvimento Social e Cultural do Estado de São Paulo;
- CET (Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo);
- USP – Universidade de São Paulo;
- INSPER – Instituto de Ensino e Pesquisa;
- Secretaria Estadual de Assistência e Desenvolvimento Social de São Paulo;
- Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo;
- Secretaria de Estado da Educação de Minas Gerais;
- SPTrans (São Paulo Transportes);
- Polícia Militar do Estado de São Paulo;
- Coordenadoria do Idoso;
- Instituto Paulista de Geriatria e Gerontologia;
- Grande Conselho Municipal do Idoso;
- Conselho Estadual do Idoso;
- CESVI (Centro de Experimentação e Segurança Viária) Brasil;
- ITSEMAP do Brasil – Serviços Tecnológicos MAPFRE;
- Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social de São Paulo;
- Secretaria Municipal do Verde e do Meio Ambiente de São Paulo;
- Secretaria Municipal de Transportes de Jundiaí (SP);
- Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro;
- Secretaria Municipal de Educação de São Paulo;
- Secretaria Municipal de Educação de Araraquara (SP);
- Secretaria Municipal de Educação de Monte Alto (SP);
- Secretaria Municipal de Educação de Santos (SP);
- Secretaria Municipal de Educação de Pompeia (SP);
- Secretaria Municipal de Educação de Potim (SP);
- Secretaria Municipal de Educação de Pindorama (SP);
- Secretaria Municipal de Educação de Roseira (SP);
- Secretaria Municipal de Educação de Arujá (SP);
- Secretaria Municipal de Educação de São Luís (MA);
- Secretaria Municipal de Educação de Juína (MT);
- Secretaria Municipal de Educação de Pato Branco (PR);
- Colégio Visconde de Porto Seguro.

Informações Econômicas

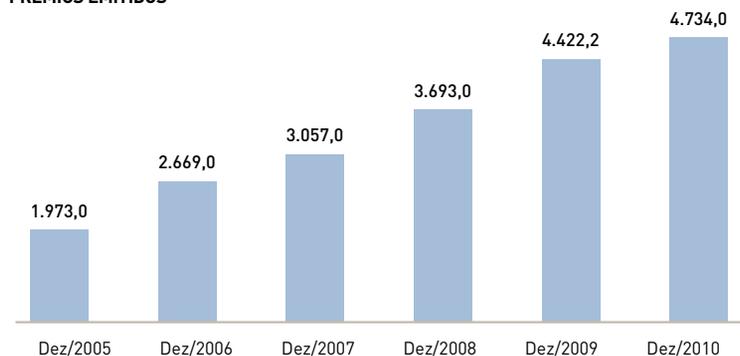
MERCADO BRASILEIRO DE SEGUROS

RAMOS	2010	PARTICIPAÇÃO NO MERCADO	2009	PARTICIPAÇÃO NO MERCADO	EVOLUÇÃO	EVOLUÇÃO EM R\$ MIL	EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO NO MERCADO
VGBL	36.704.259	33,01%	30.132.802	31,60%	21,81%	6.571.456	1,41%
Auto	22.785.400	20,49%	19.953.833	20,92%	14,19%	2.831.567	-0,43%
Vida	15.305.738	13,76%	13.304.848	13,95%	15,04%	2.000.890	-0,19%
Seguros gerais	13.458.284	12,10%	11.519.714	12,08%	16,83%	1.938.570	0,02%
Capitalização	11.780.949	10,59%	10.104.143	10,60%	16,60%	1.676.806	0,00%
PGBL	6.083.284	5,47%	5.201.848	5,45%	16,94%	881.435	0,02%
Previdência	3.260.340	2,93%	3.352.583	3,52%	-2,75%	-92.243	-0,58%
Garantia/crédito	1.133.347	1,02%	1.119.442	1,17%	1,24%	13.906	-0,15%
Demais	692.003	0,62%	675.662	0,71%	2,42%	16.341	-0,09%
SETOR	111.203.605	100,00%	95.364.876	100,00%	16,61%	15.838.729	0,00%

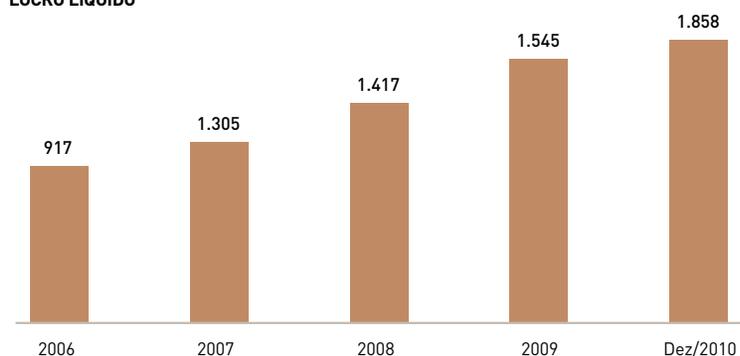
PARTICIPAÇÃO NO MERCADO



PRÊMIOS EMITIDOS



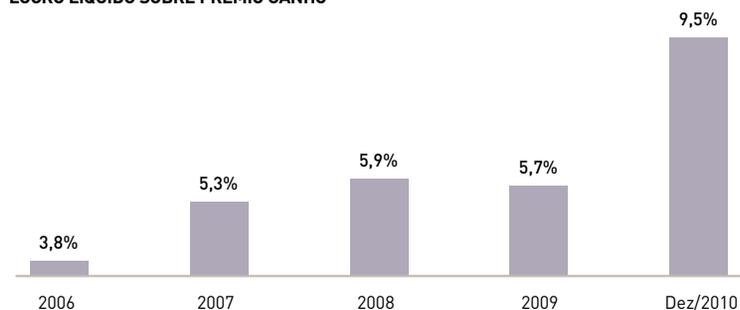
LUCRO LÍQUIDO



EVOLUÇÃO DE PRÊMIOS EMITIDOS (R\$ MILHÕES)

SEGMENTO	2006	2007	2008	2009	2010
Automóvel - com DPVAT	971,7	1051,7	1390,0	1589,2	1853,2
Vida e Previdência	1112,2	1377,0	1501,5	1691,9	1489,8
MAPFRE Nossa Caixa Vida e Previdência	202,2	371,2	430,1	525,9	254,7
MAPFRE Vera Cruz Vida e Previdência e Vida Seguradora S.A.	910,0	1005,8	1071,4	1166,0	1235,1
Ramos Elementares	509,7	524,8	713,8	1057,5	1233,3
Garantias e Crédito	75,1	104,4	87,4	83,7	92,6

LUCRO LÍQUIDO SOBRE PRÊMIO GANHO



Política Ambiental e Energética da MAPFRE

A MAPFRE trabalha para gerar valor a seus acionistas e aos que participam ou colaboram com suas atividades, com a prestação de serviços de qualidade à Sociedade. Nesta integração com a sustentabilidade, todos os que participam da gestão da Empresa contribuem com adoção de uma postura responsável e ética, que pressupõe um compromisso firme com a preservação do meio ambiente e a promoção da economia e da eficiência energética.

Este compromisso se materializa com a incorporação do meio ambiente e da energia no negócio, o desenvolvimento de ações energéticas e de gestão ambiental e a promoção da responsabilidade ambiental e energética na Sociedade.

1. Incorporação do Meio Ambiente e da Energia no Negócio

— Aplicação de critérios ambientais e energéticos nos processos de planejamento e tomada de decisões sobre questões que possam causar impactos ambientais e energéticos, como mensuração de investimentos, seleção de fornecedores ou gestão de imóveis e propriedades.

— Desenvolvimento de produtos e serviços que contribuam para a melhoria da gestão de risco ambiental e do consumo sustentável de energia na Sociedade.

2. Gestão Ambiental e Energética

— Cumprimento da legislação ambiental e energética que é aplicável a sua atividade, assim como outros compromissos adquiridos de forma voluntária, e adoção de medidas para a melhoria contínua de seu comportamento nesse âmbito, com o desenvolvimento de um Sistema Integrado de Gestão Ambiental e

Energética, que determine metas periódicas cujo cumprimento é verificado por auditorias.

— Utilização de forma racional dos recursos, minimizando o consumo de água, papel e energia, reduzindo a geração de resíduos e emissões e favorecendo a reciclagem, por meio da implementação de boas práticas ambientais e de economia e eficiência energética; além da busca por soluções tecnológicas ecoeficientes para edifícios, que permitam um ótimo desempenho energético.

— Uso dos meios necessários para assegurar que essa Política Ambiental e Energética seja de conhecimento de todos os colaboradores e esteja à disposição do público, com informação periódica dos progressos obtidos em sua gestão ambiental e energética.

3. Promoção da Responsabilidade Ambiental e Energética

— Disponibilização de recursos aos colaboradores para que participem da realização dos objetivos ambientais e energéticos da MAPFRE e contribuam com o desenvolvimento sustentável.

— Desenvolvimento de ações para promover maior conscientização ambiental e energética da Sociedade, por meio de atividades de educação, sensibilização e divulgação destinadas a diferentes grupos, bem como a promoção de boas práticas ambientais e de desempenho e economia energética entre clientes e fornecedores.

— Contribuição para pesquisa, desenvolvimento e difusão do conhecimento científico e tecnológico que tenham como finalidade a preservação do meio ambiente e dos recursos energéticos e participação em organismos e fóruns nacionais e internacionais que promovam e apoiem o desenvolvimento de iniciativas para sua proteção.

Aplicação Prática da Política Ambiental no Brasil

DIRETRIZ	AÇÕES	RESULTADOS
1. Incorporação do Meio Ambiente e da Energia no Negócio	Campanha ECO MAPFRE	Os segurados que tiveram seus automóveis aprovados na Inspeção Veicular Ambiental, obrigatória na cidade de São Paulo, ganharam um bônus com o dobro do valor pago na taxa da inspeção (R\$ 113,00) para ser utilizado como desconto na renovação ou na contratação de um novo seguro.
2. Gestão Ambiental e Energética	Programa de Reciclagem	Em 2010, a MAPFRE realizou a reciclagem de materiais como papel (32.748 kg), plástico (6.028 kg), vidro (259 kg), toners (483 carcaças), pilhas e baterias (133,5 kg).
	Compra Responsável	Em 2010, 97% do material de folheteria utilizado pela Empresa foi proveniente de reciclagem.
3. Promoção da Responsabilidade Ambiental e Energética	Villa Ambiental	Espaço montado no Parque Villa-Lobos, em São Paulo, em funcionamento desde março de 2009. Contribuiu com a disseminação de conceitos de preservação do meio ambiente e melhoria da qualidade de vida. O local permite o desenvolvimento de atividades lúdicas e dinâmicas, com a abordagem de questões importantes para a preservação do planeta, como água, fauna e flora, poluição e aquecimento global. Em 2010, o projeto recebeu 8.348 crianças e 2.734 adultos, entre pais, professores e acompanhantes.
	I Prêmio MAPFRE de Educação Ambiental	Cinco escolas foram premiadas, na primeira edição do evento, com filmadora, tela de projeção e projetor multimídia, notebooks para os professores e turmas premiadas, conjunto de pintura e desenho para os alunos e troféus.

Aplicação Prática de Princípios do Pacto Global na MAPFRE Brasil

PROJETO	PACTO GLOBAL	RESULTADOS EM 2010
Programa Cine Educação	1, 8	<ul style="list-style-type: none"> — 798.098 professores de todo o País tiveram acesso ao material de apoio pedagógico do programa, que apresenta temas transversais para serem trabalhados em sala de aula. — Realização de 93 sessões de cinema na Cinemateca Brasileira, em São Paulo, com a presença de 7.119 alunos. — Por meio de uma parceria com a Fundação Victor Civita, o material de apoio pedagógico do filme <i>Castelo Rá-Tim-Bum</i> foi distribuído junto com a revista <i>Nova Escola</i> a 266 mil professores de todo o País.
Programa Cine Maior Idade	1	<ul style="list-style-type: none"> — Formação de 110 técnicos que trabalham com idosos. — Realização de 53 sessões de cinema na Cinemateca Brasileira, em São Paulo, com a participação de 2.438 idosos.
Programa de Inserção Profissional	1	<ul style="list-style-type: none"> — Capacitação de 164 pessoas, divididas em três grupos: jovens (18 a 25 anos), adultos (40 a 55 anos) e pessoas com deficiência.
I Prêmio MAPFRE de Educação Ambiental	1, 7, 8, 9	<ul style="list-style-type: none"> — Foram inscritos 15 projetos-escolas, sendo que 5 deles foram premiados.
Programa de Voluntariado	1, 2, 7, 8, 9	<ul style="list-style-type: none"> — O Programa de Voluntariado permite aos colaboradores identificar oportunidades de atuação voluntária e organizações que necessitam de doações em todo o País. Em 2010, o programa registrou mais de 58.000 ações e doações.
Treinamento Anticorrupção	10	<ul style="list-style-type: none"> — Em 2010, 681 colaboradores realizaram o curso <i>e-learning</i> de Prevenção a Fraudes, 680 realizaram o curso de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e 120 colaboradores das áreas de sinistros e subscrição das unidades de Vida, Previdência e Garantias e Crédito foram treinados por meio de palestras presenciais, que abordaram conceitos e medidas de prevenção ao delito de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo.
Workshops Sustentabilidade na Cadeia de Valor	1, 2, 4, 7, 9	<ul style="list-style-type: none"> — Nos meses de agosto e setembro foram realizados dois <i>workshops</i> em São Paulo e um no Rio de Janeiro para os colaboradores do Grupo, sobre o tema Sustentabilidade.

Os 10 Princípios do Pacto Global

Direitos Humanos

1. As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente.
2. Assegurar-se de sua não participação em violações destes direitos.

Trabalho

3. As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.
4. A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.
5. A abolição efetiva do trabalho infantil.
6. Eliminar a discriminação no emprego.

Meio Ambiente

7. As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.
8. Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.
9. Incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

Contra a Corrupção

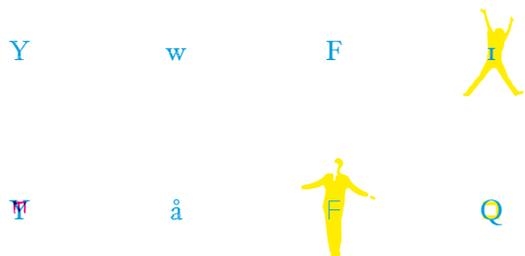
10. As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

Mapa de Stakeholders



Stakeholders primários

Stakeholders secundários



www.mapfre.com.br

