

Relato
Integrado
2017



Índice

| | | |
|----------|---|----|
| 1 | Carta do presidente | 4 |
| 2 | MAPFRE Brasil | 7 |
| | 2.1. Quem Somos | 8 |
| | 2.2. Principais resultados | 16 |
| 3 | Modelo de negócio e atuação estratégica | 18 |
| | 3.1. Modelo de negócio | 19 |
| | 3.2. Foco estratégico e perspectivas | 24 |
| 4 | Evolução dos negócios | 26 |
| | 4.1. Cenário e desempenho | 27 |
| 5 | Governança corporativa | 30 |
| | 5.1. Sistema de governo | 31 |
| | 5.2. Políticas corporativas | 32 |
| | 5.3. Gestão de riscos | 33 |
| 6 | Gestão de capitais | 38 |
| | 6.1. Capital financeiro | 39 |
| | 6.2. Capital produtivo | 41 |
| | 6.3. Capital humano | 46 |
| | 6.4. Capital intelectual | 53 |
| | 6.5. Capital social e de relacionamento | 56 |
| | 6.6. Capital natural | 67 |
| 7 | Informações complementares | 72 |
| | 7.1. Bases de preparação e apresentação do Relato | 73 |
| | 7.2. Explicação sobre auditoria e verificação externa | 73 |
| | 7.3. Materialidade | 74 |
| | 7.4. Sumário de conteúdo GRI Standards | 80 |
| | 7.5. Relatório de Garantia | 86 |
| | 7.6. Créditos | 87 |

Carta do presidente

[102-14]



Para o mercado segurador brasileiro, 2017 continuou sendo um ano desafiador, impactado pelo baixo crescimento do PIB, queda na concessão de crédito, desempenho insatisfatório das indústrias correlatas e uma consequente retração da demanda por seguro. Além desses aspectos macroeconômicos, tivemos que enfrentar também fatores específicos que afetaram o nosso desempenho no ano.

Um dos mais relevantes foi o agravamento da violência, em decorrência do cenário conturbado verificado em várias regiões do país, que afetou a frequência de roubos, principalmente de automóvel e transportes, com impacto direto no aumento da sinistralidade. Aliado a isso, o volume de prêmios e de vendas no canal bancário, principalmente nos Seguros de Pessoas e Automóvel, foi menor em relação ao ano anterior, assim como a performance de outros negócios, como Previdência e Saúde, que ficou abaixo das expectativas.

❖ **Diante desse cenário, a MAPFRE Brasil encerrou o ano com volume de prêmios de R\$ 16,6 bilhões, uma redução de 0,1% em relação ao exercício anterior, e lucro líquido atribuído de R\$ 465,7 milhões, 14,6% menor que o registrado em 2016.**

Mesmo com um resultado inferior ao ano anterior, nossa representatividade perante à MAPFRE S.A. se manteve no mesmo patamar. O corpo acabou sendo afetado por catástrofes naturais ocorridas em 2017, que não atingiram o Brasil, mas impactaram significativamente o resultado líquido da MAPFRE.

Assim, continuamos sendo o segundo país de maior relevância e com os melhores resultados depois da Espanha, contribuindo com 22,4% dos prêmios e 18,3% dos resultados da MAPFRE S.A.

Entendemos que, pelas dificuldades enfrentadas, este não foi um ano ruim, mas sim um período de transição e aprendizado. Aproveitamos o momento para fortalecer nossa atuação no âmbito digital e nos serviços oferecidos ao cliente, buscando mais agilidade e qualidade e, principalmente, olhando para dentro do negócio para fazer uma lição de casa necessária, focada na contenção de gastos e na busca por produtividade a partir das ferramentas digitais e do conceito de inovação.

Esse posicionamento mais assertivo nos garantiu uma redução de custos importante para o ano e, mais do que isso, preparou a Companhia para que possamos retomar a trajetória histórica de crescimento.

Além do foco em serviços digitais, também direcionamos nosso olhar para processos e precificação, com a adoção de medidas técnicas que já indicam uma melhora nos resultados a partir do final do ano e, provavelmente, uma retomada para 2018.

Como fruto desse trabalho, reavaliamos nossa estratégia no segmento de Consórcios e decidimos nos associar a um grande player de mercado, a BR Consórcios, o que nos permitirá ampliar os canais de distribuição e portfólio de produtos nesse mercado, garantindo uma atuação mais competitiva.

Outro acontecimento relevante e fundamental para o futuro dos negócios foi a reestruturação, iniciada em 2017 e anunciada em 2018, da parceria com o Banco do Brasil.

Nessa nova configuração, que está sendo concluída e será submetida à aprovação dos órgãos reguladores, os negócios foram reorganizados de forma que cada sócio (MAPFRE e Banco do Brasil) possa adequar-se ao "apetite de risco" específico. Com isso, mantivemos nossa participação societária nos negócios atendidos pelos canais do banco, exceto Automóvel e Grandes Riscos. Nesses segmentos, mantivemos a exclusividade do Banco do Brasil e aumentamos a nossa participação, de 50% para 100%, possibilitando, com isso, mais sinergia com outros negócios que já possuímos, não associados ao banco.

Na prática, o GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE continua existindo, mas de forma diferente, somente com atuação nos canais bancários. Nossa expectativa é que a partir de uma estrutura mais simplificada e um modelo de governança mais simples, possamos avançar com agilidade, foco e planejamento em nossas atividades no país.

❖ **Por tudo isso, este foi um ano de muito trabalho, desafios e conquistas. Foi também um ano especial, em que completamos 25 anos de atividades no Brasil com uma trajetória de crescimento e contribuição ativa para o desenvolvimento do setor e a disseminação da cultura de seguros na sociedade.**

Esse posicionamento é consequência do trabalho que vem sendo promovido ao longo desses anos, em que

buscamos refletir, cada vez mais, a sustentabilidade como parte integrante da estratégia de negócio. Acreditamos que esse é o caminho da inclusão no mercado de seguros. O grande desafio é disseminar a educação financeira e promover ações que buscam otimizar e incentivar o consumo desses produtos.

Cientes de que a busca por uma gestão sustentável é uma trajetória longa e perene, continuaremos investindo no diálogo e na geração de valor com os nossos stakeholders, estreitando relacionamento com os diferentes públicos e mantendo um alinhamento permanente com princípios internacionais dos quais somos signatários, como o Pacto Global, da ONU.

Nesse sentido, publicamos o Relato deste ano na opção “de acordo” da GRI Standards e em linha com as recomendações do marco de informação publicado pelo IIRC (Conselho Internacional do Relato Integrado).

Outro aspecto positivo é que em 2017 reforçamos o volume de recursos investidos pela Fundación MAPFRE no Brasil, que totalizaram R\$ 7,35 milhões no ano, revelando a importância do país para as atividades fundacionais, e beneficiaram mais de 17 milhões de pessoas no período, direta ou indiretamente.

Todo o empenho que dedicamos rendeu e continuará rendendo frutos. Acreditamos que a trajetória de crescimento do mercado será retomada, com um cenário ainda melhor para 2019. A volatilidade ainda continuará presente, mas estaremos mais preparados ao novo nível de taxa de juros e os preços estarão mais alinhados.

Reiteramos nossa confiança no mercado brasileiro de seguros e nas ações adotadas que deixam a Companhia melhor preparada para se beneficiar da retomada gradativa da economia.

Wilson Toneto
CEO da MAPFRE | Regional Brasil

2

MAPFRE Brasil



2.1. Quem Somos

[102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 101-10, 102-45]

→ Seguro direto + Assistência 🌐 Riscos Globais ↻ Resseguro

LATAM

ÁREA TERRITORIAL

IBÉRIA

ÁREA TERRITORIAL

INTERNACIONAL

ÁREA TERRITORIAL

LATAM NORTE

BRASIL

LATAM SUL

ESPAÑA | PORTUGAL

AMÉRICA DO NORTE

EURÁSIA

A MAPFRE S.A. é uma empresa global que atua nos mercados de seguros e resseguros em 45 países dos cinco continentes.

Atualmente, é a maior seguradora espanhola no mundo e o terceiro grupo segurador na América Latina, com presença crescente em outros mercados mundiais como América do Norte, Europa e Ásia.

LATAM NORTE

- Costa Rica → + ↻ 🇸🇨
- El Salvador → + ↻ 🇸🇻
- Guatemala → + ↻ 🇬🇹
- Honduras → + ↻ 🇭🇳
- México → + ↻ 🇲🇽
- Nicarágua → + ↻ 🇳🇮
- Panamá → + ↻ 🇵🇦
- Rep. Dominicana → + ↻ 🇩🇴

BRASIL → + ↻ 🇧🇷

LATAM SUL

- Argentina → + ↻ 🇦🇷
- Chile → + ↻ 🇨🇱
- Colômbia → + ↻ 🇨🇴
- Equador → + ↻ 🇪🇨
- Paraguai → + ↻ 🇵🇾
- Peru → + ↻ 🇵🇪
- Uruguai → + ↻ 🇺🇾
- Venezuela → + ↻ 🇻🇪

IBÉRIA

- Espanha → + 🌐 ↻ 🇪🇸
- Portugal → + ↻ 🇵🇹

AMÉRICA DO NORTE

- Canadá → + ↻ 🇨🇦
- E.U.A. → + ↻ 🇺🇸
- Porto Rico → + ↻ 🇵🇷

EURÁSIA

- Alemanha → + 🌐 ↻ 🇩🇪
- Argélia → + ↻ 🇩🇿
- Bahrein → + ↻ 🇧🇭
- Bélgica → + ↻ 🇧🇪
- França → + 🌐 ↻ 🇫🇷
- Grécia → + ↻ 🇬🇷
- Hungria → + ↻ 🇭🇺
- Irlanda → + ↻ 🇮🇪
- Itália → + 🌐 ↻ 🇮🇹
- Jordânia → + ↻ 🇯🇴
- Malta → + ↻ 🇲🇹
- Reino Unido → + 🌐 ↻ 🇬🇧
- Tunísia → + ↻ 🇹🇺
- Turquia → + ↻ 🇹🇷
- Austrália → + ↻ 🇦🇺
- China → + ↻ 🇨🇳
- Filipinas → + ↻ 🇵🇭
- Índia → + ↻ 🇮🇳
- Indonésia → + ↻ 🇮🇩
- Japão → + ↻ 🇯🇵
- Malásia → + ↻ 🇲🇾
- Cingapura → + ↻ 🇸🇬
- Taiwan → + ↻ 🇹🇼

Com sede na capital paulista e operações em todo o país, a MAPFRE Brasil completou 25 anos de atividades no país em 2017, se estabelecendo como a principal operação fora da Espanha e um importante mercado estratégico, responsável por 22,4% dos prêmios e 18,3% dos resultados da MAPFRE S.A.

Em 2017, ocupava a segunda posição no mercado brasileiro de seguros não vida, com 15,3% de participação. Sua estrutura no Brasil é formada por 6.237 colaboradores e uma rede de distribuição que contempla 959 corretores fidelizados (corretores Mais), 19.801 corretores, além dos 23.279

pontos de distribuição formados pelos canais affinities e as 4.770 agências do Banco do Brasil, nosso sócio em diversas operações.

O volume de prêmios emitidos registrado no ano foi de R\$ 16,6 bilhões (0,1% inferior em relação a 2016), com lucro líquido de R\$ 465,7 milhões (14,6% menor que 2016).

Dentre as mudanças operacionais promovidas durante o ano, destaca-se a associação com a BR Consórcios, para ampliar os canais de distribuição e portfólio de produtos nesse mercado.



GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE

Resultado da aliança estratégica firmada entre o Banco do Brasil e a MAPFRE, o GRUPO SEGURADOR BANCO DO

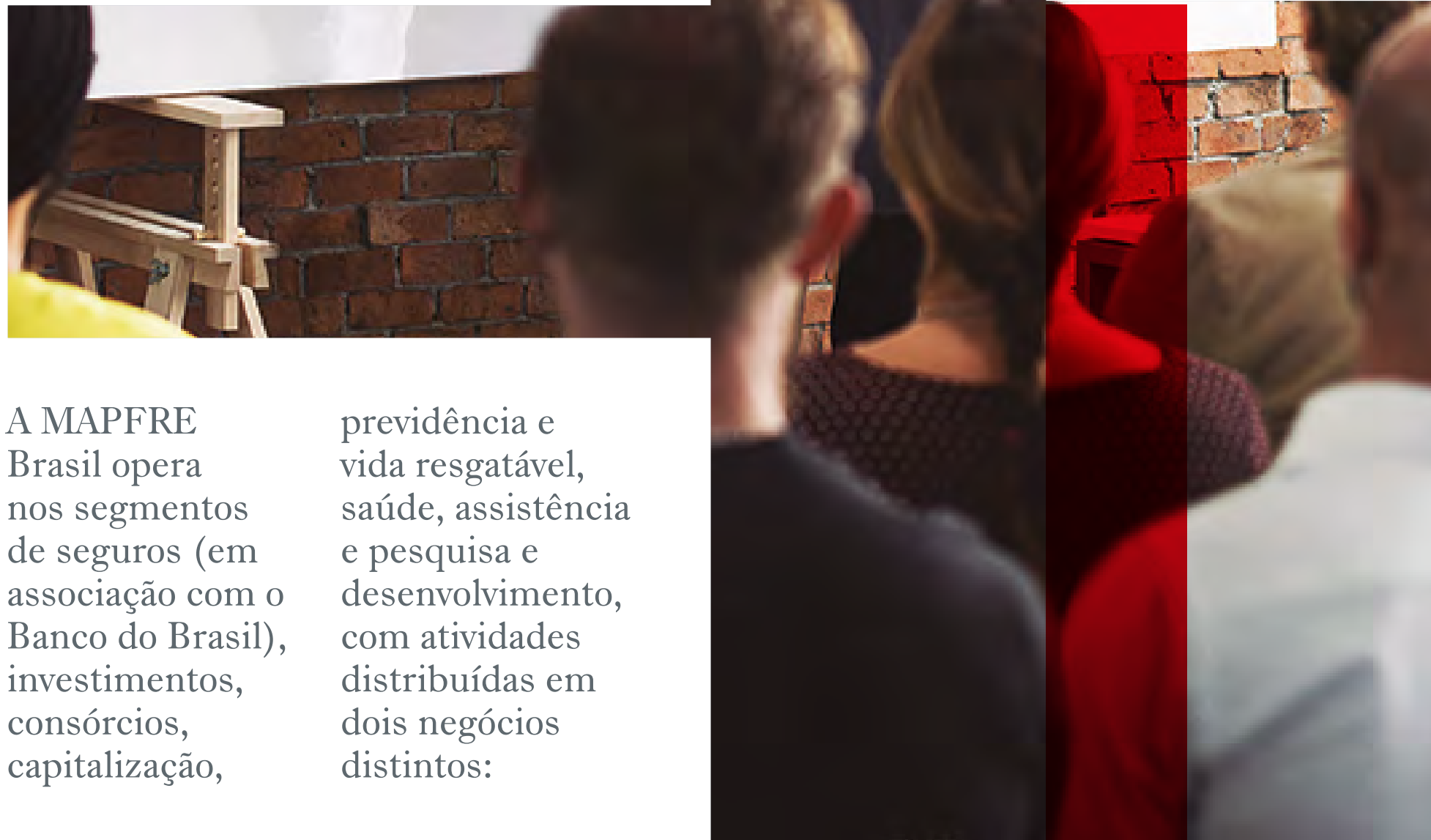
BRASIL E MAPFRE é líder brasileiro nos ramos em que atua, sendo representado por duas sociedades holdings (SHs), de controle privado:

> BB MAPFRE SH1 Participações S.A., com atuação nos ramos de seguros rurais, imobiliários e de vida e acidentes pessoais.

> MAPFRE BB SH2 Participações S.A., com atuação nos segmentos de ramos elementares, incluindo seguros de automóveis, residenciais,

industriais, imobiliários e nos seguros rurais e de vida e acidentes pessoais, quando comercializados em grandes distribuidores (canais affinities).

Sua presença em todo o território brasileiro é mantida por uma atuação multicanal e ampla rede de distribuição dividida em diferentes canais: corretores (Rede MAPFRE), banco (Rede BB) e parceiros (varejistas, concessionárias, instituições financeiras e cooperativas).



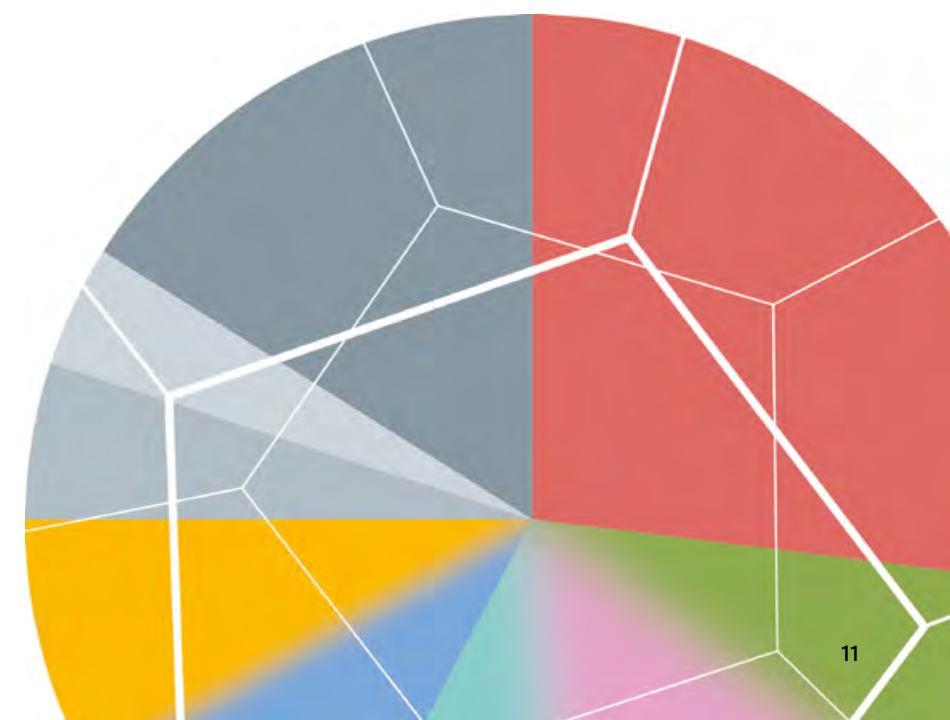
A MAPFRE Brasil opera nos segmentos de seguros (em associação com o Banco do Brasil), investimentos, consórcios, capitalização,

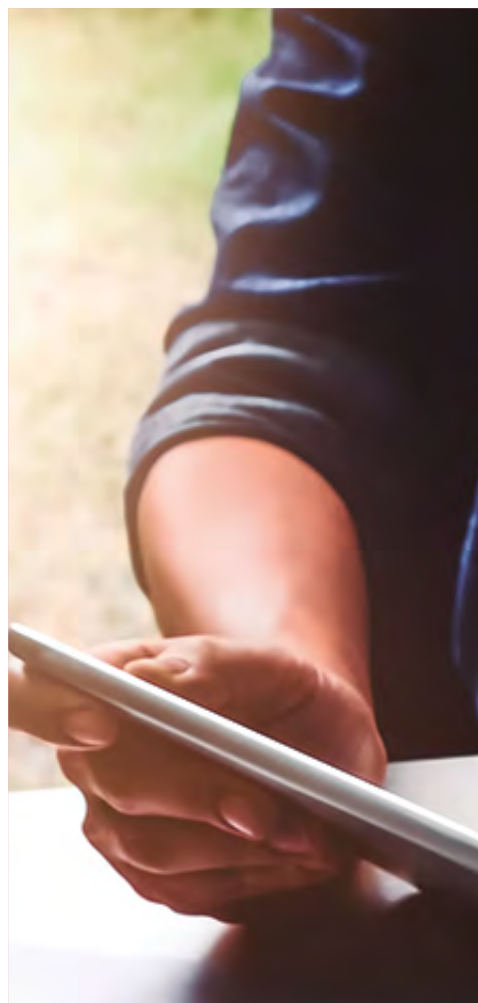
previdência e vida resgatável, saúde, assistência e pesquisa e desenvolvimento, com atividades distribuídas em dois negócios distintos:

MAPFRE

A MAPFRE mantém uma atuação direcionada para a oferta de soluções em acumulação financeira e serviços em diferentes segmentos: investimentos, consórcios, capitalização, previdência e vida resgatável e de soluções globais de assistência, gestão de serviços e riscos especiais destinados a empresas dos segmentos segurador, financeiro, de automóvel, turismo e affinities.

Por meio do Cesvi Brasil (Centro de Experimentação e Segurança Viária), atua na área de pesquisa e desenvolvimento, contribuindo para o desenvolvimento do mercado de seguros e para a disseminação da segurança viária e veicular.





Presença em mais de
5 mil
cidades

Mais de **23.200**
pontos de distribuição por
meio dos canais affinities

11.339.031
clientes segurados

6.237
colaboradores

105 sucursais e Postos
de Atendimento Rápido
Especializado (P.A.R.E.)

20.760
corretores

15,3% de
participação no mercado
brasileiro de seguros não vida

5^a posição no ranking
total do mercado segurador



MISSÃO

Somos uma equipe multinacional que trabalha para avançar constantemente em seus serviços e no desenvolvimento da melhor relação com nossos clientes, distribuidores, fornecedores, acionistas e a sociedade.

VISÃO

A seguradora global de confiança. A MAPFRE Brasil acredita que a confiança é o principal pilar de todo relacionamento. Despertar esse sentimento para todos os nossos públicos reforça nossa credibilidade, além de fortalecer o sentimento de que somos todos peças fundamentais na construção de uma empresa sólida e promissora.

VALORES

Vocação de serviço

Busca constante da excelência no desenvolvimento de nossas atividades. Uma iniciativa contínua, que visa ao cuidado na relação com o cliente.

Solvência

Solidez financeira, com resultados sustentáveis. Diversificação internacional e consolidação em diferentes mercados.

Inovação para a liderança

Anseio de superação e melhoria constante. Tecnologia útil a serviço dos negócios e seus objetivos.

Integridade

A ética rege o comportamento de todas as pessoas. Abordagem socialmente responsável em todas as nossas atividades.

Equipe comprometida

Envolvimento total da equipe com o projeto MAPFRE. Desenvolvimento e formação contínuos de suas competências.



RECONHECIMENTO

Em 2017, a MAPFRE Brasil alcançou indicadores de desempenho e reconhecimentos importantes, entre os quais, destacam-se:

> 1º lugar no Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros da CNseg, na categoria Comunicação, com o case “Campanha Compensação de CO2”, que demonstra o compromisso com a inovação e a sustentabilidade.

Reconhecimento como a seguradora mais sustentável de 2017, segundo o Guia Exame de Sustentabilidade, figurando, pelo 5º ano consecutivo, entre as companhias mais sustentáveis do Brasil.



> 2ª posição na categoria Seguros e Planos de Saúde, do anuário “Valor Inovação Brasil 2017”, publicado pelo jornal Valor Econômico, em parceria com a Strategy& (consultoria estratégica do network PwC). Entre as 150 companhias reconhecidas, conquistou a 68ª colocação.

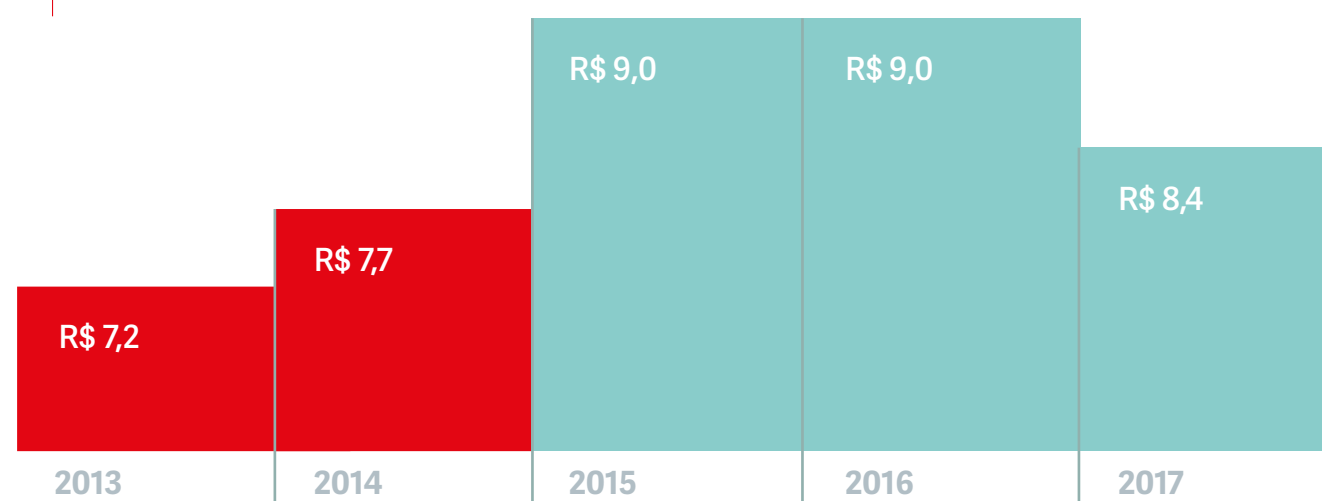
> Pelo 6º ano consecutivo, entre as Melhores Empresas para Trabalhar - Great Place to Work 2017, conquistando a 16ª posição na categoria 25 Melhores Multinacionais.

> Troféu no 6º Prêmio Ouvidorias Brasil, que reconhece as empresas públicas e privadas que apresentaram cases com iniciativas inovadoras para melhorar a organização e agregar valor ao consumidor ou à sociedade.

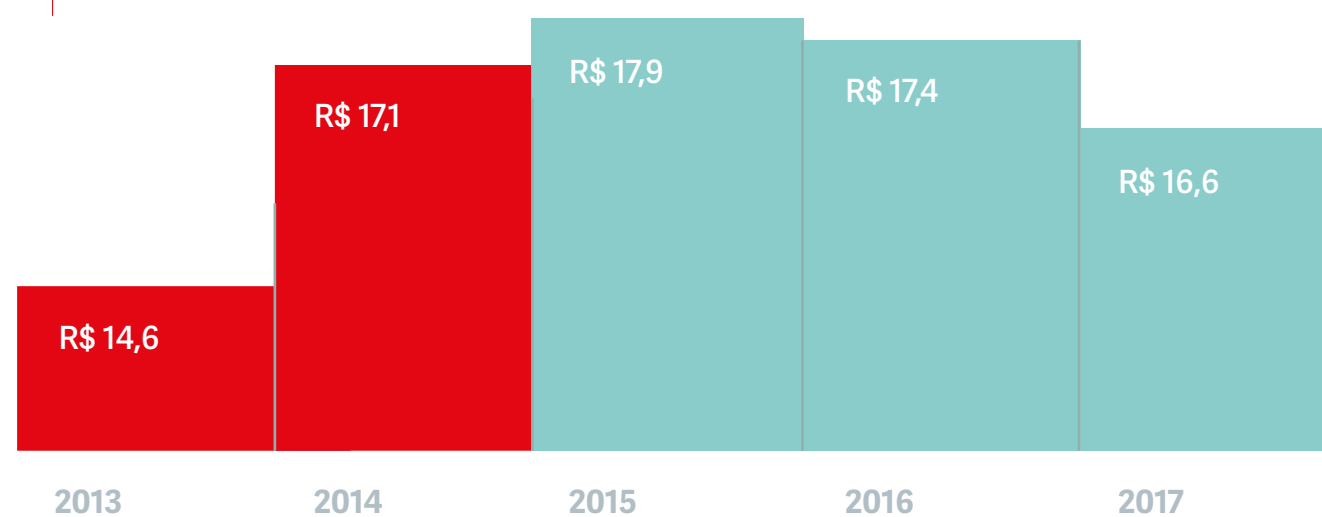
> Prêmio Top Gestão, elaborado pelo jornal Valor Econômico – S&P Global Ratings, para a MAPFRE Investimentos, pelo quarto ano consecutivo, na categoria Focadas-Renda Fixa.

2.2. Principais Resultados

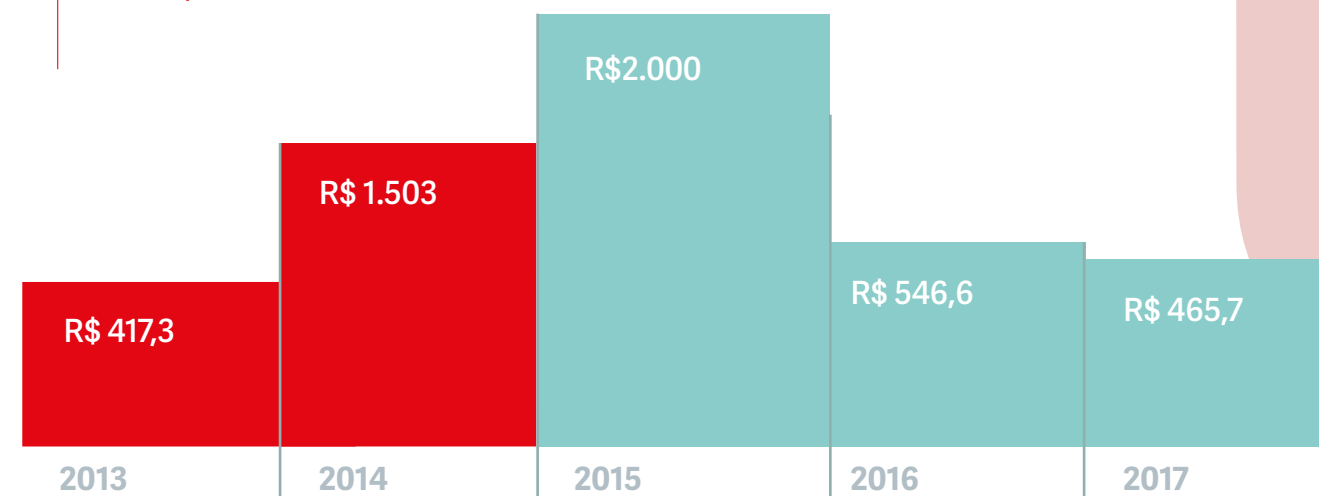
Patrimônio líquido (bilhões)



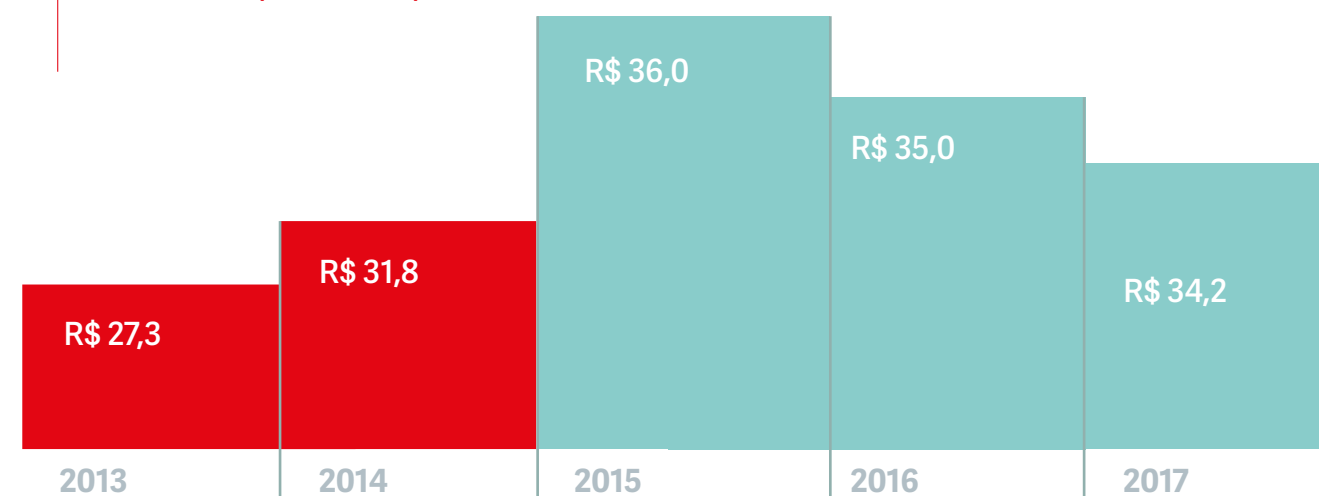
Prêmios emitidos (R\$ bilhões)



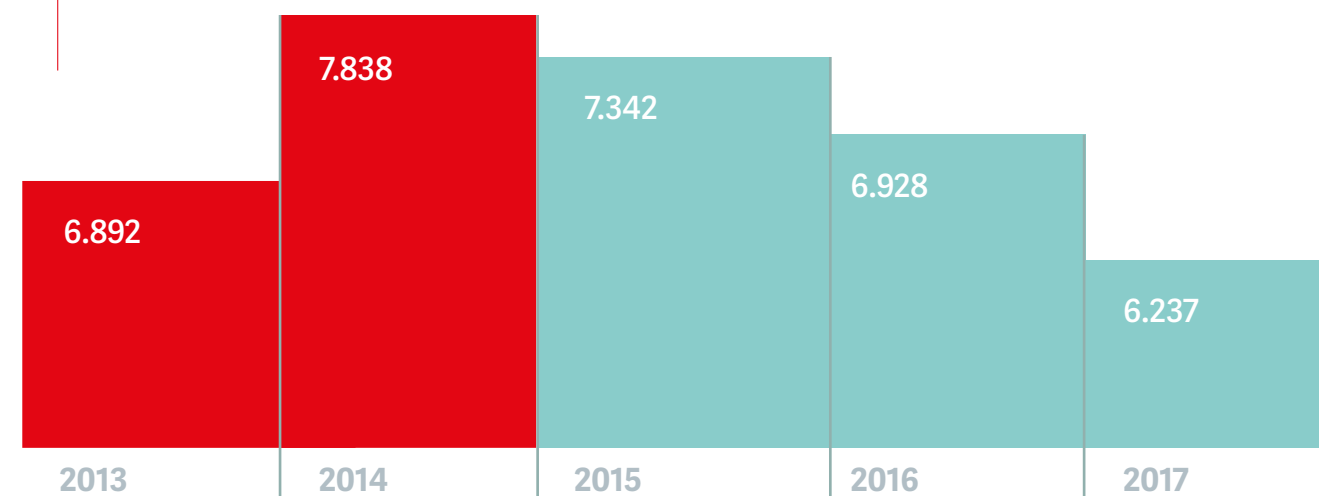
Lucro líquido (R\$ milhões)



Ativos totais (R\$ bilhões)



Número de colaboradores



Modelo de negócio e atuação estratégica



3.1. Modelo de negócio

A atuação da MAPFRE Brasil está alinhada à Visão da MAPFRE S.A., de ser uma seguradora global de confiança – um conceito que se refere tanto à presença geográfica como à ampla gama de produtos e serviços desenvolvidos.

Nesse sentido, trabalha para liderar os mercados em que opera, por meio de um modelo de gestão própria e diferenciada, baseado no crescimento lucrativo, com orientação ao cliente, abordagem multicanal e profunda vocação de serviço.

A partir dos desafios da sociedade brasileira e das questões relevantes para a indústria de seguros no Brasil, a Empresa mantém sua estratégia de sustentabilidade direcionada para o atendimento de dois objetivos principais para a geração de valor de longo prazo:

- > Desenvolvimento de mercado, a partir do engajamento dos principais stakeholders em ações específicas de desenvolvimento sustentável e inovação;
- > Universalização do acesso ao seguro, em todo o território brasileiro.

Capitais Gerados

Valorização e protagonismo dos profissionais do mercado de seguros.

Parcerias de longo prazo com fornecedores e corretores.

Educação financeira e disseminação da cultura de seguros.

Segurança financeira de clientes e segurados.

Minimização de riscos sócio ambientais.

Gestão de resíduos na cadeia de valor.

Ecoeficiência nos processos.

Inovação e revolução das plataformas.



Negócios que geramos

- > Rural e habitacional
- > Riscos de pessoas
 - > Automóvel
- > Grandes riscos
- > Massificados
- > Investimentos
- > Consórcio
- > Previdência
- > Capitalização
- > Saúde

Ganhos positivos de imagem.
Resultado financeiro sustentável

Visão

Ser a seguradora global de confiança

Governança

64 políticas corporativas

Valores

Vocação de serviço, Solvência, Inovação para liderança, Integridade, Equipe comprometida.

A construção do Modelo de Negócio a partir das diretrizes do IIRC (Conselho Internacional do Relato Integrado) resultou também na definição de oito pilares, que buscam contribuir para o desenvolvimento interno da gestão e para a geração de valor para os capitais da Organização.



Neste ciclo, a Empresa avançou na adoção dos princípios do Relato Integrado, priorizando a relevância e a concisão. Seguindo esta diretriz, os recursos trabalhados pela MAPFRE foram correlacionados com a forma como a Organização gera valor para os seus capitais:

Capital financeiro

Recursos econômicos para o desenvolvimento do negócio por meio de operações financeiras ou investimentos.

Capital produtivo

Ativos ou bens e serviços utilizados pela empresa para realizar as atividades.

Capital humano

Competências, conhecimentos, habilidades e experiência dos colaboradores.

Capital intelectual

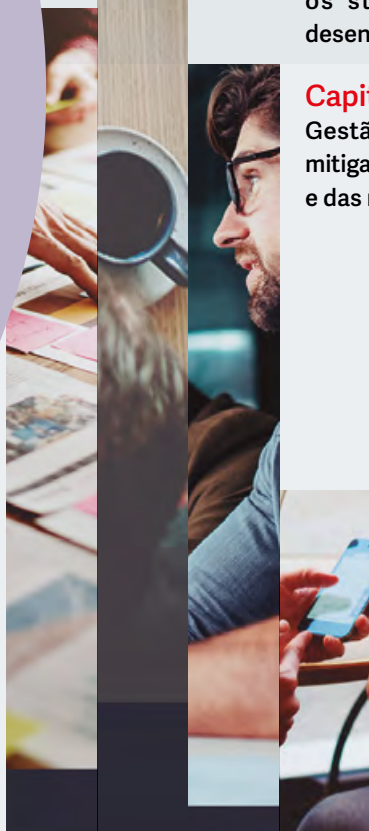
Ativos intangíveis baseados em conhecimentos que favorecem a propriedade intelectual e o conhecimento de sistemas e plataformas.

Capital social

Relações de confiança geradas com os stakeholders, e contribuição para o desenvolvimento e o bem-estar da sociedade.

Capital natural

Gestão adequada dos recursos naturais para mitigação dos impactos ambientais na sociedade e das mudanças climáticas.



3.2. Foco estratégico e perspectivas

Para reter e conquistar novos clientes e distribuidores, os projetos e iniciativas **estratégicas globais** previstos para o triênio 2016/2018 continuam focados na diretriz de crescimento rentável e materializados por meio de nove iniciativas estratégicas:

1. Modelo de Relacionamento com clientes

Iniciativa de longo prazo que tem como objetivo facilitar e agilizar a transformação e o processo de orientação ao cliente, permitindo o entendimento de suas necessidades, comportamentos e aspirações.

2. Transformação Digital

Iniciada em 2015, busca adaptar a MAPFRE às novas realidades social e tecnológica.

3. Plano de Negócio Digital

Contribuir para o desenvolvimento de operações existentes e para o lançamento de operações que aumentem o peso deste modelo de distribuição na empresa, preservando e valorizando os atuais canais de distribuição.

4. Modelo Global de Eficiência Operacional

Iniciada em 2015, busca aumentar a eficiência, produtividade e reduzir custos com o desenvolvimento de modelos operacionais que abordem a automatização, a integração e a melhoria de processos, com foco no cliente.

5. Cultura Digital

Criado para gerenciar a mudança no corpo de colaboradores e gestores, da qual a MAPFRE precisa para adaptar-se às novas exigências digitais.

6. Auto Eficiente

Vai desenvolver a automatização para ganhos de qualidade, eficiência e redução de custos dos serviços de Automóvel.

7. Rede MAPFRE

Tem como objetivo potencializar a Rede MAPFRE de distribuição.

8. Ganhe +Vida

Resultará na elaboração de um plano específico de potencialização da oferta para o seguro de Vida.

9. Novas Estratégias para o Desenvolvimento do Seguro Saúde

Busca diversificar os negócios e ampliar canais de distribuição no segmento de seguro saúde.



Evolução dos negócios



4.1. Cenário e desempenho

Ao completar 25 anos de atividades no mercado brasileiro, a MAPFRE Brasil reafirma o seu compromisso com o desenvolvimento do setor e a disseminação dos produtos de seguros para a população, mesmo em cenários desafiadores como o enfrentado em 2017.

O ano foi caracterizado por um contexto macroeconômico recessivo, com queda na taxa de juros e na concessão de crédito. Aliado a isso, o desempenho da Companhia foi afetado por fatores como o aumento da sinistralidade, em decorrência do agravamento das questões de segurança em diversas regiões do país; o menor volume de vendas no canal bancário; e a performance abaixo das expectativas em mercados como Previdência e Saúde.

Para enfrentar esses desafios, a MAPFRE Brasil adotou um conjunto de ações direcionadas para aperfeiçoar a experiência do cliente, como a qualidade da subscrição e a oferta de preços e serviços mais alinhados às demandas do mercado, além de manter o foco na eficiência operacional para compensar a sinistralidade e a queda dos resultados financeiros.

Também dedicou atenção especial à migração para a tecnologia digital, com o aprimoramento de processos e a oferta de produtos e serviços digitais com maior agilidade e qualidade, melhorando o atendimento e trazendo mais facilidades para clientes e distribuidores. Ao mesmo tempo, investiu na universalização do acesso ao seguro e à educação financeira, com um olhar focado aos mais variados perfis de clientes: do pequeno empreendedor a idosos, mulheres e público de baixa renda.

Como resultado desse posicionamento, foi registrado um aumento de produtividade, principalmente em decorrência das melhorias digitais introduzidas que, além de favorecer o atendimento ao cliente também permitem o aperfeiçoamento de processos internos, com redução de custos.

GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE

RURAL E HABITACIONAL

Em 2017, os mercados de seguros rurais e habitacionais cresceram 14% e 9,5%, respectivamente, em comparação ao ano anterior. Assim como o setor, os seguros comercializados pelo GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE acompanharam esse crescimento, registrando incrementos de 14%, no Rural e de 9,6%, no Habitacional.

Entre os destaques estão a comercialização dos seguros prestamistas nas operações de seguros rurais; o clima, que favoreceu a produção e trouxe bons índices de sinistralidade para os produtos agrícolas; o desempenho do seguro de faturamento comercializado para soja, milho e café, que já representa 25% do total das contratações de seguro agrícola no Brasil; e a modernização promovida no portal institucional das marcas, com a inclusão de facilidades para incentivar o autosserviço.

RISCO DE PESSOAS

A recuperação na concessão do crédito para pessoas físicas teve impacto positivo na contratação dos seguros prestamistas, que avançaram 26% no ano. Nesse contexto, o GRUPO registrou crescimento importante nessa modalidade, com destaque para o produto destinado a pessoas físicas, cujos prêmios aumentaram em 39,4% no ano. Esse crescimento, entretanto, não foi suficiente para compensar o desempenho do seguro prestamista para pessoas jurídicas, que impactou

o resultado total do negócio: 0,6% de incremento em relação a 2016.

Merecem destaque a reformulação do seguro de vida para pequenas e médias empresas, fortalecendo o papel da Empresa na oferta de proteção e redução de vulnerabilidades a esse segmento de negócio que representa 50%* da geração de empregos do país, além dos serviços de assistência com orientação nutricional e médica em casos de bullying e síndrome do pânico para os seguros escolares.

* Fonte: Panorama dos Pequenos Negócios 2018 Sebrae/2018

AUTOMÓVEL

Em 2017, o GRUPO enfrentou os reflexos da recessão econômica, como o aumento da violência, que afetou a frequência de roubos de automóveis em diversas regiões do país e teve impacto direto no aumento na sinistralidade desse tipo de seguro.

Uma das estratégias utilizadas para reforçar a atuação nesse segmento foi investir na transformação digital, com o lançamento de uma série de serviços que se diferenciam pela utilização intensiva de tecnologia: kit digital auto (MAPFRE Seguros e BB Seguros), vendas via mobile, vistoria mobile para prestadores de serviço e apólices modulares.

GRANDES RISCOS

As oportunidades de crescimento do segmento de Grandes Riscos continuaram escassas durante o ano,

uma vez que os investimentos, tanto empresariais como em infraestrutura, ficaram próximos da estagnação. Mesmo diante desse cenário adverso, o GRUPO conseguiu conquistar novos clientes e manter boa parte de sua carteira, ainda que os prêmios tenham apresentado uma redução de 20% em consequência de ajustes nas condições dos seguros (franquias mais elevadas e menor custo do resseguro).

As ações estratégicas desenvolvidas no ano estiveram focadas, principalmente, no atendimento às necessidades dos clientes e rentabilidade das carteiras; revisão de produtos para melhor atendimento às novas necessidades de seguros dos clientes e adequação aos normativos publicados pelo órgão regulador; priorização de produtos com maior volume de prêmios retidos e melhor rentabilidade; e racionalização de processos e eficiência operacional.

MASSIFICADOS

Os principais desafios em Massificados foram a busca por crescimento sustentável e a melhoria da eficiência operacional. Para isso, o foco durante o ano esteve no constante aprimoramento de processos internos aliado à adoção de estratégias focadas em nichos mais rentáveis em todos os segmentos. A soma desses dois fatores foi determinante para a melhora do resultado operacional, com redução na sinistralidade e no índice combinado.

O GRUPO também investiu no lançamento do seguro residencial

sênior e das apólices modulares (inclusão de cobertura de acordo com perfil), na inclusão de mais de 30 coberturas adicionais no seguro destinado às pequenas e médias empresas e facilidade de contratação, com a inclusão de 28 mil pontos de venda.

MAPFRE

INVESTIMENTOS

A MAPFRE Investimentos encerrou 2017 com o melhor fechamento de ano da história: R\$ 10,2 bilhões sob gestão, com captação líquida de mais de R\$ 300 milhões no período.

Esse resultado decorre, em parte, pelo rigor na gestão e da qualidade dos serviços. Foi considerada uma das três melhores gestoras de fundos de ações do mercado brasileiro em 2017; umas das três melhores do mercado em projeções fiscais e uma das duas melhores em projeções inflacionárias, pelo ranking do Tesouro e Banco Central.

CONSÓRCIOS

O destaque em Consórcios foi a associação da MAPFRE com a BR Consórcios, para ampliar os canais de distribuição e portfólio de produtos nesse mercado.

Com a iniciativa, os clientes MAPFRE passaram a ser atendidos com novos planos de consórcios (motocicletas e serviços), além dos já existentes (imóveis e automóveis). A parceria também ampliou os canais de distribuição da BR Consórcios, que passou a contar com a rede de distribuidores da MAPFRE. A operação passou pela avaliação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e foi aprovada sem restrição pelo órgão regulador.

PREVIDÊNCIA

No segmento de Previdência e Vida Resgatável, os volumes de faturamento foram afetados pelo menor volume de portabilidades aceitas/recebidas no ano, em decorrência de fatores diversos do mercado. Apesar disso, a MAPFRE encerrou o ano com volumes significativos de recursos sob gestão: R\$ 3,5 bilhões.

O produto de Vida Resgatável MAPFRE Bién Vivir consolidou sua participação no mercado de seguros individuais, com crescimento de 46,4% no ano. Um dos destaques ficou para o aperfeiçoamento dos serviços ao corretor, com a entrega de um sistema online que permite o acompanhamento de todas as etapas, desde a cotação até a emissão da apólice, garantindo uma interação maior do corretor para que os negócios fluam com mais agilidade e transparência.

CAPITALIZAÇÃO

A atuação da MAPFRE em Capitalização foi positiva, com crescimento de 11% sobre o faturamento total de 2016 e incremento de 37,7% nas reservas técnicas.

O destaque ficou para a evolução da operação do produto Garantia Fiador, que cresceu 32% em relação a 2016, em decorrência da retomada do mercado imobiliário em locações de imóveis.

A capacidade de oferecer soluções específicas e atender com agilidade às novas demandas dos consumidores, tendo como estímulo adicional o aspecto lúdico dos sorteios, explicam o crescimento continuado do setor.

SAÚDE

As operações da MAPFRE Saúde, que mantém uma atuação baseada na oferta de um novo modelo de prestação de serviço focado na participação ativa da vida cotidiana dos beneficiários, permaneceram em espera durante o ano, para que os projetos possam ser retomados em momento mais adequado.





5.1. Sistema de governo

[102-18]

Empenhada em melhorar continuamente a qualidade de sua gestão, a MAPFRE Brasil adota um modelo de governança corporativa pautado pela adoção de princípios como ética e transparência nas informações e orientado pelas políticas, códigos, princípios empresariais e institucionais válidos para todas as empresas MAPFRE no mundo.

No Brasil, a estrutura de governança segue as características e particularidades de cada negócio em que a Companhia mantém participação, sendo composta por sete comitês:

- > Comitê de Direção Regional
- > Comitê de Segurança e Meio Ambiente
- > Comitê de Estratégia Financeira
- > Comitê de Negócios e Clientes
- > Comitê de Tecnologia, Operações e Pós-Venda
- > Comitê de Administração, Finanças e Meios (que conta com duas comissões permanentes: Tributária e de Custos)
- > Comitê de Riscos Globais (que se reporta diretamente ao Comitê de Direção Regional).

A gestão ordinária das companhias que integram a MAPFRE Brasil é realizada por estes comitês, que desempenham papel fundamental como fóruns centrais de orientação geral dos negócios da companhia e da administração nas decisões.

Este modelo é formado, ainda, por dois comitês executivos para as empresas com 100% de participação da MAPFRE Brasil, que são

formados pelos principais executivos das respectivas áreas de negócio:

- > Comex MAPFRE Assistência, específico para as sociedades que desenvolvem o negócio de assistência.
- > Comex MAPFRE Serviços Financeiros, que agrupa todas as outras sociedades.



5.2. Políticas corporativas [FS1]

Após incorporar 14 novas políticas em 2016, a MAPFRE Brasil iniciou o ano com um total de 64 políticas corporativas capazes de garantir maior adesão ao modelo de governança da MAPFRE S.A.

Desde 2015, conta com uma Política Corporativa de Sustentabilidade e Responsabilidade Socioambiental, criada para consolidar o compromisso com a sustentabilidade a partir do estabelecimento de diretrizes e princípios capazes de nortear os negócios e as relações com todas as partes interessadas.

A Política de Sustentabilidade, específica para o GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE, está em fase de aprovação na empresa. Dentre suas principais diretrizes, destacam-se a inclusão de questões ASG (ambientais, sociais e de governança) no planejamento estratégico corporativo, na definição de metas e no desenvolvimento de novos produtos, coberturas e serviços, integrando cada vez mais a avaliação do tema nos processos de subscrição e a inspeção de riscos de clientes e demais públicos de interesse (fornecedores, parceiros comerciais e prestadores de serviço).



5.3. Gestão de Riscos

[102-15, 102-11]

Para garantir uma gestão de riscos eficaz, a MAPFRE Brasil conta com um Sistema de Gestão de Riscos (SGR), que é baseado na gestão integrada dos processos de negócios, na adequação do nível de risco aos objetivos estratégicos

estabelecidos e nos principais riscos aos quais está exposta: operacionais, financeiros e de crédito, da atividade seguradora, e estratégico e de governança corporativa.

Riscos Financeiros e de Crédito

Incluem os riscos de taxa de juros, liquidez, taxa de câmbio, riscos de mercado e de crédito.

Riscos da Atividade Seguradora

Agrupam, de forma separada para vida e não vida, os riscos de insuficiência de prêmios, de suficiência das provisões técnicas e de resseguro.

Riscos Operacionais

Incluem 23 tipos de riscos agrupados nas seguintes áreas: jurídico, atuarial, tecnologia, pessoal, colaboradores, procedimentos, informações, fraude, mercado e bens materiais.

Riscos Estratégicos e de Governança

Incluem os riscos de ética empresarial e boa governança corporativa, De estrutura organizacional, de alianças, fusões e aquisições, ambiente regulatório e, finalmente, de concorrência.

Alinhado às diretrizes da Política de Gestão de Riscos da MAPFRE S.A., este sistema envolve a gestão integrada de todos os processos do negócio, estabelecendo diretrizes para o funcionamento eficaz do gerenciamento de riscos e para as responsabilidades dos gestores e das camadas de controles.

Foi desenvolvido a partir da metodologia do Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (Coso) e considera o princípio da precaução em busca da proteção e geração de valor para a empresa e seus públicos de interesse.

Responsável por coordenar este trabalho, a área de Riscos e Compliance dedica-se ao estabelecimento de rotinas e procedimentos capazes de identificar, mensurar e mitigar os riscos relacionados ao negócio, garantindo o cumprimento de todos os normativos internos e externos e evitando a ocorrência de situações que possam configurar conflito de interesses entre as partes interessadas.

Gerenciamento de Riscos [205-1, 418-1, FS-3]

Todas as unidades da MAPFRE Brasil são submetidas à avaliação de riscos, com atenção aos processos de subscrição e às questões de prevenção de crimes de lavagem de dinheiro, fraudes e corrupção.

O gerenciamento dos riscos operacionais é realizado com a ferramenta RiskMap, que permite aos gestores fazer uma autoavaliação dos riscos operacionais relativos às suas respectivas áreas de atuação, analisando a criticidade de cada risco, sua probabilidade de ocorrência e o grau de controle interno. A partir desse diagnóstico, os planos de ação são construídos e, posteriormente, revisados e atualizados a cada dois anos. Para acompanhar e garantir sua aplicabilidade, são realizadas auditorias (interna e externa) e testes de compliance, que verificam o que está sendo cumprido na prática.

A Empresa também vem se antecipando aos potenciais riscos dos diversos setores de atuação com os quais se relaciona, ampliando o monitoramento de sua cadeia de valor, como os segmentos de Grandes Riscos, Rural e Automóvel, que já contam com critérios ASG nas das etapas de subscrição e inspeção.

> Em Grandes Riscos, o questionário com ênfase para as questões ASG aplicado no processo de inspeção em clientes foi revisado em 2017 e será integrado ao questionário tradicional de inspeção (com a redução de 21 para 11 perguntas), possibilitando mais eficiência na captura de informações relevantes e a adoção de um rating de sustentabilidade como critério integrado à tomada de decisão/subscrição e à classificação dos riscos inspecionados.

> Em Rural e Habitacional, foi formado um Grupo de Trabalho de Sustentabilidade (GT) que é responsável pelo diagnóstico do nível de integração da gestão de riscos socioambientais nessa área. Iniciado com a revisão de documentos (manuais, termos e condições gerais), em 2017 o GT concluiu 35% do cronograma de integração ASG nos documentos da diretoria para mitigação de riscos. Ao longo do ano, também atuou na publicação do Manual de Orientação sobre Gestão de Resíduos e na organização do treinamento em temas críticos ASG para peritos.

> Em Automóvel, o Sistema de Mitigação de Riscos no Pátio de Salvados teve continuidade com o objetivo de mitigar riscos legais e de reputação/imagem, a partir de uma série de iniciativas como estudos e insumos técnicos ambientais e auditorias periódicas para verificar a estabilidade do sistema de gestão ambiental no Pátio Caçapava, com foco na gestão de resíduos. Em 2017, foram realizadas três auditorias para identificação de não-conformidades e estabelecimento de planos de ação para prover a melhoria contínua da gestão.

Outro avanço que contribuiu para consolidar e aprimorar o processo de mitigação de riscos reputacionais na MAPFRE Brasil foi a implementação das chamadas Listas Preventivas, uma ferramenta de mapeamento com critérios ASG como um mecanismo de monitoramento e prevenção de atividades de lavagem de dinheiro, atos ilícitos ligados à corrupção e outros riscos relacionados. Adquirida e testada em 2016, a ferramenta passou a ser disponibilizada em 2017 como forma de prevenção da exposição negativa na mídia, mitigando o risco financeiro, de imagem e reputação.

Também merece destaque a inclusão uma categoria de risco socioambiental dentro do escopo do projeto EGR (Estrutura de Gestão de Riscos) para atendimento à Circular SUSEP 521/15, que classifica o nível de risco e indica os controles e mitigadores necessários.

Nos últimos três anos, não foram registradas queixas comprovadas de violação de privacidade ou perda de dados dos clientes.

Em 2017, foi registrada uma reclamação, por meio do canal Reclame Aqui, de descarte irregular de eletroeletrônico. O caso foi solucionado em menos de 10 dias com o acionamento da prestadora de serviço responsável pela coleta do equipamento, que realizou a remediação do ocorrido.

CONTROLES INTERNOS [205-1, 205-3]

Durante o ano, foi implantado o RCI (Rating de Controles Internos) que tangibiliza e mede a aderência dos processos adotados pela Empresa aos indicadores de conformidade e controles internos. Essa metodologia é composta por cinco indicadores, sendo parte deles classificados como critérios para medição e outra parte como critérios de correção:

1. Regulamentações
2. Normativos
3. Cursos obrigatórios
4. Planos de ação
5. Fiscalizações

A expectativa é que com a adoção desse controle, sejam alcançados benefícios como maior satisfação no atendimento ao cliente interno; redução nos apontamentos de auditoria, fiscalização e teste de compliance; diminuição de perdas

decorrentes de falhas nos processos ou fraudes; identificação de oportunidades para a implantação e aperfeiçoamento de processos; entre outros.

Além disso, os temas ligados à sustentabilidade passaram a integrar a Comissão de Riscos, Segurança e Sustentabilidade, presente apenas na estrutura de governança do GRUPO SEGURADOR, possibilitando a inserção de pautas regulares sobre riscos ASG neste fórum corporativo.

Foi desenvolvido ainda um plano para fortalecer a disseminação da cultura de controles internos entre os colaboradores, com a inclusão do tema nos comunicados internos e treinamentos oferecidos pela Universidade Corporativa, além da realização de uma peça teatral (Corrupção não cidadão), que abordou de forma lúdica as ações de prevenção e combate à corrupção que devem ser adotadas pelos colaboradores.

Para garantir a manutenção dos controles internos em relação a aspectos como corrupção, lavagem de dinheiro e combate à fraude, a MAPFRE Brasil atua em diversas frentes: estabelecimento de políticas formais aprovadas pelos executivos e amplamente divulgadas aos colaboradores; inclusão de cláusulas em todos os contratos sobre temas ligados à corrupção, lavagem de dinheiro e combate à fraude; realização de treinamentos para os colaboradores; e disponibilização de canais de denúncia via e-mail e telefone.

A Empresa possui um Código de Ética e Conduta, disponível na intranet para todos os colaboradores e concebido de acordo com seus valores e princípios. O documento estabelece as diretrizes e orienta as decisões e atitudes dos colaboradores entre si e na relação com clientes, fornecedores

e demais públicos, funcionando como um manual de orientação para a construção e disseminação de uma cultura interna que privilegia a ética em todos os processos.

Na ocorrência de alguma suspeita de fraude ou corrupção, os colaboradores são instruídos a utilizar os canais específicos, como o Programa de Ouvidoria e Papo (POP) e o Canal de Denúncia de Fraude e Ouvidoria, para comunicar tais desvios de conduta. Além disso, a MAPFRE Brasil conta com outras formas de identificação e coibição dessas atitudes: controles internos e auditorias internas e externas. Após materializada a suspeita e caso

seja identificado o envolvimento de colaboradores, a situação é conduzida pela área de Auditoria Interna. Caso envolva clientes e fornecedores, o acompanhamento é feito pela área rídica, com a participação da área de Riscos e Compliance.

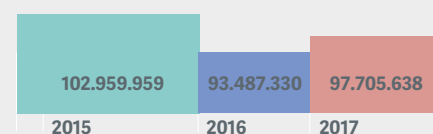
FÓRUM DE MELHORIAS

Composto por representantes das Diretorias Gerais do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE, o Fórum de Melhorias tem com o principal objetivo analisar as reclamações registradas na Ouvidoria, as recomendações de melhorias sugeridas pelos colaboradores e definir soluções, em processos e produtos.

Nos últimos três anos, foi mensurada a economia gerada a partir da adoção de mecanismos de prevenção à fraude, com a negativa administrativa de sinistros irregulares. Como resultado, um total de R\$ 294 milhões foram poupados com a efetividade do processo. Nesse período também não foram identificados casos de corrupção ou lavagem de dinheiro na Companhia.

Em 2017, a área de Controles Internos da MAPFRE Brasil recebeu uma denúncia por e-mail de tentativa de fraude na MAPFRE Consórcios, a partir da suspeita de manipulação de informações de segurados por parte de um parceiro comercial. A partir da ciência do fato, foi realizada uma ampla análise e após conclusão, foi realizada uma denúncia-crime pela própria MAPFRE Consórcio no Ministério Público e o caso está em andamento. Como medidas internas preventivas, a Empresa encerrou seu relacionamento com o parceiro.

Economia gerada via processos de prevenção à fraude (R\$)



Nos processos de subscrição e sinistros, a MAPFRE Brasil conta com procedimentos estabelecidos que buscam combater e inibir a ocorrência de fraudes, disponibilizando a todos os públicos (clientes, corretores, colaboradores, fornecedores e outras partes relacionadas) canais de denúncias de fraude, corrupção e outros ilícitos que também contribuem para identificação e o tratamento de suspeitas de fraude envolvendo o negócio.

COMUNICAÇÃO E TREINAMENTO [205-2]

A MAPFRE Brasil dissemina temas relacionados à gestão de riscos e compliance para 100% de seus colaboradores por meio de canais de comunicação interna e de treinamentos presenciais e online específicos promovidos entre as áreas.

Nos treinamentos oferecidos ao longo do ano, foram abordados temas que buscam garantir a ética e transparência em todas as relações do negócio, além

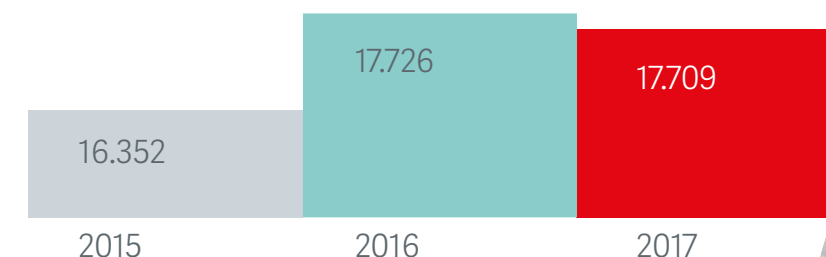
de aspectos ligados à corrupção, como lavagem de dinheiro, prevenção à fraude e capacitação focada no processo de controles internos. Nos últimos três anos, foram promovidas mais de 51 mil horas de formação com esse conteúdo.

A quantidade de horas de treinamentos sobre Corrupção cresceu (em decorrência da inclusão de temas ligados à Fraude), provocando uma consequente redução nos treinamentos sobre Fraude, que ficaram mais compactos e objetivos.

| Treinamentos* | Participantes | | | Horas | | |
|---------------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Controles internos | 6.319 | 5.884 | 5.395 | 4.627 | 4.413 | 4.152 |
| Corrupção | 1.293 | 5.837 | 5.449 | 1.616 | 4.477 | 6.705 |
| Fraude | 6.389 | 5.887 | 5.434 | 5.124 | 4.415 | 2.761 |
| Lavagem de dinheiro | 6.148 | 5.895 | 5.455 | 4.985 | 4.421 | 4.091 |

*as informações de treinamento são consolidadas entre as unidades da MAPFRE e do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE.

Total de horas de formação em ética e transparência



MUDANÇAS CLIMÁTICAS [201-2]

Mudanças climáticas e eventos climáticos extremos exigem, cada vez mais, novas formas de gestão dos recursos naturais e impõem desafios para a sustentabilidade das atividades agrícolas, florestais e pecuárias.

Atenta a esse contexto, a MAPFRE Brasil vem atuando de maneira cada vez mais próxima dos produtores, compreendendo e sistematizando novos fatores de risco e disseminando a cultura do seguro rural.

Para isso, utiliza um modelo próprio de acompanhamento climático e análise de exposição de risco, considerando a distribuição da carteira, cultura/bem segurado, cobertura, evento previsto, microrregião e histórico de perdas. Outra fonte de consulta são estudos de uso interno para avaliação de estimativas de perdas máximas em consequência de eventos climáticos extremos, a partir de informações públicas e histórico da carteira.

Ao aplicar este modelo, consegue calcular adequadamente as frequências esperadas de sinistro para dimensionar

o atendimento, bem como a severidade esperada, fundamental para estimar os períodos e impactos das provisões de sinistros.

Além disso, busca cada vez mais se aproximar do agricultor com uma equipe dedicada a entender a sua realidade, a fim de desenvolver produtos voltados às reais necessidades da agropecuária brasileira.

SENSORIAMENTO REMOTO [201-2,FS3]

A MAPFRE Brasil está amadurecendo o uso da tecnologia de sensoriamento remoto para monitorar as áreas seguradas, por meio do cruzamento das coordenadas geográficas das apólices com informações climáticas e da área plantada.

Ao longo do ano que passou, as possibilidades de uso desta tecnologia foram aprofundadas para capturar, de maneira mais ágil, dados relevantes

do perfil de risco do cliente, incluindo detalhes mais precisos e informações socioambientais, como a regularidade ambiental e sobreposições com terras indígenas.

Em 2018, a expectativa é finalizar o piloto e consolidar o projeto com a implementação de forma mais ampla do sensoriamento remoto nas operações de seguros agrícolas.



Alinhados às diretrizes do IIRC, neste capítulo estão apresentados os capitais mais relevantes para o modelo de negócios da MAPFRE Brasil e as respectivas ações realizadas durante o ano para a geração de valor.

6.1. Capital financeiro

[103-1, 103-2, 103-3]

O que é?

Recursos econômicos para o desenvolvimento do negócio por meio de operações financeiras ou investimentos.

Stakeholders beneficiados

Todos os grupos de interesse, principalmente acionistas e a sociedade (considerando o valor econômico gerado e distribuído)

Como trabalhamos para criar valor?

- > Desempenho econômico-financeiro
- > Índice combinado
- > Prêmios com viés socioambiental

Desempenho econômico-financeiro

[201-1, FS7, FS8]

RECEITAS TOTAIS

As receitas da MAPFRE Brasil totalizaram R\$ 17,0 bilhões em 2017, um decréscimo de 0,1% em relação ao exercício anterior (R\$ 17,0 bilhões).

RESULTADOS ANTES DE IMPOSTOS E PARTICIPAÇÕES

Os resultados antes de impostos e participações totalizaram R\$ 2,04 bilhões, valor 39,6% inferior ao de 2016 (R\$ 3,07 bilhões).

PROVISÕES TÉCNICAS

As provisões técnicas totalizaram R\$ 19,7 bilhões, um aumento de 3,6% em comparação a 2016 (R\$ 19,1 bilhões).

LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido registrado em 2017 foi de R\$ 1,8 bilhão, inferior ao do exercício anterior (R\$ 1,9 bilhão).

PATRIMÔNIO LÍQUIDO

O lucro líquido registrado em 2017 foi de R\$ 1,8 bilhão, inferior ao do exercício anterior (R\$ 1,9 bilhão).

RETORNO SOBRE O PATRIMÔNIO

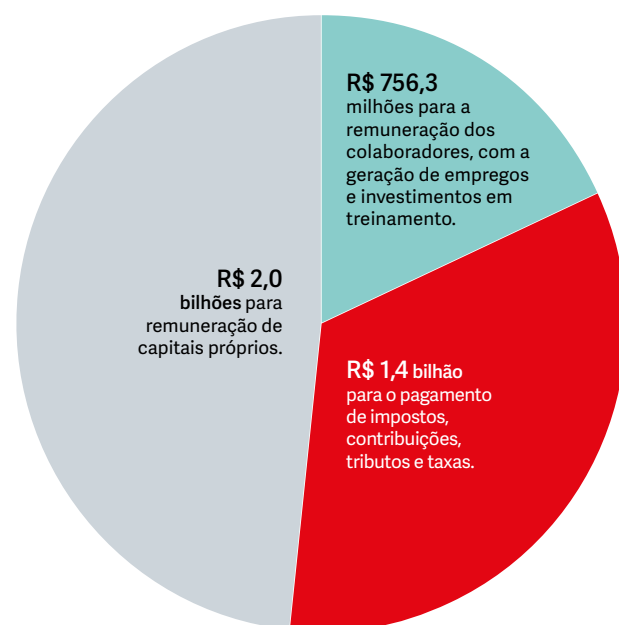
A taxa de retorno sobre o patrimônio (do inglês ROE, return on equity) foi de 20% em 2017.

ÍNDICE COMBINADO

O índice combinado, que inclui dados relativos a sinistralidade, comissionamento geral, despesas administrativas, resseguros cedidos, impostos e despesas operacionais, ficou em 92,3% como resultado da continuidade do processo de contenção de gastos administrativos e operacionais promovido durante o exercício.

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA)

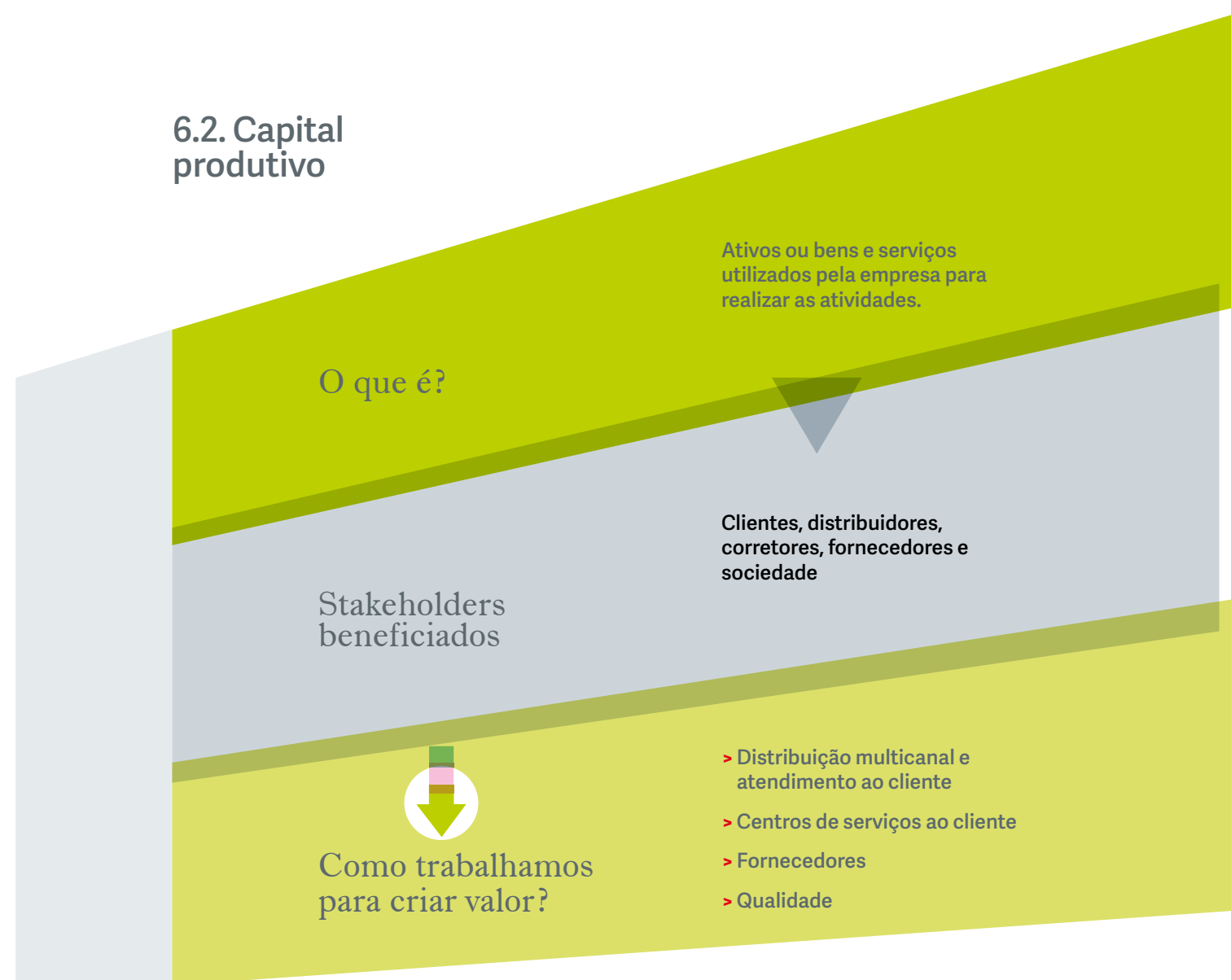
Em 2017, o valor adicionado líquido à disposição da Companhia totalizou R\$ 4,2 bilhões. Estes recursos foram distribuídos da seguinte forma:



O total de prêmios com viés socioambiental emitidos em 2017 foi de R\$ 1.552.850.190,17, que representam mais de 4 milhões de apólices emitidas ao longo do ano. O volume em prêmios teve um crescimento de 11% no período.

| Métrica | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|
| Volume em bilhões | 1,2 | 1,39 | 1,55 |
| Número de apólices | 5.552.600 | 4.536.555 | 4.265.078 |

6.2. Capital produtivo



DISTRIBUIÇÃO MULTICANAL E ATENDIMENTO AO CLIENTE

Presente em todo o território brasileiro com uma atuação multicanal e 6.237 colaboradores, conta com uma ampla rede de distribuição formada por 20.760

corretores (sendo 959 corretores fidelizados Mais), além de 23.279 pontos de distribuição por meio dos canais affinities (varejistas, concessionárias, instituições financeiras e cooperativas), com destaque para a Rede BB formada por 4.770 agências.

| UNIDADES | QUANTIDADE |
|--|---|
| Centrais de relacionamento | 2 centrais (nas cidades de Franca e São Carlos), que totalizam 1.163 pontos de atendimento e realizaram mais de 5,7 milhões de ligações atendidas e 763 mil assistências prestadas. |
| P.A.R.E. (Posto de Atendimento Rápido Especializado) e sucursais | 105 |

FORNECEDORES

[102-9]

A MAPFRE Brasil encerrou 2017 com 5.825 fornecedores, sendo 4.847 fornecedores de serviços específicos do negócio e 978 fornecedores de serviços administrativos.

A redução na quantidade de fornecedores ativos ao longo do ano é decorrência do foco na eficiência operacional, em busca da seletividade dos prestadores e do fortalecimento da cadeia de valor,

Centros de serviços ao cliente

Para atender às necessidades dos clientes e garantir a melhor prestação de serviço possível, a MAPFRE Brasil conta com os seguintes centros de serviços:

bem como da terceirização da carteira da unidade de Consórcios. Do total de 5.825 empresas na base do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE, 1.687 fornecedores foram homologados em 2017.

| | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Serviços administrativos | 1.994 | 1.330 | 978 |
| Serviços específicos dos negócios | 2.605 | 5.991 | 4.847 |
| Total | 4.599 | 7.321 | 5.825 |

FORMAÇÃO

Para contribuir com a formação e o aprimoramento da cadeia de valor, em 2017 teve continuidade a parceria com o Sebrae-SP, com o lançamento da plataforma de educação a distância (EAD), que encerrou o ano com 119 inscrições nos três cursos gratuitos oferecidos:

> Oficinas Sustentáveis:

com informações sobre gestão de resíduos, responsabilidade social, além de informações sobre como implantar um sistema de gestão ambiental.

> Qualidade no atendimento – Oficina de Reparação Automotiva:

aborda como entender e atender o cliente, considerando os desafios e necessidade do segmento.

> Controle de Gastos na Prestação de Serviços.

Desde julho de 2016, quando a parceria foi iniciada, foram promovidas 13 turmas sobre Planejamento Estratégico e Gestão de Pessoas e Equipe em seis cidades do Estado de São Paulo, com a participação

de aproximadamente 150 profissionais. As formações envolveram proprietários e gestores das oficinas parceiras indicadas.

Outra iniciativa com foco na formação de fornecedores, realizada em agosto de 2017, foi o treinamento oferecido para mais de 50 prestadores de serviço que atuam na regulação de sinistros do seguro agrícola. O treinamento contou com uma apresentação sobre risco, legislação e boas práticas socioambientais no campo, além de conteúdo sobre a revolução

digital no agronegócio. Em 2016, já havia sido realizado treinamento similar para os reguladores, que contou com conteúdo específico de gestão de resíduos em sinistros de máquinas e equipamentos.

GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

[408-1, 409-1]

A Empresa mantém cláusulas ambientais e de combate ao trabalho infantil e análogo ao escravo em todos os contratos com seus fornecedores, com avaliações sobre os temas no processo de seleção e homologação de todos os seus parceiros. Outros critérios que também passam por análise são os econômicos e fiscais, reputacionais, laborais, ambientais e relacionados à gestão corporativa – o detalhamento de cada tema pode ser encontrado no Código de Conduta de Fornecedores disponível no site.

Em 2017 não foram identificados casos, nem potenciais parceiros com riscos de trabalho infantil ou análogo ao escravo. Dentro das operações próprias da Companhia também não há identificação de setores ou áreas com probabilidade de ocorrência de mão-de-obra infantil ou condições degradantes de trabalho.

Como complemento da gestão socioambiental ativa com a cadeia de suprimentos, também foram promovidas ações para procedimentos de forma a mitigar a incidência de potenciais riscos de cunho ambiental ou social. Dentre as ações, destacam-se: auditoria periódica em fornecedores

específicos que lidam com gestão de resíduos provenientes de sinistros, além do desenvolvimento de um manual sobre homologação ambiental (*saiba mais no capítulo sobre Gestão Ambiental*).

QUALIDADE

Para avaliar a qualidade percebida pelos clientes, a MAPFRE Brasil segue um modelo de medição global da experiência do cliente MAPFRE que visa:

- > Conhecer de forma constante e com uma metodologia consistente o nível de satisfação do cliente.
- > Identificar os aspectos que mais impactam a experiência do cliente, com o objetivo de aperfeiçoá-los.
- > Utilizar ferramentas capazes de auxiliar na definição e implementação de ações, atribuindo o nível de prioridade mais adequado.
- > Estabelecer metas para melhoria, para tornar a Empresa em referência na experiência do cliente.

CLIENTES [102-43, 102-44]

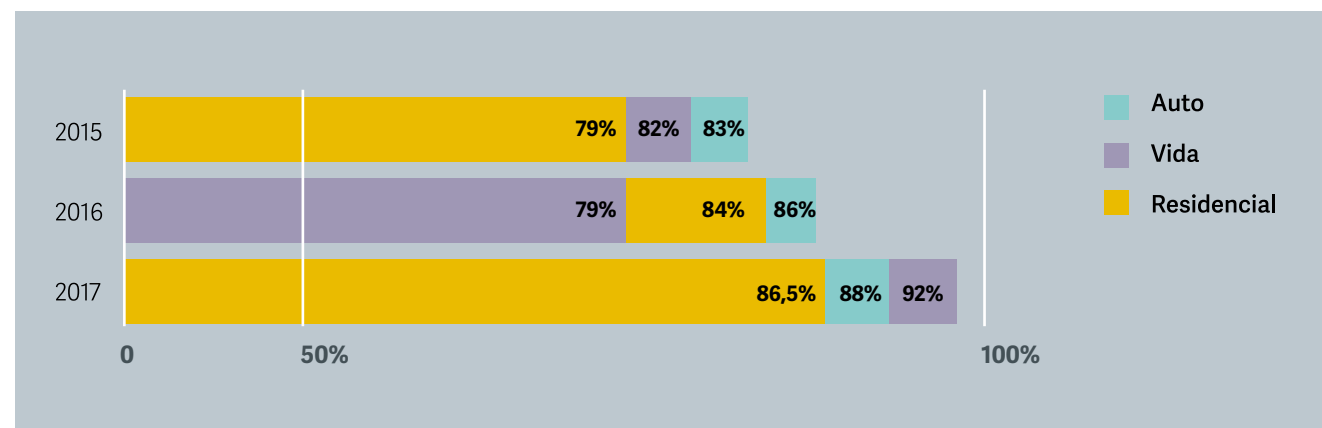
A MAPFRE Brasil encerrou o ano de 2017 com 11.339.031 clientes em suas operações de seguro. A Empresa procura construir relações de qualidade com esse público para, dessa forma, oferecer produtos e serviços com eficiência e custos competitivos.

Uma ação nesse sentido é o programa Sentindo na Pele, cuja essência é exercitar o valor corporativo "gostar dos clientes", para sensibilizar e engajar o público interno em busca da excelência no atendimento. A ação acontece por meio de visitas aos principais pontos de contato com o cliente externo e tem como objetivo identificar fatores críticos para o sucesso do atendimento ao cliente. Em 2017, foram promovidas duas turmas com 34 colaboradores, que participaram dessas vivências, somando um total de 102 horas de dedicação, 10 pontos visitados e 15 áreas envolvidas

Durante o ano, também foi assinado, por meio da Ouvidoria, um Protocolo de Intenções, que é um compromisso público no qual a Empresa se compromete a buscar melhorias em todos os seus canais de relacionamento com o consumidor, autoridades públicas e entidades civis de proteção ao consumidor.

Para identificar as demandas e oportunidades de melhoria no relacionamento com seus clientes e segurados, são realizadas pesquisas de satisfação de clientes, que identificam a percepção dos clientes em relação a diversos fatores.

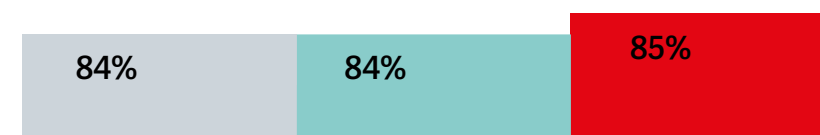
SATISFAÇÃO DE CLIENTES GRUPO SEGURADOR



SATISFAÇÃO DE CLIENTES MAPFRE



MÉDIA GERAL BRASIL

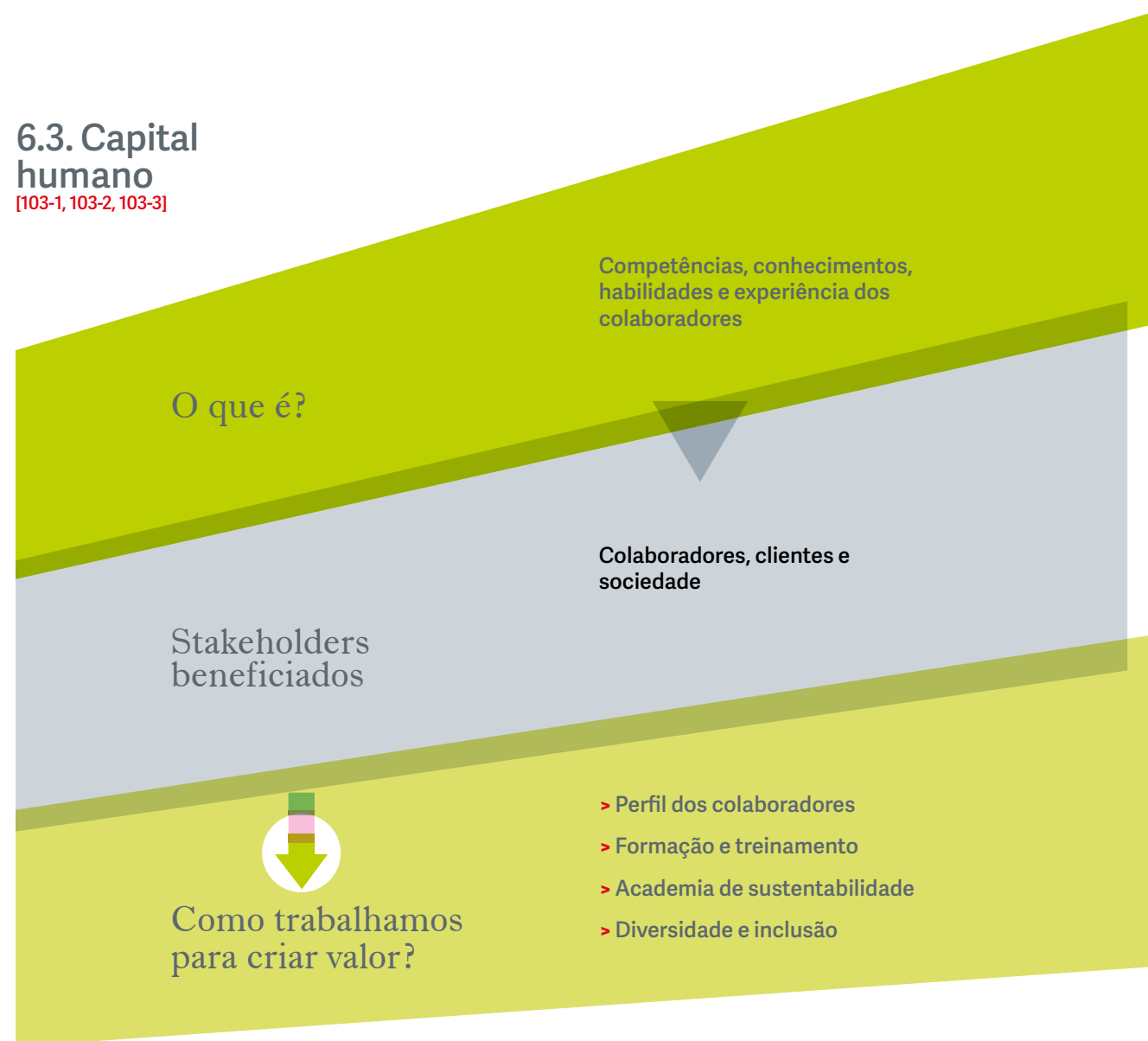


Entre os lançamentos promovidos em 2017 para fortalecer o relacionamento com os clientes, destacam-se:

- > Seguro de vida para pequenas e médias empresas e dos serviços de assistência, com orientação nutricional e médica em casos de bullying e síndrome do pânico para os seguros escolares.
- > Serviços digitais para o seguro de automóvel: kit digital auto, vendas via mobile, vistoria mobile para prestadores de serviço e apólices modulares.
- > Seguro residencial sênior, apólices modulares com coberturas de acordo com perfil e inclusão de mais de 30 coberturas adicionais no seguro destinado às pequenas e médias empresas.
- > Seguro de Responsabilidade Civil (RC) para Drones, com coberturas de danos causados a terceiros no solo e danos ao equipamento.

6.3. Capital humano

[103-1, 103-2, 103-3]



O modelo de gestão de pessoas adotado pela MAPFRE Brasil é focado na valorização e no desenvolvimento dos colaboradores, com a manutenção de um ambiente de trabalho motivador, saudável, com igualdade de oportunidades e sem discriminação.

Além de investir na formação constante atualização de sua equipe, a Empresa promove uma gestão participativa, por meio da qual as habilidades e potencialidades dos colaboradores são estimuladas e reconhecidas, garantindo crescimento profissional, segurança, bem-estar e qualidade de vida.

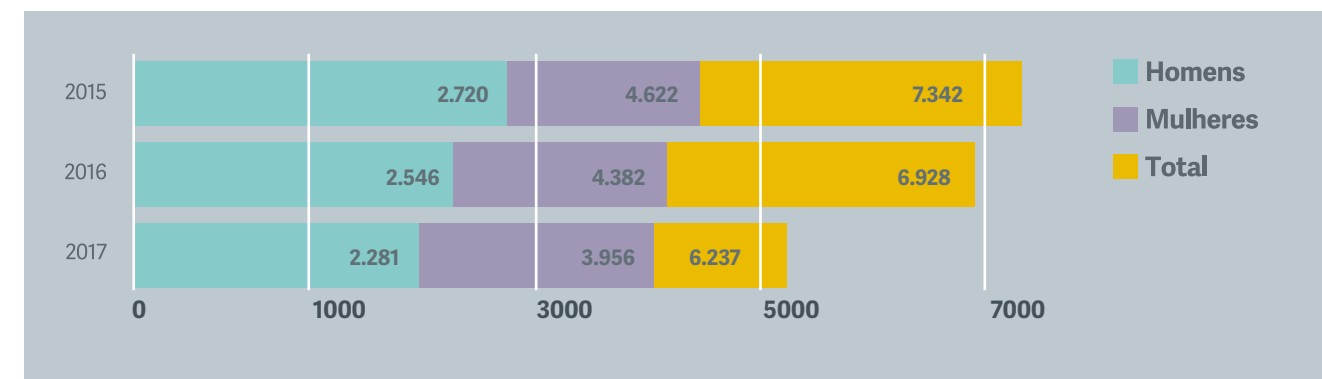
PERFIL DOS COLABORADORES [102-8, 102-41, 405-1]

A MAPFRE Brasil encerrou 2017 com um total de 6.237 colaboradores, o que representa uma redução de 10% em relação ao ano anterior. A redução decorre da conquista de maior eficiência operacional e da readequação do volume de colaboradores, em razão das vendas observadas. Por outro lado, a representatividade por gênero e faixa etária se manteve estável no ano.

Todos os colaboradores celetistas (registrados de acordo com a Consolidação das Leis do Trabalho – CLT) estão cobertos pelas convenções

coletivas de suas respectivas categorias, sendo a maioria regida pelo Sindicato dos Securitários e pelo Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações no Estado de São Paulo (Sintetel).

TOTAL DE COLABORADORES

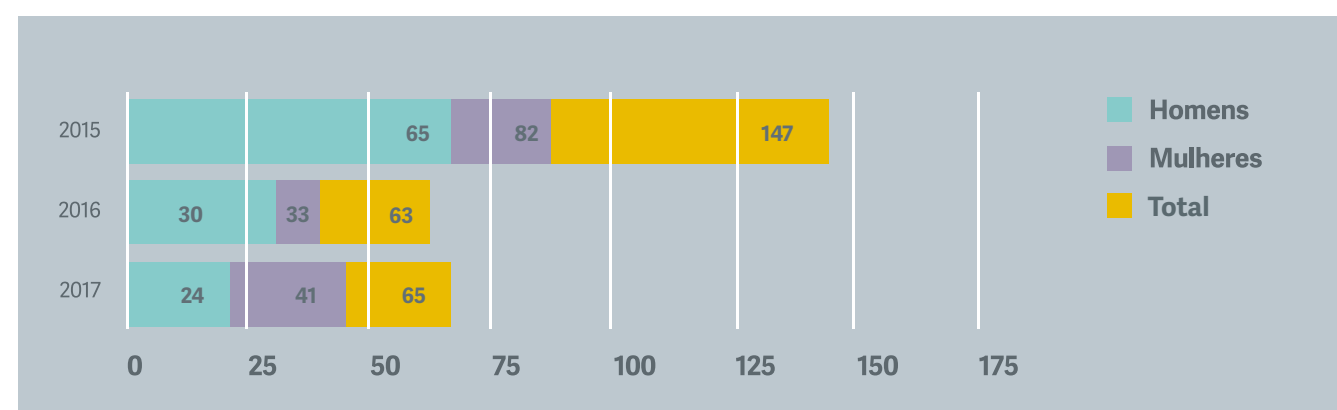


TIPO DE CONTRATO E EMPREGO

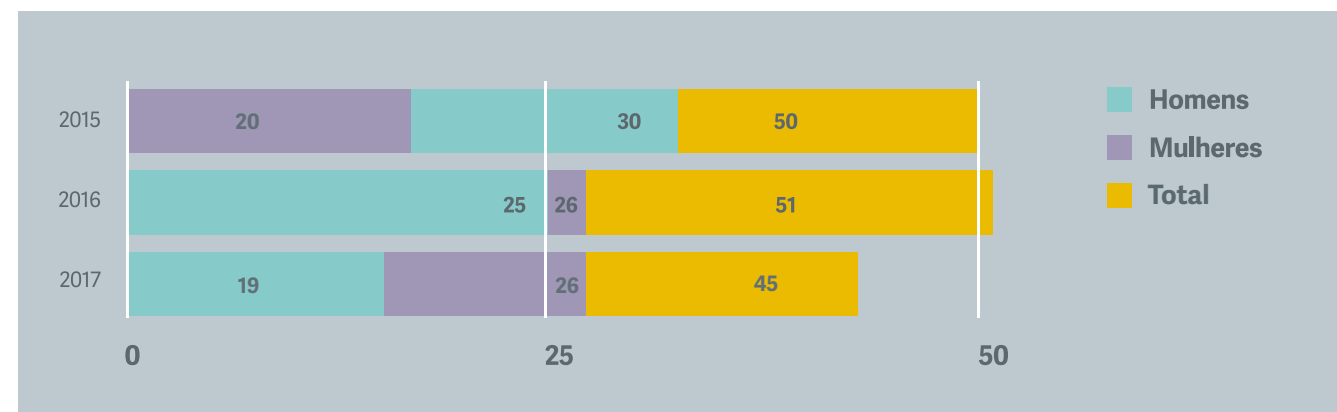
TEMPO INDETERMINADO



TEMPORÁRIO



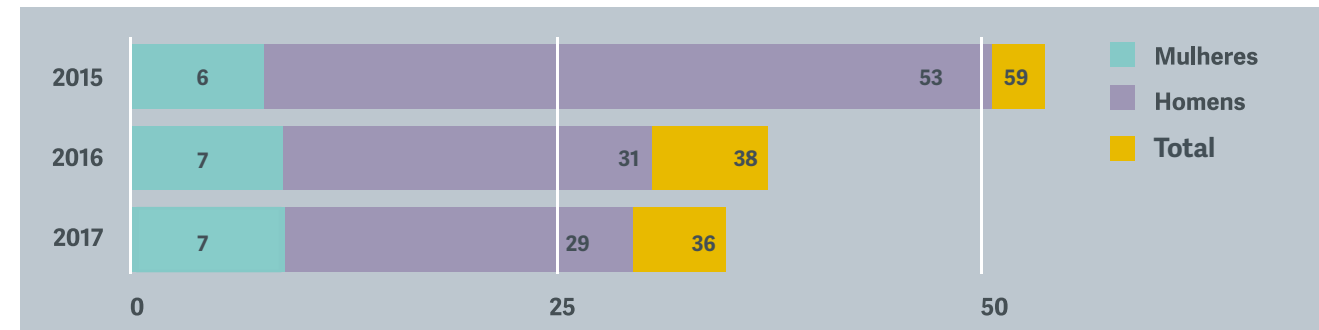
ESTAGIÁRIO



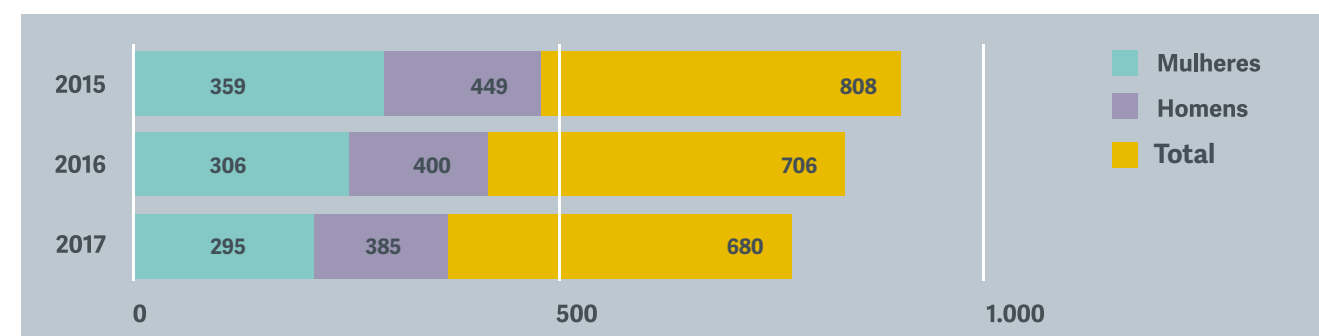
CATEGORIA FUNCIONAL

[102-8, 405-1]

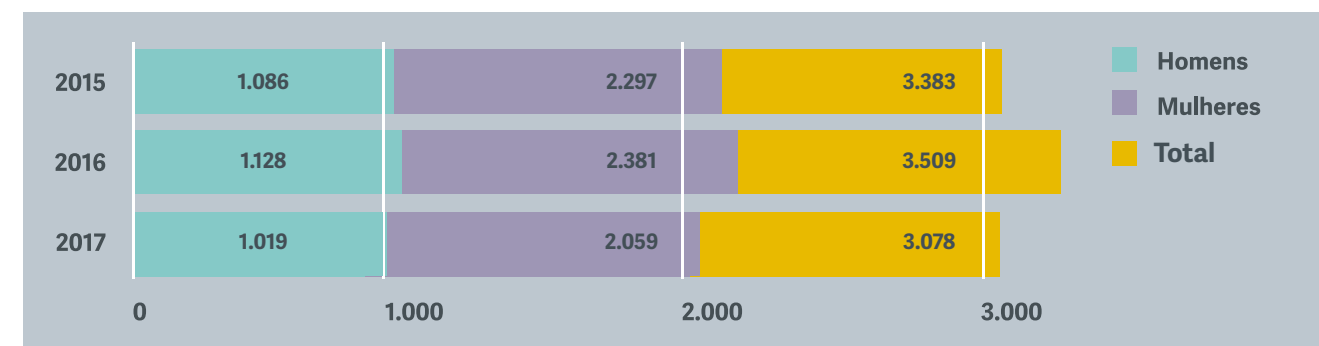
DIRETORIA



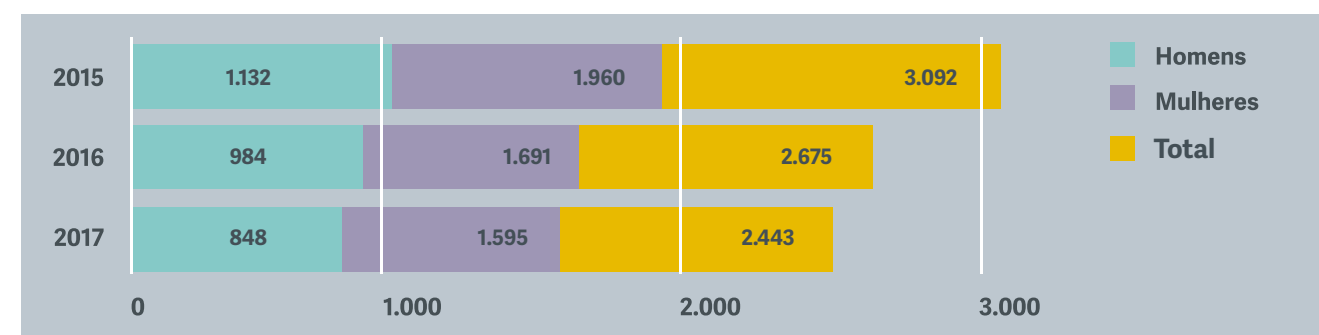
CHEFIA¹



TÉCNICO²



ADMINISTRATIVO³



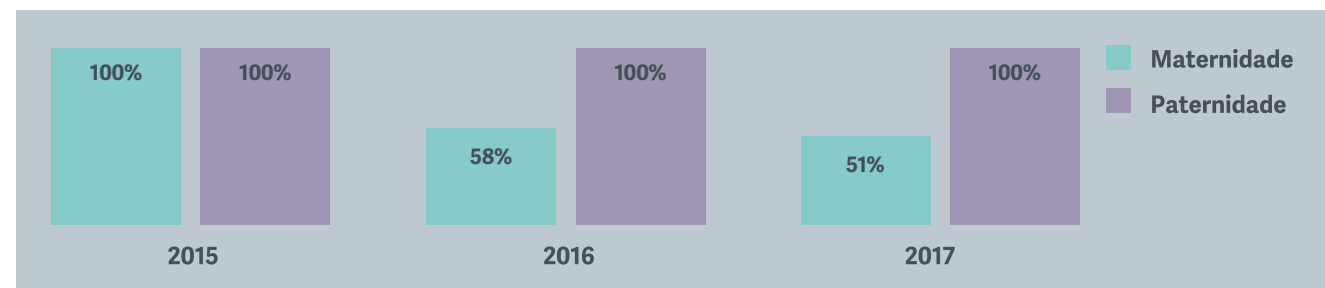
¹ gerentes e superintendentes. ² especialistas, analistas, assessores, secretárias, técnicos, advogados, peritos e subscritores. ³ assistentes, coordenadores, atuários, consultores e estagiários.

LICENÇA MATERNIDADE E PATERNIDADE [401-3]

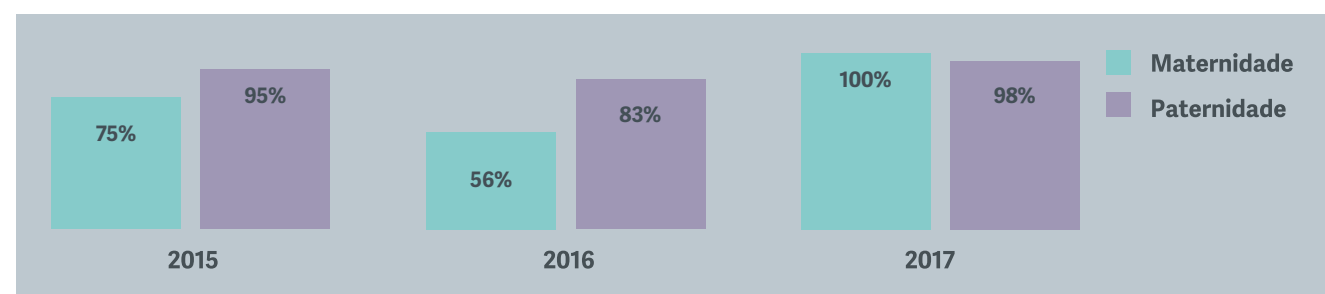
A Empresa trabalha com a boa prática do benefício de licença maternidade estendido, com um total de 6 meses de afastamento da colaboradora. Por este motivo, a taxa de retorno das mães é reportada em 51%, pois muitas mulheres que saem em um ano regressam apenas no ano seguinte para a empresa.

Além disso, por meio do GRUPO, participa do programa Empresa Cidadã e assina os WEPs (Princípios de Empoderamento das Mulheres), da ONU Mulheres, que tem como compromisso garantir saúde, segurança e bem-estar das trabalhadoras e trabalhadores.

Taxa de retorno



Taxa de retenção

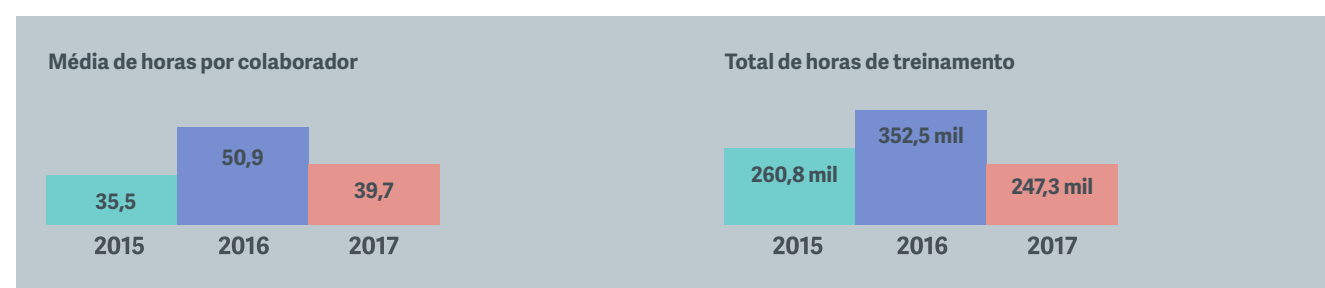


FORMAÇÃO E TREINAMENTO [404-1]

A MAPFRE Brasil investe continuamente na capacitação de seus colaboradores, promovendo ações de treinamento, formação e qualificação (por meio de atividades presenciais, online à distância e no local de trabalho), capacitando-os para o desempenho de suas atividades, além de prepará-los para assumirem novas posições.

Em 2017, foram destinados R\$ 5,13 milhões para a realização de treinamentos presenciais e online, o que resultou em um total de 247,3 mil horas de capacitação interna, o que representa 39,7 horas de treinamento por colaborador e uma diminuição de 30% em relação a 2016 (352,5 mil horas).

Horas de treinamento



O grande desafio dos treinamentos promovidos durante o ano foi desenvolver novas competências exigidas pela transformação digital (um dos focos de atuação da MAPFRE em 2017), além das necessidades de adaptação ao cenário de incertezas com o desafio de produzir mais com menos recursos.

A estratégia adotada foi compartilhar as responsabilidades com o time, criando

uma cultura de protagonismo, investindo em desenvolvimento e promovendo ações de qualidade de vida. Tudo isso em um ambiente pautado por transparência, respeito e reconhecimento.

Entre os treinamentos realizados pela Universidade Corporativa, que totalizaram 247,3 mil horas no ano, um dos destaques foi o programa Sentindo na Pele, que busca

sensibilizar e engajar as pessoas para a cultura de excelência no atendimento. Nele, duas turmas com 34 colaboradores puderam vivenciar como os processos das suas áreas impactam no atendimento ao cliente externo.

| | | |
|--|---------------------------|--|
| | Cursos e-learning | Durante o ano, 228 colaboradores foram formados por meio de cursos online para compreender como ocorre o processo de inovação na Empresa e como identificar os pilares da inovação diante de uma ideia, entendendo os desafios para descobrir novas fontes de geração de valor e relacioná-las com as necessidades do mercado atual. |
| | Cursos presenciais | Misto entre treinamento e práticas de desenvolvimento e fomento a uma forma de pensamento inovador pela abordagem do Design Thinking, os encontros presenciais realizados durante o ano contaram com a participação de 79 colaboradores de diversas áreas, promovendo o desenvolvimento de conceitos e a experimentação de processos por meio de técnicas e ferramentas de inovação. |
| | Inovagentes | Em 2017, foi formada a 3ª turma do programa de inovação, totalizando 55 InovAgentes que foram formados para promoverem ações e projetos inovadores. Ao todo, aconteceram 10 encontros presenciais e 10 sessões de mentoria, que resultaram em 20 proposições inovadoras e incrementais voltadas para os desafios de cada diretoria. |

ACADEMIA DE SUSTENTABILIDADE

Por meio da Academia de Sustentabilidade, a MAPFRE Brasil promove encontros técnicos que disseminam conhecimento e informações para os stakeholders, fortalecendo o seu papel como indutora de boas práticas de gerenciamento de riscos ASG na cadeia de valor.

Em 2017, 3.826 profissionais (entre colaboradores e parceiros de negócio) foram formados em temas relevantes de sustentabilidade para a perenidade e inovação dos negócios, com destaque para os seguintes encontros:

- > Workshop – Sustentabilidade na área de Sinistros para a DG Riscos de Pessoas.
- > Treinamento em temas críticos ASG para peritos da DG Rural e Habitacional.
- > Workshop ODS (Objetivos de

Desenvolvimento Sustentável), em parceria com a DG RH.

- > Cursos à Distância em parceria com o Sebrae-SP e a DG Automóvel, para endereçar temas relevantes da cadeia de valor (Controle de Gastos na Prestação de Serviços; Oficinas de Funilaria e Pintura Sustentáveis; Qualidade no Atendimento - Oficina de Reparação Automotiva

DIVERSIDADE E INCLUSÃO [406-1]

A diversidade é um tema estratégico para a MAPFRE Brasil, que conta com a Política Corporativa de Respeito e Valorização da Diversidade, criada para formalizar as diretrizes e princípios básicos para promoção de um ambiente que valorize a diversidade e garanta oportunidades iguais para todos.

Desde 2015, a Empresa mantém o Conselho de Diversidade, formado por seis pilares de atuação: Pessoas

com Deficiência, Gênero, Gerações, Raças/Etnias, LGBT e Socioeconômico (voluntariado). Cada pilar conta com um executivo, como patrocinador, e líderes, que são responsáveis por disseminar o tema na organização.



Nos últimos três anos, não foram registrados casos de discriminação. Em 2017, foi feito um mapeamento de 12 casos de assédio moral/sexual, que foram tratados individualmente com acompanhamento e parecer jurídico. Nos anos anteriores, houve cinco (2016) e sete casos (2015) da mesma natureza, todos tratados sob a mesma premissa. Avalia-se que o aumento no registro de casos aconteceu pela atuação da Consultoria de RH e da Diretoria Jurídica perante o Conselho de Diversidade, trabalhando questões relacionadas à temática durante o ano, além do reforço da divulgação dos canais de denúncia e do POP nos meios de comunicação corporativo, que geraram maior conscientização dos colaboradores sobre os assédios e as formas existentes para encaminhar internamente as ocorrências. A Empresa também trabalhou o tema em palestra específica para gestores ao longo do ano.

Em relação à diversidade de gênero, a MAPFRE BRASIL teve importantes avanços em 2017:

> No Plano de Sustentabilidade 2018-2020 foi estabelecido um cronograma de metas para mulheres em cargos gerenciais.

> Acompanhamento do número de mulheres matriculadas em cursos de liderança e o número de mulheres participantes que completaram cada curso, com a intenção de atingir 50% dos cargos ocupados por mulheres.

> Programa de mentoring para o desenvolvimento profissional de mulheres em cargos gerenciais.

> Monitoramento de indicadores do número de mulheres por cargo/área, além de indicadores de treinamento, promoção e pós-gravidez.

GESTÃO DA SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA

Programa CUIDAR: mantido pelo GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE, oferece apoio a colaboradores e dependentes em tratamento oncológico. Em 2017 foram realizados 12 encontros, que discutiram questões relacionadas ao tratamento do câncer (como esperança e expectativas), fator de segurança anestesia, gincana sobre o câncer, apoio emocional durante o tratamento, dor, cuidados paliativos, entre outros.

Outubro Rosa: durante o mês de outubro foram divulgados quatro boletins informativos sobre a saúde das mulheres, com atenção do mastologista na área da Saúde e isenção de coparticipação.

Novembro Azul: durante o mês de novembro foram divulgadas duas notícias sobre a saúde do homem, além do atendimento do urologista na área da Saúde com isenção de coparticipação. Os colaboradores

que passaram pelo urologista ganharam atenção com o barbeiro para corte de cabelo e barba.

Mapeamento de Saúde: aplicação do questionário de saúde e estilo de vida para identificar os riscos dos colaboradores.

Espaço Saúde: em funcionamento dentro da sede do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE, conta com uma média de 400 atendimentos por mês (via plano de saúde MAPFRE), com especialistas de diversas áreas: psicologia, fisioterapia, nutrição, mastologia, endocrinologia, ginecologia, urologia, dermatologia e laboratório para coleta de exames. Além disso, oferece serviços de quick massage e aulas de pilates (sem subsídios por parte da empresa), como forma de incentivar o autocuidado entre os colaboradores.

Na MAPFRE, foram realizadas 3.812 consultas médicas, 12.198 atendimentos com psicólogos (presencial e por telefone) a colaboradores e 754 a familiares, além de 981 atendimentos com foco em orientação nutricional dos colaboradores.



6.4. Capital intelectual

[103-1, 103-2, 103-3]

O que é?

Ativos intangíveis baseados em conhecimentos que favorecem a propriedade intelectual e o conhecimento de sistemas e plataformas

Stakeholders beneficiados

Clientes, colaboradores, sociedade e acionistas

Como trabalhamos para criar valor?

- > Inovação
- > Transformação digital

INOVAÇÃO

A inovação faz parte dos objetivos estratégicos e da proposta de valor da MAPFRE Brasil, que procura adotar uma postura de vanguarda, se antecipando às constantes mudanças tecnológicas e da sociedade para criar processos, produtos e serviços diferenciados e adaptados ao perfil e às necessidades dos clientes.

Desde sua criação, a Empresa adota a inovação como conceito macro, que permeia as análises e tomadas de decisão. Esse posicionamento se inicia a partir da observação, pesquisa e análise crítica da sociedade e sua forma de consumo, bem como do ambiente de negócios.

Na prática, trata-se de uma metodologia que envolve pesquisas externas, insumos internos (ideias e sugestões de colaboradores, clientes, fornecedores e distribuidores) e regras para implantação, para que o tema seja tratado de forma descentralizada, como um modo

de pensar e trabalhar de todos os colaboradores.

Para fortalecer ainda mais essa cultura no ambiente interno, a MAPFRE Brasil,

seguindo um posicionamento já adotado pelo GRUPO, criou o Núcleo de Inovação, formado por uma equipe multidisciplinar que tem a função de disseminar a cultura de inovação entre os colaboradores.

CREATIVE DAYS

Para a MAPFRE Brasil, inovar é contribuir para o desenvolvimento de novos negócios sustentáveis para a empresa e seus parceiros. Nas oficinas de Creative Days, o objetivo é definir oportunidades de sinergia e de geração de valor entre os negócios.

Ao longo de 2017, foram promovidos diversos workshops com clientes, equipes internas e parceiros de negócios, utilizando ferramentas como Mapa de Empatia, Jornadas do Cliente, Canvas de Modelos de Negócios e Proposta de Valor.

INOVAGENTES

O programa InovAgentes é uma iniciativa criada no Brasil com o objetivo de estimular e capacitar os colaboradores a apresentarem ações de inovação em suas respectivas áreas e que, devido à sua relevância, foi disseminado para todas as empresas da MAPFRE no mundo.

Com foco na aplicabilidade prática da abordagem de inovação adotada pela Empresa, o programa InovAgentes visa ao desenvolvimento de competências para que os colaboradores tenham condições de apresentar suas propostas de inovação, sempre orientados por desafios reais que resultem em valor para o negócio.

Os InovAgentes simbolizam a cultura de inovação e, sendo responsáveis pela disseminação do tema dentro da Empresa, apoiam a disseminação da cultura e do pensamento inovador.

Com a conclusão da 3ª turma em 2017, a MAPFRE Brasil encerrou o ano com 55 InovAgentes capacitados. Durante o

ano, foi realizada ainda uma pesquisa para avaliar o grau de continuidade e engajamento dos participantes: das 20 proposições, seis foram implantadas já em 2017, quatro estão em fase de ideação, cinco em prototipagem e seis estão prontas para serem lançadas.

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

A inovação (de processos, produtos e serviços) é fundamental para que a indústria seguradora possa aperfeiçoar seus processos de prevenção e mitigação de riscos, seja em relação a questões regulatórias (a partir do desenvolvimento de novas habilidades e formas de atuação) ou ao crescimento do uso de tecnologias digitais pela população (com a concepção de novas ferramentas, produtos e serviços que dialoguem com esse novo contexto digital).

Para se adaptar a esse novo cenário, a MAPFRE Brasil incluiu a Cultura Digital como um dos drives estratégicos do negócio para os próximos anos, com foco na seguinte proposta de valor: oferecer,

de forma descomplicada e inovadora, um seguro fácil, útil e ao alcance do cliente, mantendo uma relação transparente, atenciosa e de confiança, para que ele decida quando e como utilizar.

Em linha com esse posicionamento, a Empresa procura alavancar, cada vez mais, a presença de suas marcas nos canais digitais, provendo soluções inovadoras e alinhadas às demandas, interesses e necessidades dos clientes e da sociedade como um todo.

Em 2017, esse movimento foi mais expressivo no segmento de Automóvel, com o lançamento de serviços como kit digital Auto, vendas via mobile e vistoria mobile para prestadores de serviço. Outra novidade foi o Seguro de Responsabilidade Civil (RC) para Drones, desenvolvido para o segmento de Grandes Riscos, com coberturas de danos causados a terceiros no solo e danos ao equipamento, cuja apólice foi adaptada aos padrões da ANAC e comercializada no canal corretor.

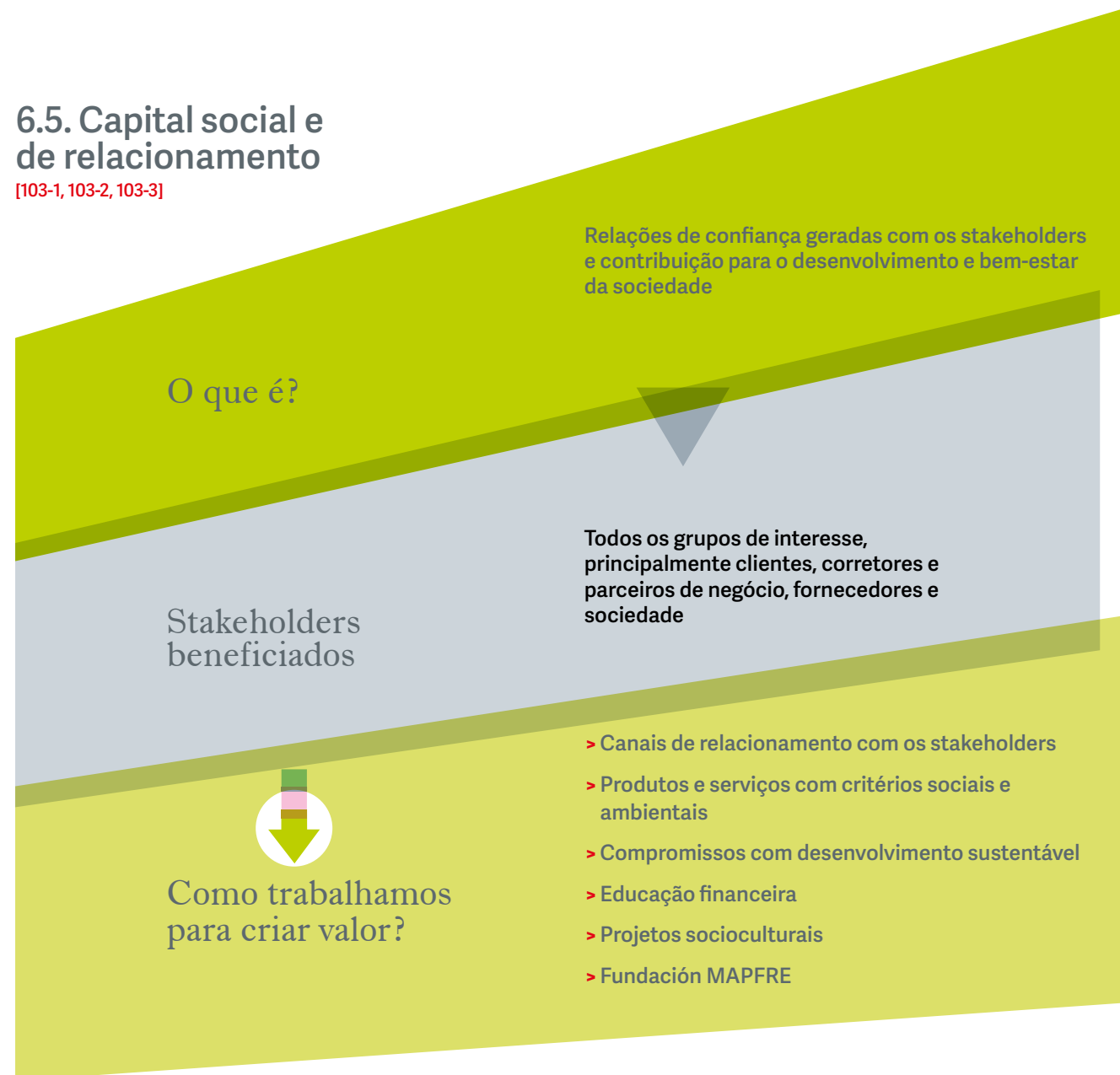
Na área de Marketing, foram utilizadas ferramentas digitais e de performance para criação de banco de dados que capta o comportamento digital do consumidor. Em Investimentos, foi desenvolvido um aplicativo e plataforma de movimentações online, possibilitando aos clientes a eliminação do papel físico no registro dos pedidos de movimentação financeira nos fundos de investimentos, com previsão de lançamento para 2018.

INSURTECH BRASIL

Atenta aos movimentos do mercado, a Empresa patrocinou o primeiro evento Insurtech Brasil, que reuniu investidores, especialistas, profissionais e empresas do setor para debater temas a favor do crescimento dos negócios, com as seguradoras como agentes de transformação, desafios regulatórios para inovar, tendências, fomento às Insurtechs, novos modelos de marketplace e engajamento, revolução nos pagamentos e apresentação de cases de sucesso.

6.5. Capital social e de relacionamento

[103-1, 103-2, 103-3]



CANAIS DE RELACIONAMENTOS COM OS STAKEHOLDERS

| ESTRATÉGICOS | | |
|----------------------|---|--|
| GRUPO DE INTERESSE | COMPROMISSOS DA MAPFRE BRASIL | CANAIS DE RELACIONAMENTO |
| Colaboradores | <ul style="list-style-type: none"> > Promover o desenvolvimento profissional e a igualdade de oportunidades no ambiente de trabalho. > Garantir a formação para o adequado desenvolvimento de suas funções profissionais. > Manter uma remuneração justa em função do cargo e desempenho. > Proporcionar um ambiente de trabalho estável e seguro, evitando qualquer forma de perseguição, abuso ou discriminação por questões ideológicas, opiniões, crença, sexo, orientação sexual, raça, condição ou capacidade. > Escutar e manter um canal de diálogo permanente. > Ser transparente e informar sobre os aspectos relevantes do desenvolvimento do negócio. | <ul style="list-style-type: none"> > Intranet > Newsletters > Pesquisa de clima (GPTW) > Caixa de sugestões > Reuniões presenciais > Academia de > Sustentabilidade > Programa de Ouvidoria e Papo (POP) > Canal de Denúncia de Fraude e Ouvidoria |
| Fornecedores | <ul style="list-style-type: none"> > Escutar e manter um canal de diálogo permanente. > Ser transparente e informar adequadamente sobre os processos de seleção e sobre as questões da MAPFRE Brasil que puderem afetá-los. > Respeitar e garantir o cumprimento das condições combinadas e acordadas em contrato. > Manter relações de confiança com todos os fornecedores. | <ul style="list-style-type: none"> > Plataformas web > Portais específicos > Plataformas telefônicas próprias > Boletins e revistas específicas > Redes sociais > Reuniões e convenções > Academia de Sustentabilidade |
| Clientes e segurados | <ul style="list-style-type: none"> > Inovar de forma permanente em produtos de seguro e em serviços de prevenção e assistências que agreguem valor. > Prestar um serviço acessível e de qualidade, no prazo acordado. > Garantir a confidencialidade dos dados. > Resolver as reclamações, utilizando as formas estabelecidas para isso, no prazo mais breve possível. > Escutar e dialogar, disponibilizando os canais adequados. | <ul style="list-style-type: none"> > Rede própria de distribuição, formada por escritórios e sucursais > Canais affinities > Call center > Portal MAPFRE > Fale Conosco > Newsletters > Sessão de queixas e reclamações no site > E-mail mkt > Redes sociais > Publicidade |

| | | |
|--|---|---|
| Corretores e parceiros de negócio | <ul style="list-style-type: none"> > Manter um canal de diálogo permanente. > Estabelecer relações honestas e construtivas. | <ul style="list-style-type: none"> > Portal MAPFRE > Newsletters > Planos de treinamento > Plataforma online > Folhetos comerciais > Revistas especializadas > Programas de formação e capacitação > Reuniões comerciais > Redes sociais > Academia de Sustentabilidade |
| Comunidade e sociedade | <ul style="list-style-type: none"> > Manter um canal de diálogo permanente. > Estabelecer relações confiáveis e construtivas. | <ul style="list-style-type: none"> > Portal MAPFRE > Portal Fundación MAPFRE > Redes sociais |

| NECESSÁRIOS | | |
|---------------------------------|---|---|
| Governo | <ul style="list-style-type: none"> > Estabelecer relações confiáveis e construtivas. | <ul style="list-style-type: none"> > Direto ou por meio de associações empresariais, locais e internacionais |
| Instituições reguladoras | <ul style="list-style-type: none"> > Fortalecer a relação com o poder público para o desenvolvimento conjunto de programas e a formação de iniciativas com impacto positivo em relação ao desenvolvimento sustentável | <ul style="list-style-type: none"> > Participação em reuniões de entidades de classe e estudos setoriais |
| Acionistas | <ul style="list-style-type: none"> > Manter práticas de governança corporativa baseadas na transparência e na confiança mútua. > Respeitar as regras do livre mercado e da livre concorrência. > Rejeitar qualquer prática irregular para obter vantagens empresariais. > Manter canais de comunicação e diálogo baseados na transparência. | <ul style="list-style-type: none"> > Conselho de Administração > Comitês executivos > Reuniões presenciais e apresentações por meio de teleconferências |
| Mídia | <ul style="list-style-type: none"> > Manter comunicação e diálogo baseados na transparência e no compromisso com a veracidade das informações. | <ul style="list-style-type: none"> > Releases > Portal MAPFRE > Redes sociais |

PRODUTOS E SERVIÇOS COM CRITÉRIOS SOCIAIS E AMBIENTAIS

[FS7, FS8, FS14]

A MAPFRE Brasil conta com uma ampla linha de produtos e serviços que se caracterizam pelos benefícios socioambientais oferecidos aos clientes. Confira, a seguir, os principais produtos com esses diferenciais.

| | Critérios sociais | Descrição |
|---|---|--|
|  | Seguro Prestamista Rural | Para o ramo de agronegócios, foi lançado um seguro Prestamista Rural para o canal corretor, com cobertura de morte natural vinculado aos créditos rurais. É vinculado aos negócios provenientes de canais alternativos, como, por exemplo, cooperativas e revendas de insumos. |
|  | BB Seguro Vida Agricultura e Familiar | Seguro para os clientes de operações de crédito rural de programas da Agricultura Familiar que garante a liquidação no Banco do Brasil em caso de morte natural ou acidental do segurado. E, se houver saldo remanescente do contrato para o valor do seguro, ele será pago ao cônjuge ou, na sua falta, aos herdeiros legais. Além disso, a indenização do seguro proporciona um extra de R\$ 600,00 por proposta contratada. É a maneira mais simples e mais fácil de continuar o trabalho no campo e garantir a tranquilidade das famílias. |
|  | BB Microseguro Proteção Individual | Condições acessíveis com vantagens e benefícios, como cobertura para morte acidental, garantia de reembolso para o funeral do segurado, além de cobertura especial, como "pagar por dia de hospitalização por acidente", com o pagamento feito diretamente ao segurado. |
|  | Seguro Amparo Familiar | Como cobertura principal, o segurado pode escolher o auxílio-funeral no valor de R\$ 3 mil, R\$ 5 mil ou R\$ 8 mil. Esta cobertura pode ser individual ou para o titular e filhos. As duas opções de seguro oferecem os seguintes benefícios: (a) ajuda alimentar (R\$ 3.000,00) distribuída para o beneficiário ou ao longo de um ano; (b) transferência do corpo (R\$ 5.000,00), ou (c) transporte da família (R\$ 5.000,00). |
|  | Programa Conta Protegida Telefônica | Seguro de proteção financeira com coberturas para quitação de contas de telefone em caso de desemprego, invalidez, etc. |
|  | Programa Crediamigo de Microcrédito | Destinado aos clientes do Programa Crediamigo de Microcrédito, com coberturas para morte e assistência funeral, além de quatro sorteios mensais pela loteria com a Capitalização. |
|  | Vida Protegida e Premiada | Combina a proteção da saúde do segurado e de sua família com sorteios mensais. Comercializado pela MAPFRE em parceria com as Casas Bahia. |
|  | Agroamigo | Seguro popular destinado a microempreendedores de setores formais ou informais da economia, alocados em zona rural. |
|  | BB Seguro Vida Completo, BB Seguro Vida Estilo, BB Seguro Vida Mulher Mais | Destinados a clientes de 18 a 70 anos, disponíveis em três planos diferentes, com coberturas tradicionais e de utilização em vida. Suas principais vantagens são as assistências e sorteios mensais realizados pela loteria federal. |
|  | PME Capital Global PME Demais Capitais | Solução de seguros destinado a pequenas e médias empresas que, além de dispor de coberturas e serviços diferenciados, simplifica o processo de cotação, contratação e movimentação de vidas, incluindo funcionalidades de autosserviço para o corretor e a empresa estipulante, passando a ser um processo totalmente automático. |

| Critérios ambientais | Descrição |
|--|--|
| Remoção de Destroços | Possui cobertura gratuita para remoção de destroços (casco), sendo 5% da IS da cobertura básica (limitado a R\$ 30.000,00). |
| Seguro Floresta | Destinado a produtores rurais, proprietários de terras de reflorestamento, indústrias de papel e celulose, cooperativas e associações do ramo. Protege plantações de eucalipto, pinus, seringueiras e outras espécies com finalidades comerciais. |
| Seguro Floresta ABC | Destinado a produtores rurais, proprietários de terras de reflorestamento, indústrias de papel e celulose, cooperativas e associações do ramo. Protege plantações de eucalipto, pinus, seringueiras e outras espécies com finalidades comerciais. Possui diferenciação na linha de crédito do Banco do Brasil. |
| Garantia estendida de eletroeletrônicos | Logística reversa para eletroeletrônicos danificados, segurados com Garantia Estendida/ Troca Certa. |
| Kit digital auto | Na contratação do seguro de automóvel, o cliente pode optar por receber os documentos e informações por meio digital, via SMS ou aplicativo, evitando a impressão e postagem. |



COMPROMISSOS COM O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

[102-12, 102-13]

Para reforçar o seu compromisso institucional com o desenvolvimento sustentável, a MAPFRE Brasil segue os princípios, pactos, diretrizes e acordos nacionais e internacionais dos quais é signatária.

> **COP 21/Paris Pledge for Action (ou Manifesto de Paris pela Ação)** – Integra a lista de empresas que assinaram o compromisso que visa à redução das emissões de carbono para contribuir com o crescimento e o desenvolvimento sustentável.

> **Princípios para Sustentabilidade em Seguros (PSI)** – Signatária desde 2012, a Empresa passou a integrar em 2015 o conselho mundial do PSI, criado para nortear as práticas sustentáveis entre o setor de seguros e fornecer diretrizes globais para o desenvolvimento e o aperfeiçoamento de gerenciamento de riscos, integrando os aspectos ASG. Em 2017, acompanhou os fóruns e participou dos engajamentos promovidos.

> **Pacto Global** – Signatária desde 2008 dessa iniciativa desenvolvida pela ONU para mobilizar empresas a adotar princípios relacionados a direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção, a MAPFRE Brasil presta contas de seus avanços e atividades realizadas no nível Advanced, que corresponde à qualificação máxima oferecida pelas Nações Unidas.

> **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)** – As ações apoiadas e/ou promovidas pela Empresa buscam contribuir para este compromisso universal, criados em substituição aos Objetivos do Milênio. Em 2017, foi realizado um workshop com o objetivo de alinhar o planejamento da área de Recursos Humanos aos ODS, com a participação de 24 colaboradores.

> **Global Reporting Initiative (GRI)** – Há nove anos consecutivos, a Empresa segue as diretrizes da GRI para divulgar seu relatório de sustentabilidade de acordo com as técnicas de medição e bases de cálculo propostas pela entidade.

> **Protocolo do Seguro Verde** – É signatária desta iniciativa, que define diretrizes para a implementação de ações de responsabilidade socioambiental, reforçando o posicionamento do setor na preservação ambiental.

> **CNseg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização)** – Desde 2015, preside a Comissão de Sustentabilidade e Inovação da CNseg, contribuindo para a realização de diversas ações com o objetivo de criar condições adequadas para a sustentabilidade do próprio setor, como a publicação do Relatório de Sustentabilidade do Setor de Seguros, com base na metodologia GRI (Global Reporting Initiative).

> **ANSP (Academia Nacional de Seguros e Previdência)** – Desde 2014, integra a cátedra de Sustentabilidade da ANSP, contribuindo para o aperfeiçoamento institucional do seguro e da previdência privada no Brasil. Além disso, foi eleita para continuar integrando a diretoria da entidade no triênio 2017/2020.

A Empresa também atua em estreito relacionamento com associações e instituições setoriais, buscando sinergia na atuação e convergência das ações perante esses órgãos, fortalecendo sua relação com o poder público para o desenvolvimento conjunto de programas e a formação de iniciativas com impacto positivo em relação ao desenvolvimento sustentável. Em 2017, este posicionamento teve continuidade e foi fortalecido com a participação ativa da Empresa em fóruns, comissões e grupos de trabalho das seguintes organizações:

- > Abac (Associação Brasileira das Administradoras de Consórcio);
- > ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar);
- > ANSP (Academia Nacional de Seguros e Previdência);
- > ABGR (Associação Brasileira de Gerenciamento de Riscos);
- > Abrarec (Associação Brasileira de Relacionamento com o Cliente);
- > Aida (Associação Internacional de Direito de Seguros);
- > Anpei (Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras);
- > Associação Brasileira das Operadoras de Turismo;
- > Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil;
- > CNseg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização);
- > CVG (Clube de Técnicos de Seguro do Mercado);
- > Febraban (Federação Brasileira de Bancos);
- > Fenacap Nacional (Federação Nacional de Capitalização);
- > Fenaprevi (Federação das Empresas de Previdência e Vida);
- > Fenaseg (Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização);
- > Grupos de Estudos da Aida (Associação Internacional de Direito de Seguro – Aida Brasil);
- > IBHE (Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial);
- > OMT (Organização Mundial do Turismo);
- > Pasa (Pan American Surety Association);
- > PSI (Princípios para Sustentabilidade em Seguros);
- > Sindicato dos Securitários;
- > Sintetel (Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações no Estado de São Paulo);
- > Unep FI (United Nations Environmental Programme Financial Institutions).

A MAPFRE Brasil ainda integra e dirige comissões técnicas específicas do setor de seguros:

- > CNseg (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização);
- > Comissão de Sustentabilidade e Inovação (ocupando a presidência desde 2015);
- > Comissão de Ouvidoria;
- > Comissão de Processos e Tecnologia da Informação;
- > Comissão de Relações de Consumo;
- > Comissão de Microseguros e Seguros Populares;
- > Comissão de Investimentos;
- > Comissão de Administração e Finanças;
- > Comissão Atuarial;
- > Comissão de Recursos Humanos;
- > Comissão de Controles Internos;
- > Comissão de Resseguro;
- > Comissão de Assuntos Jurídicos;
- > Comissão de Assuntos Fiscais Câmara Oficial Espanhola de Comércio no Brasil;
- > Comitê Estratégico de Sustentabilidade;
- > ANSP (Academia Nacional de Seguros e Previdência)
- > Cátedra de Sustentabilidade Febraban (Federação Brasileira de Bancos);
- > Comissão Intrasetorial de Sustentabilidade;

Educação financeira

[FS16]

Além de oferecer produtos e serviços financeiros, a MAPFRE Brasil também investe na promoção da cultura de proteção e de iniciativas de educação financeira com o objetivo de contribuir para a expansão de mercado e melhorar o planejamento financeiro de setores menos favorecidos da sociedade.

Outra iniciativa com esse viés foi desenvolvida pela Ouvidoria em fevereiro de 2017, por meio de um trabalho educacional com os clientes, via mídias sociais, a partir das reclamações improcedentes recebidas pela área. Além de promover a educação, um dos focos desse trabalho foi aumentar a base de conhecimento dos produtos e serviços, esclarecendo aos clientes seus direitos e deveres.

Entre os segurados do segmento agrícola, o desafio tem sido disseminar as especificidades dos produtos agrícolas, auxiliando o produtor na compreensão dos detalhes dos produtos, seus benefícios e a importância para a continuidade do seu negócio. Um programa específico de comunicação foi desenvolvido por meio de vídeos educativos que explicam cada peculiaridade dos produtos securitários voltados para este público.

Em 2017, foi desenvolvido ainda o Guia de Boas Práticas de Prevenção, que aborda temas relevantes em prevenção de riscos e educação securitária para clientes, corretores e parceiros comerciais do seguro residencial. Com conteúdo técnico, apresentado em linguagem simplificada, o material foi lançado em 2018.

Para reforçar a função social do seguro, foram criados os projetos de Educação Financeira com campanhas de comunicação realizadas nas redes sociais, por meio da veiculação de vídeos sobre o tema.

A 4ª edição da Semana Nacional de Educação Financeira aconteceu em maio de 2017, com iniciativas gratuitas capazes de contribuir para fomentar, no cidadão, o hábito de poupar e melhor gerir seus recursos. A ação contou com alcance de mais de 900 mil pessoas e registro de 270.000 interações via redes sociais.

Além disso, para engajar os usuários, os temas ligados à educação securitária foram abordados de forma lúdica e divertida na campanha "Cultura de Seguros, deixando o tema leve para interações e aprendizado aos impactados nas redes sociais. A ideia foi introduzir o seguro na vida das pessoas, sua reforçando sua função social em situações cotidianas.

Com o objetivo de inserir a marca no contexto de cultura de seguros, foram produzidos cinco vídeos curtos e divertidos, que traduzem esse universo pouco explorado pelas seguradoras do mercado. A ação foi divulgada entre os meses de novembro e dezembro com o objetivo de alcançar o maior número de pessoas por meio da visualização de vídeos. Como resultados, os vídeos alcançaram mais de 975 mil pessoas e mais de 353 mil visualizações no Facebook em todo território brasileiro.

A promoção do conceito de educação financeira também é materializada pela Fundação MAPFRE, que promove anualmente o Programa de

Educação Financeira realizado pelo voluntariado corporativo e que, desde 2015, já capacitou e formou 60 jovens em temas como empreendedorismo, gestão de negócios, desenvolvimento de lideranças e administração financeira. A iniciativa contou com o engajamento de mais de 40 colaboradores que atuaram como voluntários e, como resultado, o programa apresenta 80% de empregabilidade entre os jovens participantes.

PROJETOS SOCIOCULTURAIS

[203-2]

É a partir do relacionamento com a sociedade, materializado pelo apoio a projetos socioculturais, que a MAPFRE Brasil fortalece um de seus papéis mais importantes: contribuir para a criação de um futuro mais perene, sustentável e inclusivo para as pessoas.

Promovidos nas áreas de educação, cultura, saúde e esporte, estes projetos funcionam como um poderoso instrumento de comunicação e relacionamento. Essa estratégia de patrocínio sociocultural é viabilizada por meio das seguintes leis de incentivo fiscal:

- > Lei de Incentivo à Cultura (Rouanet);
- > Lei de Incentivo ao Esporte;
- > Fundo para a Infância e Adolescência;
- > Fundo Nacional do Idoso;
- > Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (PRONON);
- > Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (PRONAS);

A gestão dos projetos socioculturais é coordenada a partir de quatro pilares:

1. Impulsionar o acesso à cultura, como um ato de promoção da cidadania.
2. Levar conhecimento à população com um movimento educativo, inclusivo, de valorização das cidades e das populações.
3. Garantir a conexão com temas-chave para a indústria de seguro.
4. Agregar valor à empresa e contribuir positivamente para a sua reputação.

Em 2017, o número de projetos que receberam recursos por meio das leis de incentivo aumentou em relação

ao ano anterior, passando de 35 para 39 iniciativas desenvolvidas por 31 instituições espalhadas por todo o país em 2017.

Muitas dessas iniciativas serão executadas ao longo de 2018, por isso a expectativa é que elas beneficiem quase 6 milhões de crianças, adolescentes e idosos em todo o Brasil, proporcionando uma contribuição efetiva para a sociedade. Em seis anos, os aportes beneficiaram quase 20 milhões de pessoas.

Outro aspecto relevante a ser destacado é o papel fundamental da Empresa na formação de um público cada vez mais

presente e interessado por exposições culturais. Nos últimos seis anos, as 20 exposições patrocinadas levaram mais de 7,5 milhões de pessoas às mostras realizadas nas principais capitais, sempre com a premissa de serem gratuitas ao público.

| | QUANTIDADE DE PROJETOS | | | NÚMERO DE PESSOAS BENEFICIADAS | | |
|---|------------------------|-----------|-----------|--------------------------------|------------------|------------------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Lei de Incentivo à Cultura (Rouanet) | 13 | 13 | 10 | 3.152.155 | 4.261.621 | 1.507.711 |
| Lei de Incentivo ao Esporte | 7 | 6 | 6 | 30.891 | 21.582 | 45.924 |
| Fundo para a Infância e Adolescência | 9 | 11 | 8 | 52.268 | 102.187 | 81.653 |
| Fundo Nacional do Idoso | 2 | 5 | 6 | 192.160 | 107.997 | 4.106.833* |
| PRONON | 7 | 0** | 5 | 20.559 | 0 | 50.432 |
| PRONAS | 4 | 0** | 4 | 3.131 | 0 | 16.535 |
| Projetos sem incentivo fiscal | 10 | 0*** | 0 | 93.873 | 0 | 0 |
| TOTAL | 52 | 35 | 39 | 3.545.037 | 4.493.387 | 5.809.088 |

* Dentre os projetos apoiados, há um portal online que produz conteúdo relevante para idosos, desta forma, estão contemplados todos os beneficiários do portal.
 ** Os projetos inscritos no PRONON e no PRONAS foram aprovados pelo Ministério da Saúde somente em dezembro de 2016, não restando tempo hábil para que a Empresa destinasse recursos durante o ano.
 *** Desde 2016, a estratégia de patrocínio sociocultural passou a destinar recursos apenas por meio das leis de incentivo fiscal. Como resultado, 10 projetos sem incentivo fiscal apoiados em 2015 deixaram de fazer parte da lista de iniciativas patrocinadas pela Empresa.

FUNDACIÓN MAPFRE

Com sede na Espanha e atuação em 29 países da Europa e da América Latina, a Fundación MAPFRE é uma instituição sem fins lucrativos, criada para promover e financiar atividades de interesse geral da população.

No Brasil, sua atuação é viabilizada por uma delegação que segue as diretrizes internacionais da Espanha e que, desde 2007, desenvolve um trabalho pautado pela transparência e foco no longo prazo, com acompanhamento e avaliação contínua de resultados.

Em decorrência desse posicionamento e de parcerias mantidas com as principais

instituições do país, a Fundación MAPFRE ocupa posição de destaque no cenário brasileiro, ampliando de forma significativa e consistente a amplitude de seus programas e campanhas, que beneficiam um número crescente de pessoas.

Em 2017, mais de 17 milhões de pessoas foram beneficiadas pelas iniciativas desenvolvidas e apoiadas pela instituição. No mesmo período, o volume de recursos investidos no Brasil totalizou R\$ 7,35 milhões, um crescimento de 7% em relação a 2016, revelando a importância do país para as atividades fundacionais.

Além do incremento nos investimentos, outro destaque foi a maior adesão

dos colaboradores ao programa de voluntariado. Ao todo, 21,10% dos colaboradores da MAPFRE Brasil atuaram como voluntários em 2017.

Coordenado no Brasil pela instituição, o Programa Voluntários incentiva a participação dos colaboradores em atividades solidárias, contribuindo para a humanização das relações pessoais. Durante o ano, foram realizadas 139 ações de voluntariado, que resultaram na arrecadação de 42.197 doações diversas, com 22.375 beneficiários diretos entre crianças, jovens e idosos. Ao todo, 1.395 voluntários participaram das ações promovidas.

| | Projeto | Descrição | Números de beneficiários |
|---|---|---|--------------------------|
|  | Educação Viária é Vital + Na Pista Certa | Educação Viária é Vital: desenvolvido em parceria com Secretarias Estaduais da Educação e Departamentos Estaduais de Trânsito, o programa dissemina o conceito de segurança viária nas salas de aula, com a distribuição de kits educacionais e a capacitação de professores. Na Pista Certa: é direcionado a crianças de 5 a 9 anos, que aprendem brincando a importância da sinalização viária, regras de convivência e valores como solidariedade, respeito, inclusão e gentileza para a segurança, entre outros. | 53.804 |
|  | Campanha Objetivo Zero | Com a realização de campanhas informativas, busca contribuir para a redução do número de acidentes e vítimas fatais em decorrência do trânsito. | 16.841.566* |
|  | Segurança Viária na Empresa | Para sensibilizar empresários e trabalhadores sobre a problemática dos acidentes em seus deslocamentos diários, o programa, que é viabilizado por meio de uma plataforma online, oferece cursos gratuitos relacionados à segurança no trânsito. | 70 empresas cadastradas |
|  | Campanha Prevenção de Incêndios | Realizada em parceria com a FUNDABOM (Fundação de Apoio ao Corpo de Bombeiros) e o Comando do Corpo de Bombeiros do Estado de São Paulo, a iniciativa envolve a distribuição da revista Preservando Vidas e a realização de capacitações para educadores e crianças sobre o tema. | 28.125 |

| | | |
|---|---|-------------------|
| Viver com Saúde | Com a realização de oficinas lúdicas e a capacitação de professores, o programa estimula a reflexão sobre hábitos saudáveis e prática regular de atividades físicas entre estudantes de 6 e 9 anos de idade. | 68.125 |
| Mulheres pelo Coração | Criada para conscientizar as mulheres sobre a prevenção de doenças cardiovasculares, a campanha é realizada com o apoio do Hospital do Coração (HCor) e envolve a realização de uma série de atividades para alertar o público feminino sobre esse problema global e frequentemente associado aos homens. | 62.247 |
| Cooperação Internacional | Por meio desse programa, a Fundación MAPFRE investe em projetos de educação integral nas áreas de educação, saúde, nutrição e acesso ao mercado de trabalho. | 48.107 |
| Voluntários | Realizado em mais de 20 países onde a MAPFRE está presente, contribui para a humanização das relações pessoais, propiciando aos colaboradores a possibilidade de viver a experiência única de ser voluntário. | 22.375 |
| Concurso de Contos | Iniciativa promovida com o apoio da Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI) para estimular a leitura e a criatividade entre estudantes de escolas privadas, públicas ou de organizações sociais localizadas em 18 países da América Latina. | 3.939 |
| Campanha de Prevenção de Afogamentos | Lançada em 2017, a iniciativa terá continuidade ao longo de 2018. | 3.000 |
| Dicionário MAPFRE de Seguros | Em 2017, foi lançado no Brasil essa ferramenta online e colaborativa, criada para disseminar os diferentes termos (técnicos ou não) utilizados no mundo dos seguros. | 90 |
| TOTAL | | 17.106.073 |

* beneficiários diretos e indiretos

6.6. Capital natural

[103-1, 103-2, 103-3]



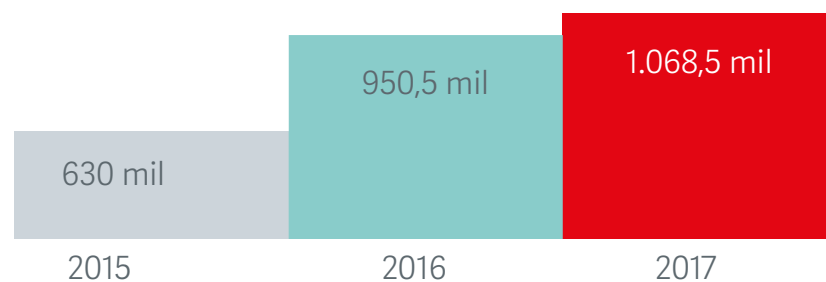
GESTÃO AMBIENTAL

[FS1]

Garantir a preservação ambiental na realização de suas atividades faz parte do posicionamento da MAPFRE Brasil. Para isso, a Empresa conta com uma Política de Gestão Ambiental que apresenta diretrizes sobre o uso sustentável e eficiente dos recursos naturais e o comprometimento com a qualidade e a excelência da gestão ambiental em suas atividades.

Em 2017, os recursos destinados às ações corporativas de mitigação de impacto ambiental totalizaram mais de R\$ 1 milhão. O montante foi aplicado em atividades relacionadas a gestão de resíduos, certificações (LEED, ISO14001, GHG PROTOCOL), auditoria ambiental em fornecedores (logística reversa e

pátio de salvados), campanhas de engajamento e formações via Academia de Sustentabilidade para os públicos interno e externo em temas relacionados a gestão ambiental. Nos últimos três anos, o montante investido no pilar ambiental ultrapassou R\$ 2,6 milhões.



ISO

Para garantir a recertificação da ISO 14001 em 2017, a MAPFRE Brasil investiu em uma série de ajustes como a melhoria contínua de processos, estabelecimento de novas metas e indicadores ambientais para as áreas, reforço dos treinamentos relacionados ao tema para os colaboradores e prestadores de serviços. Entre as ações promovidas nesse sentido, destacam-se:

- > Curso de Gestão Ambiental e-learning torna-se obrigatório.
- > Adesão de aproximadamente 80% dos prestadores de serviços fixos na sede do GRUPO em treinamentos sobre o SGA.
- > Estabelecimento de metas de redução do uso de recursos naturais (água e energia), que promoveram uma redução de 4,5% no consumo de água na sede do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE nos últimos 12 meses, devido à implantação de ações de ecoeficiência.
- > Automatização de sistemas de atualização de legislações pertinentes às suas atividades e aquisição de sistemas de gestão de fornecedores críticos para o SGA.
- > Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos e implantação das ações pertinentes com intensa participação dos gestores, garantindo compliance ambiental.
- > Fortalecimento dos canais de comunicação com os públicos interno e externo, contribuindo com informações para a conscientização ambiental.

Após novo diagnóstico, foram identificadas oportunidades de melhoria para o consumo de energia e, com a implantação das ações sugeridas, é esperada uma redução de 3,04% no consumo de energia em 2018.

Para o consumo de água, como já foi atingido o patamar de edifícios muito eficientes, segundo o indicador WUI (Water Use Intensity – Intensidade de Uso da Água), será mantido o monitoramento para identificação de possíveis desvios.

CERTIFICAÇÃO LEED

A sede do GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE está localizada em um edifício sustentável construído de acordo com as técnicas estabelecidas pelo U.S. Green Building Council, instituição internacional que coordena a certificação LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) um selo internacional ambiental que atesta critérios de ecoeficiência no uso de recursos naturais, rastreabilidade da cadeia na compra de mobiliário, garantia de qualidade do ar e luminosidade para os colaboradores, gestão de resíduos e outros temas.

Em decorrência da adequação do projeto de interiores das instalações, que segue critérios de sustentabilidade reconhecidos mundialmente, o GRUPO conquistou a certificação LEED GOLD, garantindo que a sede atende a uma série de critérios de sustentabilidade reconhecidos mundialmente.

Como resultado das ações implantadas no projeto, a Companhia atingiu níveis de consumo de água e energia dentro dos padrões de edifícios eficientes.

FORMAÇÃO

Durante o ano, mais de 200 profissionais, entre colaboradores, parceiros de negócios e fornecedores, participaram de capacitações da Academia de Sustentabilidade sobre temas técnicos ambientais como ISO14001, homologação ambiental, oficinas de funilaria e pintura sustentáveis, treinamento em sustentabilidade para peritos agrícola. Outros 500 colaboradores integraram a atividade “Crescer de forma sustentável”, desenvolvida pelas áreas de RH e Sustentabilidade, com o objetivo de fortalecer o posicionamento estratégico para sustentabilidade e aumentar a aderência dos colaboradores à realidade de riscos e oportunidades socioambientais.

Além disso, em 2017 o curso e-learning de Gestão Ambiental tornou-se obrigatório para os colaboradores da sede, como forma de promover a conscientização ambiental e o cumprimento da norma ISO14001. No total, mais de 2 mil colaboradores participaram do curso durante o ano, totalizando aproximadamente 3,2 mil colaboradores desde 2014.

ORIENTAÇÃO AOS PARCEIROS DE NEGÓCIO

Para fortalecer a importância das questões ambientais entre colaboradores e parceiros, foram lançados em 2017 dois materiais com esse enfoque.

- > O Manual de Orientação sobre Gestão de Resíduos, desenvolvido em parceria com a DG Rural e Habitacional, apresenta o conceito de resíduos, além de trazer orientações básicas que

devem ser adotadas para minimizar os danos ambientais decorrentes da gestão de resíduos gerados em sinistros rurais, com enfoque em benfeitorias, máquinas e culturas. Aproximadamente 40 prestadores de serviços da unidade receberam o Manual, que também está disponível na intranet para todos os colaboradores.

- > Em parceria com a área de Suprimentos, foi desenvolvido e lançado o Manual de Orientação sobre Homologação Ambiental, que apresenta os requisitos ambientais mínimos necessários para homologação de fornecedores responsáveis pelo transporte e gestão de resíduos resultantes dos sinistros. No total, 16 colaboradores das Unidades de Negócio e da área de Suprimentos participaram de uma capacitação sobre o Manual, que passará a integrar a norma de homologação da Empresa.

EMISSÕES

[305-1, 305-2, 305-3]

Em 2017, foi publicado mais uma vez o inventário de Gases do Efeito Estufa (GEE) - GHG Protocol referente às emissões do ano anterior. Desde 2013, a Empresa participa do Programa Brasileiro GHG Protocol e registra publicamente suas emissões de GEE, garantindo transparência sobre informações relevantes para a sociedade e fortalecendo sua atuação em relação ao meio ambiente. O inventário publicado em 2017 foi classificado como categoria prata. As emissões divulgadas referem-se ao ano de 2016 (e já estão publicadas no Registro Público/FGV). As emissões relativas ao período de 2017 serão publicadas no próximo exercício.

| Emissões de GEE (tCO2eq) | 2014 | 2015 | 2016 |
|--------------------------|------------------|------------------|-----------------|
| Escopo 1 | 2.974,76 | 2.578,93 | 1.818,6 |
| Escopo 2 | 549,45 | 1.030,96 | 396,16 |
| Escopo 3 | 50.215,69 | 26.517,23 | 2.263,92 |
| TOTAL DE EMISSÕES | 53.739,90 | 30.127,12 | 4.478,68 |

1 Uso de gerador e combustível para frota própria.
2 Compra de energia de concessionária.

3 Viagens áreas, deslocamentos de táxi, motoboys e guinchos, geração de resíduos.

RECURSOS NATURAIS

[302-1, 303-1]

Em 2017, o consumo de energia elétrica da MAPFRE Brasil, proveniente de concessionária, totalizou 9.562 GJ. O montante representa uma redução de 35% em relação ao ano anterior, em decorrência da adoção de ações de ecoeficiência e redução do número de unidades. Já o consumo total de água, proveniente de empresas de abastecimento público, foi de 40.078 m3 no ano, o que, por sua

vez, significa um incremento de 39,5% em comparação a 2016. Esse resultado é explicado pelas trocas de unidades, obras e algumas ocorrências de vazamento ao longo do ano.

| | Consumo de energia elétrica (GJ) | Consumo de água (m3) |
|-------------|----------------------------------|----------------------|
| 2015 | 32.701 | 48.499 |
| 2016 | 15.098 | 28.723 |
| 2017 | 9.562 | 40.078 |

RESÍDUOS

[306-2]

As 200,7 toneladas de resíduos gerados e monitorados pelas unidades e cadeia de valor da MAPFRE Brasil em 2017 dividiram-se em:

- > 120 toneladas – resíduos orgânicos corporativos encaminhados para aterro.
- > 128 toneladas – sucatas metálicas e descarte de veículos enviados para reciclagem via Pátio de Caçapava.
- > 45 toneladas – coleta seletiva
- > 31 toneladas – eletroeletrônicos mapeados via programa Troca Certa.

| Destinação de resíduos (t) | |
|----------------------------------|-------|
| Não-perigosos¹ | 192,1 |
| Perigosos² | 8,6 |
| TOTAL | 200,7 |

1 Reciclagem: materiais da coleta seletiva e sucata metálica do Pátio de Caçapava. Envio para aterro: orgânicos. 2 Reciclagem: pilhas e baterias, tonners e cartuchos de tinta, lâmpadas, eletrônicos corporativos e provenientes do Troca Certa. Descontaminação e envio para aterro: infectantes de ambulatório.

COLETA SELETIVA

Em 2017, foi realizada uma pesquisa com os colaboradores para identificar pontos críticos relacionados à coleta seletiva. Com base nas respostas levantadas, foram estabelecidas ações de sensibilização e comprometimento de colaboradores, visitantes e prestadores de serviços.

Além disso, foi elaborado o PGRS (Plano de Gestão de Resíduos Sólidos) da Empresa e, conseqüentemente, houve adequação de alguns processos relacionados ao tema:

- > 100% do resíduo infectante gerado passaram a ser coletados e destinados via convênio com a Prefeitura Municipal de São Paulo.
- > Reciclagem de 5.252 kg de resíduos eletroeletrônicos corporativos e 2.961,6 kg de tonners e cartuchos por meio de projeto de logística reversa com o outsourcing de impressão.
- > Implantação do sistema de gestão de resíduos de sólidos contaminados da área de Manutenção e realização de contrato com fornecedor responsável pelo tratamento e destinação

- > Implantação das Centrais de Resíduos Perigosos e Central de Resíduos Infectante.

A Empresa conta ainda com um projeto de coleta e destinação final ambientalmente adequada para resíduos de pilhas e baterias em todas as suas 128 unidades. Em 2017, foram recolhidos e tratados cerca de 235kg de pilhas e baterias. Todos os documentos de rastreabilidade da coleta e destinação do resíduo e licenças ambientais dos fornecedores utilizados são controlados pela área de Sustentabilidade.

LOGÍSTICA REVERSA

O projeto de logística reversa, realizado em parceria pelas áreas de Sustentabilidade e Massificados, teve continuidade em 2017, garantindo a correta destinação de eletroeletrônicos segurados com garantia estendida/troca certa. Ao longo do ano, mais de 31 toneladas de eletroeletrônicos foram enviadas à reciclagem. Desde o início do projeto, em 2015, mais de 86 toneladas já foram destinadas de forma ambientalmente correta, sendo aproximadamente 30% sucata de ferro, 30% de plástico, entre outros materiais.

Para garantir a excelência do processo foram promovidos dois encontros de orientação e treinamento com o fornecedor, com o objetivo de promover a melhoria contínua dos processos na cadeia de valor, além da realização de uma auditoria in loco, como parte do processo de mitigação de riscos, que registrou 29% de redução no número de não-conformidades.

Para 2018, a Empresa estudará outras formas de mitigação de riscos ambientais em processos de gestão de salvaguarda, com possível expansão do processo de logística reversa.

Logística reversa de eletroeletrônicos com garantia estendida (t)

| | |
|--------------|------|
| 2015 | 19,6 |
| 2016 | 35,6 |
| 2017 | 31,2 |
| TOTAL | 86,4 |

Informações complementares

7.1. Bases de preparação e apresentação do Relato

[102-45, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54]

Este é o Relato Integrado 2017 da MAPFRE Brasil. Pelo 12º ano consecutivo, a Empresa divulga seus resultados em linha com as diretrizes internacionais da GRI (Global Reporting Initiative), na opção "de acordo" da GRI Standards. Neste ano, a elaboração do documento seguiu ainda as recomendações do marco de informação publicado pelo IIRC (Conselho Internacional do Relato Integrado).

As informações apresentadas referem-se ao desempenho econômico, social e ambiental da Companhia no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2017. O desempenho relativo ao ciclo anterior foi publicado em julho de 2016.

Em 2017, não houve reformulação de dados ou indicadores reportados nos anos anteriores, bem como foi mantido o mesmo limite dos tópicos materiais e escopo de reporte.

Os resultados operacionais, incluindo o desempenho ambiental e social e as demonstrações financeiras, apresentam os resultados consolidados da MAPFRE Brasil e das respectivas empresas que compõem sua estrutura corporativa no país: GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE (com atuação no segmento de seguros) e MAPFRE (com atuação nos segmentos de investimentos, consórcios, capitalização, previdência e vida resgatável, saúde, assistência e pesquisa e desenvolvimento).

As informações relacionadas aos indicadores de Desempenho Social (Treinamento e Educação) e Desempenho Ambiental (Resíduos e Emissões de Efeito Estufa) foram atualizadas para este documento após um processo de verificação externa no Relatório Integrado do Grupo MAPFRE. Por esse motivo, os números não coincidem com os dados corporativos consolidados. As informações atualizadas sobre esses indicadores de desempenho estão excluídas do alcance dos indicadores verificados.

7.2. Explicação sobre auditoria e verificação externa

[102-53, 102-56]

Averacidade dos dados reportados e a verificação de terceira parte ocorreram por meio do processo de auditoria externa do relatório global da MAPFRE Espanha.

Informações adicionais e esclarecimentos sobre este relatório podem ser obtidos pelos seguintes canais de comunicação:

www.mapfre.com.br

sustentabilidade@mapfre.com.br

fvarga@mapfre.com.br

7.3. Materialidade

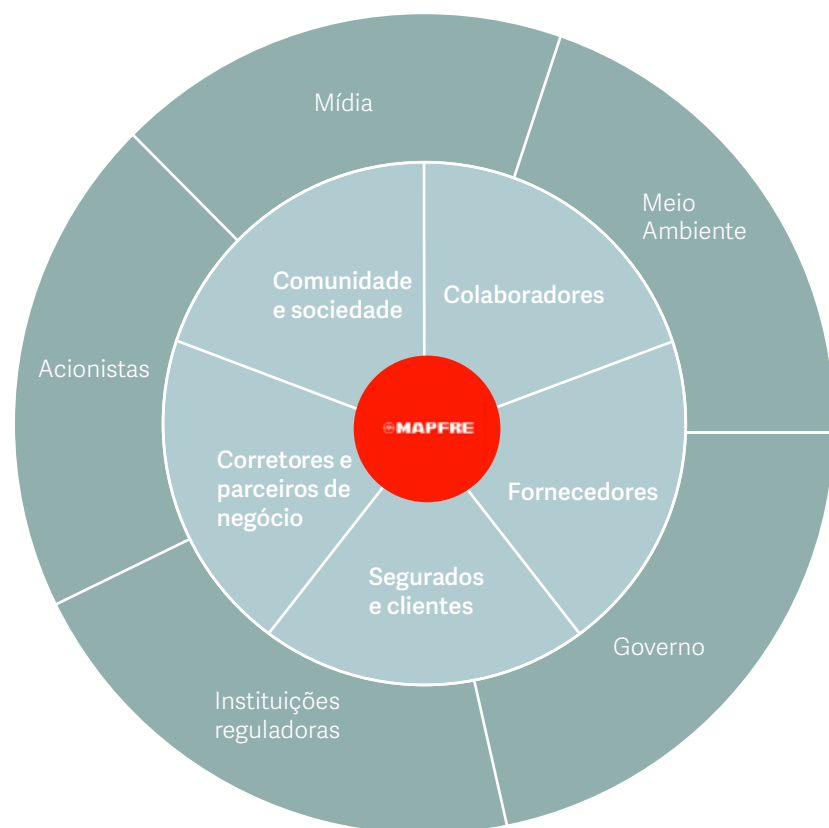
[102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 103-1]

Em busca de resultados integrados e de uma atuação equilibrada em conjunto com seus grupos de interesse, a MAPFRE Brasil procura liderar sua cadeia de valor, incentivando a adoção de práticas sustentáveis, mitigando riscos e promovendo relacionamentos mais sustentáveis entre todos os envolvidos. Para isso, divide os seus públicos prioritários para engajamento em dois níveis:

- > **Estratégicos** (colaboradores, clientes e segurados, corretores e parceiros de negócio, fornecedores, comunidade e sociedade);
- > **Necessários** (meio ambiente, governo, instituições reguladoras, acionistas e mídia).

Estes stakeholders são identificados a partir do envolvimento, direto ou indireto, e do impacto (econômico, social e ambiental) causado pela companhia e pela influência que cada um deles exerce nas atividades da organização.

MAPA DE STAKEHOLDERS



Stakeholders estratégicos

Stakeholders necessários

Ciente da importância de manter um relacionamento ativo com estes públicos, a Empresa adota uma atuação estratégica para cada um deles, considerando seus diferentes perfis e demandas.

Anualmente, a MAPFRE consulta os temas materiais para a gestão do seu negócio a partir de uma pesquisa realizada com seus públicos de interesse. Em 2017, esse processo contou com 2.052 opiniões de clientes, fornecedores, colaboradores e corretores. Também foram levantadas informações em mais de 20 entrevistas com diretores e 1.784 contribuições recebidas por meio da Academia de Sustentabilidade.

Visando internalizar na Organização pelo primeiro ano as diretrizes do Relato

| | |
|----------------------|-----|
| Clientes | 43% |
| Corretores | 16% |
| Colaboradores | 35% |
| Fornecedores | 6% |

Integrado, foi realizado um exercício para testar a aderência ao processo de materialidade da GRI Standards com o processo de construção do Modelo de Negócio do IIRC sob a ótica de geração de valor para o negócio.

Dessa forma, na prática, os temas materiais levantados pelos stakeholders também foram analisados a partir das premissas de probabilidade de

ocorrência e do potencial de impacto na estratégia, na governança e no desempenho do negócio, bem como em seu entorno no longo prazo.

Após a correlação dessas duas diretrizes, foram validados os 8 Pilares do Modelo de Negócio que nortearam a construção deste Relato e serviram de base para a identificação dos tópicos materiais da GRI Standards.

Diretrizes GRI Standards

Diretrizes GRI Standards

Colaboradores
Cliente
Corretores
Fornecedores
Academias de sustentabilidade

Consulta com stakeholders

Temas materiais GRUPO MAPFRE 2017

8 pilares do Modelo de Negócio

Tópico Materiais GRI Standards

Abordagem de gestão GRI Standards
Ítens de divulgação GRI Standards

Diretrizes Relato Integrado - IIRC

Planejamento estratégico
Entrevista com diretores
Construção do Modelo de Negócio GRUPO MAPFRE



| Públicos impactados | Temas materiais | Pilares do Modelo de Negócio |
|---|--------------------------------|--|
| Clientes, Colaboradores, Fornecedores, Corretores | Segurança digital | > Segurança financeira de clientes e segurados |
| Clientes, Colaboradores, Fornecedores, Corretores | Saúde e segurança no trabalho | > Valorização e protagonismo dos profissionais do mercado de seguros |
| Clientes, Fornecedores, Sociedade | Gestão de resíduos | > Gestão de resíduos na cadeia de valor > Minimização de riscos socioambientais |
| Clientes, Colaboradores, Fornecedores, Corretores | Cultura de respeito | > Parcerias de longo prazo com fornecedores e corretores > Valorização e protagonismo dos profissionais do mercado de seguros |
| Clientes, Fornecedores, Corretores | Relações laborais contínuas | > Valorização e protagonismo dos profissionais do mercado de seguros > Parcerias de longo prazo com fornecedores e corretores |
| Clientes, Fornecedores | Formação para corretores | > Parcerias de longo prazo com fornecedores e corretores > Educação financeira e disseminação da cultura de seguros |
| Colaboradores, Fornecedores, Corretores | Produtos e serviços inovadores | > Inovação e revolução das plataformas > Minimização de riscos socioambientais > Ecoeficiência nos processos |
| Colaboradores, Fornecedores, Corretores | Qualidade dos serviços | > Parcerias de longo prazo com fornecedores e corretores > Inovação e revolução das plataformas |
| Fornecedores | Consumo de energia | > Ecoeficiência nos processos > Minimização de riscos socioambientais |
| Fornecedores | Gestão de talentos | > Valorização e protagonismo dos profissionais do mercado de seguros > Parcerias de longo prazo com fornecedores e corretores |
| Distribuidores | Formação para fornecedores | > Parcerias de longo prazo com fornecedores e corretores |

Com o desdobramento dos 8 Pilares do Modelo de Negócio do Relato Integrado nos Tópicos Materiais da GRI Standards, foram identificados os itens de divulgação para o Relato 2017, bem como os limites de cada tópico. Para facilitar o acesso ao conteúdo, os capítulos que abordam cada tema estão apontados na tabela abaixo.

| Pilares do Modelo de Negócio | Tópicos materiais | Itens de divulgação | Limite dos Tópicos Materiais | Capítulos relacionados |
|--|-----------------------|---|------------------------------------|------------------------------------|
| Ecoeficiência nos processos | Energia | 302-1 Consumo de energia dentro da organização | Meio ambiente, Sociedade | Capital Natural |
| | Água | 303-1 Total de retirada de água por fonte | | Capital Natural |
| | Emissões | 305-1 Emissões diretas de gases de efeito estufa (Escopo 1) 305-2 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 2) 305-3 Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3) | Meio ambiente, Sociedade | Capital Natural |
| Gestão de resíduos na cadeia de valor | Efluentes e resíduos | 306-2 Resíduos, discriminado por tipo e método de disposição | Meio ambiente, Sociedade | Capital Natural |
| Educação financeira e disseminação da cultura de seguros | Marketing e rotulagem | FS16 Iniciativas para melhorar a educação financeira por tipo de beneficiário | Clientes, Meio ambiente, Sociedade | Capital Social e de Relacionamento |
| Inovação e revolução das plataformas | Desempenho econômico | 201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades devido as mudanças climática | Clientes, Meio ambiente, Sociedade | Governança Corporativa |
| | Portfólio do produto | FS3 Processos para monitorar a implementação dos requisitos ambientais e sociais dos clientes em acordos ou transações | | Governança Corporativa |

| | | | | |
|--|--|--|--|------------------------------------|
| Minimização de riscos socioambientais | Impactos econômicos indiretos | 203-2 Impactos econômicos indiretos significativos | Sociedade | Capital Social e de Relacionamento |
| | Portfólio do produto | FS1 Políticas com componentes ambientais e sociais específicos aplicadas às linhas de negócio | Clientes Meio ambiente Sociedade | Governança Corporativa |
| | | FS7 Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício social específico para cada linha de negócios, separados por finalidade | | Capital Social e de Relacionamento |
| | | FS8 Valor monetário dos produtos e serviços criados para proporcionar um benefício ambiental específico para cada linha de negócios, separados por finalidade | | Capital Social e de Relacionamento |
| | Comunidades locais | FS14 Iniciativas para melhorar o acesso aos serviços financeiros de pessoas e locais desfavorecidos | | Capital Social e de Relacionamento |
| Parcerias de longo prazo com fornecedores e corretores | Trabalho infantil | 408-1 Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho infantil | Colaboradores Fornecedores | Capital Produtivo |
| | Trabalho forçado ou análogo ao escravo | 409-1 Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo | | Capital Produtivo |

| | | | | |
|--|---|--|--|------------------------|
| Segurança financeira de clientes e segurados | Desempenho econômico | 201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído | Acionistas, Colaboradores, Clientes | Capital Financeiro |
| | Combate à corrupção | 205-1 Operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção | Acionistas, Colaboradores, Clientes, Sociedade | Governança Corporativa |
| | | 205-2 Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção | | Governança Corporativa |
| | | 205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas | | Governança Corporativa |
| Privacidade do cliente | 418-1 Queixas comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes | Clientes | Governança Corporativa | |
| Valorização e protagonismo dos profissionais do mercado de seguros | Emprego | 401-3 Licença maternidade e paternidade | Colaboradores | Capital Humano |
| | Treinamento e educação | 404-1 Média de horas de treinamento por ano por empregado | | Capital Humano |
| | Diversidade e igualdade de oportunidades | 405-1 Diversidade nos órgãos de governança e empregados | | Capital Humano |
| | Não-discriminação | 406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas | | Capital Humano |

7.4. Sumário de conteúdo GRI Standards

[102-55]

| Divulgações gerais | | | | |
|---|--|---------------------|--------------|--|
| Perfil organizacional | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 102: Divulgações gerais 2017 | 102-1 Nome da organização | 8 | | |
| | 102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços | 8 | | |
| | 102-3 Localização da sede | 8 | | |
| | 102-4 Localização das operações | 8 | | |
| | 102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica | 8 | | |
| | 102-6 Mercados atendidos | 8 | | |
| | 102-7 Porte da organização | 8 | | |
| | 102-8 Informações sobre empregados e trabalhadores | 47 | | 8 |
| | 102-9 Cadeia de fornecedores | 42 | | |
| | 102-10 Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de fornecedores | 8 | | |
| | 102-11 Abordagem ou princípio da precaução | 33 | | |
| | 102-12 Iniciativas desenvolvidas externamente | 61 | | |
| | 102-13 Participação em associações | 61 | | 3 |
| Estratégia | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 102: Divulgações gerais 2017 | 102-14 Declaração do tomador de decisão sênior | 4 | | |
| | 102-15 Principais impactos, riscos e oportunidades | 33 | | |
| Ética e integridade | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 102: Divulgações gerais 2017 | 102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento | 14 | | 16 |

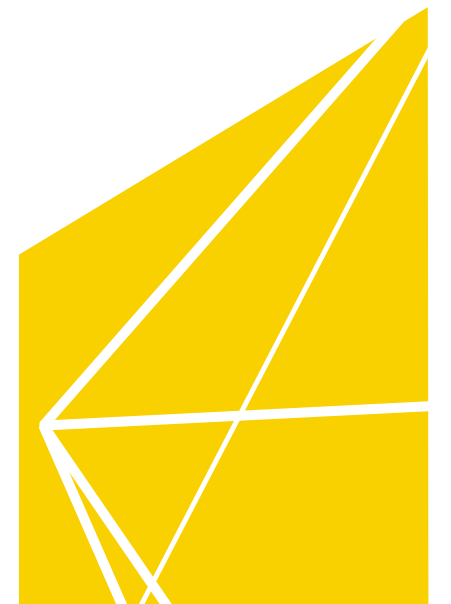
| Divulgações gerais | | | | |
|--|--|----------------------------|--------------|--|
| Governança | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 102: Divulgações gerais 2017 | 102-18 Estrutura da governança | 31 | | |
| Engajamento de stakeholders | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 102: Divulgações gerais | 102-40 Lista de grupos de stakeholders | 74 | | |
| | 102-41 Acordos de negociação coletiva | 47 | | 8 |
| | 102-42 Identificação e seleção de stakeholders | 74 | | |
| | 102-43 Abordagem para engajamento de stakeholders | 44, 74 | | |
| | 102-44 Principais tópicos e preocupações levantadas | 44, 74 | | |
| Prática de reporte | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 102: Divulgações gerais 2017 | 102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas | 8, 73 | | |
| | 102-46 Definindo o conteúdo do relatório e limites do tópico | 74 | | |
| | 102-47 Lista dos tópicos materiais | 74 | | |
| | 102-48 Reformulações de informações | 73 | | |
| | 102-49 Mudanças no relatório | 73 | | |
| | 102-50 Período do relatório | 73 | | |
| | 102-51 Data do relatório mais recente | 73 | | |
| | 102-52 Ciclo do relatório | 73 | | |
| | 102-53 Ponto de contato para perguntas sobre o relatório | 73 | | |
| | 102-54 Opção de acordo com o GRI Standards | 73 | | |
| | 102-55 Sumário de Conteúdo GRI | 80 | | |
| | 102-56 Asseguração externa | 73 | | |
| Tópicos Materiais | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 103: Abordagem de gestão 2017 | 103-1 Explicação sobre o tópico material e seus limites | 39, 41, 46, 53, 56, 67, 74 | | |
| | 103-2 Abordagem de gestão e seus componentes | 39, 41, 46, 53, 56, 67 | | |
| | 103-3 Evolução da abordagem de gestão | 39, 41, 46, 53, 56, 67 | | |

| Tópicos Materiais | | | | |
|--|---|---------------------|--------------|--|
| Desempenho econômico | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 201: Desempenho econômico 2017 | 201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído | 40 | | 2, 5, 7, 8, 9 |
| | 201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades devido as mudanças climática | 37 | | 13 |
| Impactos econômicos indiretos | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 103: Impactos econômicos indiretos 2017 | 203-2 Impactos econômicos indiretos significativos | 63 | | 1, 2, 3, 8, 10, 17 |
| Combate à corrupção | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 205: Combate à corrupção 2017 | 205-1 Operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção | 34 | 10 | 16 |
| | 205-2 Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção | 36 | 10 | 16 |
| | 205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas | 34 | 10 | 16 |
| Combate à corrupção | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 302: Energia 2017 | 302-1 Consumo de energia dentro da organização | 70 | 7, 8, 9 | 7, 8, 12, 13 |
| Água | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 303: Água 2017 | 303-1 Total de retirada de água por fonte | 70 | 7, 8, 9 | 6 |
| Emissões | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 305: Emissões 2017 | 305-1 Emissões diretas de gases de efeito estufa (Escopo 1) | 69 | 7, 8, 9 | 3, 12, 13, 14, 15 |
| | 305-2 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 2) | 69 | 7, 8, 9 | 3, 12, 13, 14, 15 |
| | 305-3 Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3) | 69 | 7, 8, 9 | 3, 12, 13, 14, 15 |

| Tópicos Materiais | | | | |
|---|---|---------------------|--------------|--|
| Efluentes e resíduos | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 306: Efluentes e resíduos 2017 | 306-2 Resíduos, discriminado por tipo e método de disposição | 70 | 7, 8, 9 | 3, 6, 12 |
| Emprego | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 401: Emprego 2017 | 401-3 Licença maternidade e paternidade | 50 | 1, 2 | 5, 8 |
| Treinamento e educação | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 404: Treinamento e educação 2017 | 404-1 Média de horas de treinamento por ano por empregado | 50 | | 4, 5, 8 |
| Diversidade e igualdade de oportunidades | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2017 | 405-1 Diversidade nos órgãos de governança e empregados | 47 | 1, 2, 6 | 5, 8 |
| Não-discriminação | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 406: Não-discriminação 2017 | 406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas | 51 | 1, 2, 6 | 5, 8, 16 |
| Trabalho infantil | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 408: Trabalho infantil 2017 | 408-1 Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho infantil | 43 | 1, 2, 5 | 8, 16 |
| Trabalho forçado ou análogo ao escravo | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2017 | 409-1 Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo | 43 | 1, 2, 4 | 8 |

| Tópicos Materiais | | | | |
|--|---|---------------------|--------------|--|
| Comunidades locais | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| Suplemento Setorial Financeiro – Comunidades locais | FS14 Iniciativas para melhorar o acesso aos serviços financeiros de pessoas desfavorecidas | 40, 59 | | 1, 3, 10 |
| Marketing e rotulagem | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| Suplemento Setorial Financeiro- Marketing e rotulagem | FS16 Iniciativas para aumentar a educação financeira, por tipo de beneficiário | 63 | | 1, 3, 10 |
| Privacidade do cliente | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| GRI 418: Privacidade do cliente 2017 | 418-1 Queixas comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes | 34 | | 16 |
| Portfólio do produto | | | | |
| GRI STANDARD | DIVULGAÇÃO | PÁGINA/ CAPÍTULO | PACTO GLOBAL | OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL |
| Suplemento Setorial Financeiro – Portfólio do produto | FS1 Políticas com componentes socioambientais específicos aplicadas às linhas de negócio | 32, 68 | | |
| | FS3 Processos de monitoramento de clientes na implementação e no cumprimento de exigências socioambientais incluídas em contratos. | 34, 37 | | |
| | FS7 Valor monetário de produtos e serviços com benefício social, separados por cada linha de negócio e discriminados por objetivo. | 40, 59 | | 1, 3, 9, 10, 11 |
| | FS8 Valor monetário dos produtos e serviços com benefício ambiental, separados por cada linha de negócio e discriminados por objetivo. | 40, 59 | | 9, 11 |

| Objetivos do Desenvolvimento Sustentável | |
|--|---------------------------------------|
| 1 | Erradicação da pobreza |
| 2 | Fome zero |
| 3 | Boa saúde e bem-estar |
| 4 | Educação de qualidade |
| 5 | Igualdade de gênero |
| 6 | Água limpa e saneamento |
| 7 | Energia acessível e limpa |
| 8 | Emprego digno e crescimento econômico |
| 9 | Indústria, inovação e infraestrutura |
| 10 | Redução das desigualdades |
| 11 | Cidades e comunidades sustentáveis |
| 12 | Consumo e produção responsáveis |
| 13 | Combate às alterações climáticas |
| 14 | Vida debaixo d'água |
| 15 | Vida sobre a terra |
| 16 | Paz, justiça e instituições fortes |
| 17 | Parcerias em prol das metas |



7.5. Relatório de Garantia



KPMG Asesores, S.L.
Pº. de la Castellana, 259 C
28046 Madrid

Relatório de Revisão Independente para o Conselho Diretivo da MAPFRE, S.A.

(Tradução livre da versão em Espanhol. Em caso de discordância, prevalece a versão em Espanhol.)

À Direção da Mapfre, S.A.

Nos termos do nosso caderno de encargos, examinámos a informação não financeira contida no Relatório Integrado da MAPFRE, S.A. (adante designada por "MAPFRE") do exercício findo a 31 de dezembro de 2017 (adiante designado como "Relatório") correspondente aos indicadores da Argentina, Brasil, Colômbia, Espanha, Estados Unidos da América, Itália, México, Perú e Turquia, detalhados no Anexo do Relatório e que, no caso, poderiam ser incluídos em os Relatórios locais equivalentes da MAPFRE em estes países.

Responsabilidades da Direção

É da responsabilidade do Conselho Diretivo da MAPFRE elaborar e apresentar o Relatório em conformidade com o *Sustainability Reporting Standards* da Global Reporting Initiative (*GRI Standards*), de acordo com a opção de conformidade exaustiva, nos termos descritos no ponto 102-54 do Índice de conteúdos GRI do Relatório tendo obtido a confirmação da Global Reporting Initiative sobre a sua correta aplicação. O Conselho Diretivo é também responsável pela informação e as afirmações contidas no mesmo; pela determinação dos objetivos da MAPFRE no que respeita à seleção e apresentação de informação sobre o desempenho em matéria de desenvolvimento sustentável, incluindo a identificação dos grupos de interesse e das questões materiais; assim como pelo desenvolvimento e manutenção dos sistemas de controlo e gestão do desempenho a partir dos quais a informação é obtida.

Estas responsabilidades incluem o estabelecimento dos controlos que a direção considere necessários para possibilitar que a preparação dos indicadores, com um nível limitado de certeza, esteja livre de erros materiais devidos a fraude ou erros.

Nossa responsabilidade

A nossa responsabilidade consiste em realizar uma revisão limitada e, com base no trabalho desenvolvido, elaborar o presente relatório, que se refere em exclusivo à informação relativa ao exercício de 2017. Realizamos o nosso trabalho nos termos da Normativa ISAE 3000 (revisada), Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information, da Normativa ISAE 3410, *Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements*, emitidas pelo International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) e do Guia de Intervenção sobre trabalhos de revisão de Relatórios de Responsabilidade Corporativa elaborado pela Ordem dos Revisores Oficiais de Contas ("Instituto de Censores Jurados de Cuentas") de Espanha (ICJCE). Estas normas exigem que planifiquemos e realizemos o nosso trabalho de modo a obtermos uma segurança limitada sobre se o relatório não contém erros materiais.

A KPMG aplica a norma ISQC1 (*International Standard on Quality Control 1*) e, em conformidade com a mesma, mantém um sistema integral de controlo de qualidade que inclui políticas e procedimentos documentados no que respeita ao cumprimento dos requisitos éticos, padrões profissionais e exigências legais e regulamentares aplicáveis.

Conclusões

A nossa conclusão baseia-se nos aspetos indicados no presente Relatório de Revisão Independente. Consideramos que a evidência que obtivemos disponibiliza uma base suficiente e adequada para as nossas conclusões.

Com base nos procedimentos realizados e a evidência obtida, nos termos descritos anteriormente, não ficou patente nenhum aspeto que nos leve a considerar que o Relatório integrado da MAPFRE, S.A. do exercício encerrado a 31 de dezembro de 2017 não tenha sido elaborado, em todos os aspetos significativos, de acordo com o *Sustainability Reporting Standards* da Global Reporting Initiative (*GRI Standards*) de acordo com a opção de conformidade exaustiva e considerando o descrito no ponto 102-54 do Índice de conteúdos GRI do Relatório, o que inclui a fiabilidade dos dados, a adequação da informação apresentada e a ausência de desvios e omissões significativas.

Noutro documento apresentaremos ao Conselho Diretivo da MAPFRE um relatório interno que contém as nossas conclusões e áreas de melhoria.

Objetivo do nosso relatório

Em conformidade com os termos e condições do nosso caderno de encargos, o presente Relatório de Revisão Independente foi elaborado para a MAPFRE no que respeita ao seu Relatório Integrado 2017, o qual inclui os indicadores da Argentina, Brasil, Colômbia, Espanha, Estados Unidos da América, Itália, México, Perú e Turquia, detalhados no Anexo do Relatório e que, no caso, poderiam ser incluídos em os Relatórios locais equivalentes da MAPFRE em estes países. Nestes termos, não tem outra finalidade nem pode ser utilizado em um contexto diferente.

KPMG Asesores, S.L.

(Assinado)

José Luis Blasco Vázquez

7 de março de 2018

Cumprimos os requisitos de independência e outros requisitos éticos do *Code of Ethics for Professional Accountants* emitido pelo International Ethics Standards Board for Accountants, que se baseia nos princípios fundamentais de integridade, objetividade, competência e diligência profissionais, confidencialidade e comportamento profissional.

Revisão limitada sobre os indicadores com um nível limitado de certeza

O nosso trabalho de revisão limitada concretizou-se com recurso a entrevistas com o Conselho Diretivo e pessoas responsáveis pela elaboração da informação incluída no Relatório, e à aplicação de procedimentos analíticos e outros tendentes a coligir evidências, como:

- A verificação dos processos de que a MAPFRE dispõe para determinar quais são os aspetos materiais, assim como a participação dos grupos de interesse nos mesmos.
- A verificação, com recurso a entrevistas com o Conselho Diretivo e com outros colaboradores relevantes, tanto a nível de grupo como a nível das unidades de negócio selecionadas, da existência de uma estratégia e políticas de sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa para ir ao encontro das questões materiais e sua implementação a todos os níveis da MAPFRE.
- A avaliação da consistência da descrição da aplicação das políticas e da estratégia em matéria de sustentabilidade, governo, ética e integridade da MAPFRE.
- A análise de riscos, incluindo a procura ao identificar questões materiais durante o exercício objeto do Relatório.
- A revisão da consistência da informação que vai ao encontro dos *Universal Standards* com os sistemas de documentação interna.
- A análise dos processos de recolha e controlo interno dos dados quantitativos espelhados o Relatório, no que respeita à fiabilidade da informação, recorrendo-se a procedimentos analíticos e testes de revisão com base em amostragens.
- A revisão da aplicação dos requisitos estabelecidos no *Sustainability Reporting Standards* da Global Reporting Initiative (*GRI Standards*) para a elaboração de relatórios de acordo com a opção de conformidade exaustiva e com os que se dá resposta aos requisitos do RDL18/2017 em matéria de informação não financeira e diversidade.
- A leitura da informação constante do Relatório para determinar se está em linha com o nosso conhecimento geral e experiência, em relação com o desempenho em termos de sustentabilidade da MAPFRE.
- A comparação da informação financeira que faz parte do Relatório com a que consta das contas anuais da MAPFRE, auditadas por terceiros independentes.

A nossa equipa multidisciplinar foi constituída por especialistas no desempenho social, ambiental e económico da empresa.

Os procedimentos levados a cabo num compromisso de garantia limitada variam em natureza e tempo aplicado, sendo mais reduzidos que os de um compromisso de revisão razoável. Nestes termos, o nível de garantia obtido num trabalho de revisão limitada é inferior ao de uma revisão razoável. Em nenhum caso o presente relatório pode ser entendido como um relatório de auditoria.

| INDICADORES DA BRASIL | | | |
|------------------------------------|-------------|---|-------------|
| ASPECTO | INDICADORES | ASPECTO | INDICADORES |
| Desempenho Económico | GR1 201-1 | Políticas Trabalhistas e Trabalho Seguro | GR1 401-1 |
| | GR1 201-2 | | GR1 401-2 |
| | GR1 201-3 | | GR1 401-3 |
| | GR1 201-4 | | GR1 401-3 |
| Inovação no Mercado | GR1 201-1 | Relações Trabalhistas | GR1 401-1 |
| | GR1 201-2 | | GR1 401-1 |
| Políticas de Campanha | GR1 204-1 | Saúde e Segurança no Trabalho | GR1 401-2 |
| | GR1 204-1 | | GR1 401-2 |
| Materiais | GR1 301-1 | Treinamento e Educação | GR1 401-1 |
| | GR1 301-2 | | GR1 401-1 |
| | GR1 301-1 | | GR1 401-2 |
| | GR1 301-2 | | GR1 401-3 |
| Energia | GR1 302-3 | Diversidade e Igualdade de Oportunidades | GR1 401-1 |
| | GR1 302-4 | | GR1 401-2 |
| | GR1 302-5 | | GR1 401-1 |
| | GR1 302-1 | | GR1 401-2 |
| Água | GR1 303-1 | Avaliação de Formadores em Políticas Trabalhistas | GR1 401-1 |
| | GR1 303-1 | | GR1 401-2 |
| Biodiversidade | GR1 304-1 | Recursos de Químicos e Restrições Tecnológicas e Políticas Trabalhistas | GR1 301-2 |
| | GR1 304-2 | | GR1 401-1 |
| | GR1 304-3 | | GR1 401-2 |
| | GR1 304-4 | | GR1 401-1 |
| Emissões | GR1 305-1 | Não discriminação | GR1 401-1 |
| | GR1 305-1 | | GR1 401-1 |
| | GR1 305-2 | | GR1 401-1 |
| | GR1 305-3 | | GR1 401-1 |
| Humano e Recursos | GR1 305-4 | Trabalho Infantil | GR1 401-1 |
| | GR1 305-4 | | GR1 401-1 |
| | GR1 305-5 | | GR1 401-1 |
| | GR1 305-2 | | GR1 401-1 |
| Conformidade | GR1 306-1 | Avaliação de Formadores em Direitos Humanos | GR1 401-1 |
| | GR1 306-1 | | GR1 401-2 |
| | GR1 306-2 | | GR1 401-1 |
| | GR1 306-2 | | GR1 401-2 |
| Mecanismos de reclamação ambiental | GR1 307-1 | Recursos de Químicos e Restrições Tecnológicas e Direitos Humanos | GR1 301-2 |
| | GR1 307-1 | | GR1 301-2 |

7.6. Créditos

O levantamento de informações para este Relato contou com a participação das seguintes áreas da MAPFRE Brasil:

GRUPO SEGURADOR BANCO DO BRASIL E MAPFRE

- > Diretoria Geral Riscos, Controles Internos e Governança Corporativa
- > Diretoria Geral de Grandes Riscos
- > Diretoria Geral Administração, Finanças e Marketing
- > Diretoria Geral de Planejamento e Controladoria
- > Diretoria Geral de RH
- > Diretoria Geral Rede Banco do Brasil
- > Diretoria Geral Rede MAPFRE e Canais
- > Diretoria Geral Automóveis, Affinities e Massificados
- > Diretoria Geral Riscos de Pessoas
- > Diretoria Geral Rural e Habitacional
- > Diretoria Geral de TI, Operações e Pós-Venda
- > Ouvidoria
- > Diretoria Jurídica
- > Diretoria de Auditoria Interna

MAPFRE

- > MAPFRE Investimentos
- > MAPFRE Consórcios
- > MAPFRE Capitalização
- > Cesvi Brasil
- > MAPFRE Assistência
- > Jurídico
- > Controle de Coligadas
- > Administrativo Financeiro
- > Controladoria
- > Marketing e Comunicação
- > Recursos Humanos
- > Fundación MAPFRE

Direção geral e coordenação de conteúdo GRI

Diretoria de Marketing e Sustentabilidade
Gerência de Marketing e Comunicação

Supervisão editorial e redação

Gatopardo Comunicação – Silvia Martinelli

Adaptação de layout e diagramação

Agência VM2

